

Nordicom-Sveriges

# Medie barometer 2007

i samverkan med

Dagens Nyheter

Dagspresskollegiet, Göteborgs universitet

Göteborgs-Posten

Styrelsen för Psykologiskt Försvar

Sveriges Radio

Sveriges Television

MEDIENOTISER

---

NORDICOM-Sverige  
Göteborgs universitet  
Nr. 1, 2008

# NORDICOM

Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning

---

## MedieNotiser nr 1/2008

MedieNotiser utges av  
Nordicom-Sverige  
Göteborgs universitet  
Box 713  
SE 405 30 Göteborg

### Ansvarig utgivare & redaktör

Ulla Carlsson  
ulla.carlsson@nordicom.gu.se

### Prenumerationsärenden

Anne Claesson  
anne.claesson@nordicom.gu.se

### Tryck

Grafikerna Livrena AB  
Göteborg  
ISO 14001

ISSN 1101-4539  
ISBN 978-91-89471-62-7

NORDICOM är ett nordiskt kunskapscenter för medie- och kommunikationsområdet. Med utgångspunkt i den akademiska forskningen insamlar, bearbetar och förmedlar Nordicom kunskap till olika brukargrupper i Norden, Europa och övriga världen. Arbetet syftar till att utveckla mediekunskapen och bidra till att forskningens resultat synliggörs i behandlingen av mediefrågor på olika nivåer i både offentlig och privat verksamhet. Nordicom är en institution inom Nordiska Ministerrådet. Verksamheten utmärks av tre huvudsakliga områden.

- **Medieforskningen och dess resultat i de nordiska länderna**

Nordicom utger en nordisk tidskrift, *Nordicom Information*, och en engelskspråkig, tidskrift, *Nordicom Review* (refereed), samt antologier och rapporter på flera språk. Olika forskningsdatabaser, bl a gällande litteratur och pågående forskning, uppdateras löpande och är tillgängliga via Internet. Nordicom kan sägas utgöra navet i det nordiska samarbetet vad gäller medieforskningen. Ett viktigt inslag i Nordicoms arbete är att göra nordisk medie- och kommunikationsforskning känd i andra länder samt förmedla kontakter mellan nordiska och internationella forskningsmiljöer. Verksamheten är uppbyggd kring nationella dokumentationscentraler.

- **Medieutvecklingen och medietrender i de nordiska länderna**

Nordicom utarbetar samnordisk mediestatistik och redovisar kvalificerade analyser i skriftserien *Nordic Media Trends*. Även medieäggande och medielagstiftning i de nordiska länderna dokumenteras. Nordicom ger de nordiska länderna en samlad röst i flera europeiska och internationella nätverk och organisationer som utarbetar underlag i medie- och kulturpolitiska frågor. Samtidigt insamlar Nordicom relevant omvärldskunskap för vidareförmedling till olika brukargrupper. Det gäller mediepolitiska frågor inom EU, Europarådet och internationella organisationer.

- **Forskning om barn, unga och medier i världen**

Nordicom startade 1997 på uppdrag av UNESCO *The International Clearinghouse on Children, Youth and Media*. Arbetet syftar till att öka kunskapen om barn, ungdomar och medier och därmed ge underlag för relevant beslutsfattande, bidra till en konstruktiv samhällsdebatt samt främja barns och ungdomars mediekunnskap och mediekompetens (media literacy). Det är också en förhoppning att Clearinghusets arbete ska stimulera vidare forskning om barn, ungdomar och medier. Verksamheten är uppbyggd kring ett globalt nätverk med 1000-talet deltagare som representerar inte bara forskarsamhället utan även t ex mediebranschen, politiken och frivilliga organisationer. En årsbok och ett nyhetsbrev utges.

[www.nordicom.gu.se](http://www.nordicom.gu.se)

Nordicom-Sveriges

# Medie barometer 2007

*i samverkan med*

Dagens Nyheter

Dagspresskollegiet, Göteborgs universitet

Göteborgs-Posten

Styrelsen för Psykologiskt Försvar

Sveriges Radio

Sveriges Television



# Mediebarometern

*Mediebarometern* är en årlig räckviddsundersökning som avser att belysa hur stor andel av den svenska befolkningen som en genomsnittlig dag under respektive år tagit del av ett antal enskilda medier: radio, TV, text-TV, video/dvd, bio, kassetband, cd-skiva, mp3, morgontidning, kvällstidning, vecko-/månadstidning, tidskrift, bok, reklam. Medieanvändningen studeras oavsett distributionsteknik – radio och tv via webb och mobiltelefon liksom nättidningar och ljudböcker är inkluderade i *Mediebarometern*.

Syftet är att beskriva tendenser och förändringar i människors nyttjande av massmedier. Undersökningen bygger på telefonintervjuer till ett slumpmässigt urval av befolkningen mellan 9-79 år. *Mediebarometern* genomfördes första gången 1979 och har sedan dess genomförts varje år. Tanken med *Mediebarometern* var redan från starten att långsiktigt följa mediepubliken. Det gällde således inte att skapa en studie där resultaten ett enskilt år skulle vara avgörande. En följd av detta var bedömningen att mått på många medier var viktigare än förfinade mått på några få medier.

*Mediebarometern* har sedan starten tilldragit sig ett betydande allmänt intresse. Genom att den har organiserats som en oberoende medieundersökning med full insyn samt möjlighet till vidareanalyser har den successivt fått karaktären av basundersökning för andra mediemätningar. Genom ett relativt enkelt undersökningsförfarande och med många påbyggnadsmöjligheter har det skapats ett kraftfullt instrument i kunskapsutvecklingen rörande vårt mediasystem.

*Mediebarometern* har gjort det möjligt att följa den svenska medieutvecklingen på ett sätt som annars inte hade varit möjligt. Därigenom har *Mediebarometern* fått en unik ställning bland svenska mediemätningar. Även i ett internationellt perspektiv är det slag av kontinuerlig offentligt tillgänglig mediemätning som *Mediebarometern* representerar unik.

## Mediebarometern 2007

Den ansats som valts för *Mediebarometern* är mediers faktiska räckvidd. Undersökningen avser således inte människors medievanor, utan vad man faktiskt gjort en viss tidsperiod. Tekniskt brukar detta nämnas 'recency', i motsats till 'frequency', som avser regelbundenheten eller vanan.

*Mediebarometern* utgår från gårdagen som tidsenhet för mediekonsumtionen. Frågorna avser om man igår t ex läste någon morgontidning, om man tittade på tv eller lyssnade på mp3. För vissa av medierna har gårdagen uppfattats som ett något missvisande mått. Detta har i första hand gällt veckopress, tidskrifter och bio. De personer som där svarar att de inte läst eller tittat i en veckotidning eller tidskrift igår får följdfrågan om man i så fall gjort detta under någon av de föregående sex dagarna. På så sätt kan *Mediebarometern* för dessa medier redovisa en veckoräckvidd. Numera kan veckoräckvidd anges för samtliga medier.

Till dem som har tagit del av ett medium under den givna tidsrymden ställs frågan om hur lång tid de ägnat åt mediet. Detta är givetvis ett relativt grovt mått som primärt tar sikte på människors subjektivt uppskattade tid. En sådan skattning gör det möjligt att följa utvecklingen över tid. Sedan tio år tillbaka ställs också frågor om när på dagen man tar del av vissa medier.

Med dagens komplexa medielandskap och mediekultur blir det allt svårare att undersöka mediernas räckvidd och människors medievanor. Det är många gånger svårt att i dagens mediemiljö skilja ut själva medieanvändningen. Vi försöker dock inför varje ny *Mediebarometer*-undersökning utveckla och förfina intervjufrågorna. För vissa medier där förändringar sker genomför vi särskilt utvecklingsarbete.

Det är också viktigt att i en tid då mediasystemet genomgår drastiska förändringar påminna om att skillnader mellan enskilda år alltid skall tolkas med stor försiktighet, det är

## Undersökningen Mediebarometern 2007

Mediebarometern 2007 har en uppläggnings som gör att den blir helt jämförbar med de tidigare undersökningarna. Följande grundkrav gäller:

- den genomförs i form av telefonintervjuer till ett slumpmässigt individurval av svenska befolkningen mellan 9 och 79 år
- den avser frågor om mediekonsumtion under föregående dag/vecka/månad/halvår/år
- den inkluderar 12 sociala bakgrundsfrågor (demografi, familjeförhållanden, social position)
- urvalet avser mediekonsumtion under totalt 42 slumpmässigt valda dagar över hela året (med undantag av juli), där det skett en stratifiering så att varje veckodag förekommer sex gånger
- den omfattar ett urval på minst 150 personer per undersökningsdag, vilket beräknas ge minst 4 200 effektiva intervjuer
- den omfattar följande frågor:

Medium	Innehav	Antal	Senaste användnings- tillfälle	Kanal/ typ	Tid	Tid- punkt	Användnings- område	På skola/ arbete
Morgontidning	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej
Kvällstidning	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej
Vecko- eller månadstidning	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej
Special- eller facktidskrift	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej
Böcker	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Ja
Radio	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej
Ljudkassett	Nej	Nej	Ja	Nej	Ja	Nej	Nej	Nej
CD-skiva	Nej	Nej	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej
Mp3	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej
TV	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej
Text-TV	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej
Dator-/TV-spel	Nej	Nej	Ja	Nej	Ja	Nej	Nej	Nej
Video/DVD	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej	Ja	Nej
Bio	Nej	Nej	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej
Direktreklam	Nej	Nej	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej
Persondator	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej
Internet	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Mobiltelefon	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej	Ja	Nej
Övrig medieteknologi	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej

Vad gäller kanal/typ avses:

- för *morgontidning*: enskilda titlar, tryckt version eller internetversion (inklusive dagliga gratistidningar)
- för *kvällstidning*: enskilda tidningar (Aftonbladet, Expressen, GT, Kvällsposten) tryckt version eller internetversion
- för *vecko-/månadstidning*: familje-, dam-, herr-, och ungdomstidning, veckotidning med konsumentinnehåll, serietidning/seriealbum, specialmagasin, gratisutdelad nöjestidning
- för *special-/facktidskrift*: organisations-/medlemstidning, kulturtidskrift, politisk tidskrift, facktidskrift inriktad på yrkesområden, specialtidskrift inriktad på intresseområden, utländsk tidskrift
- för *böcker*: skön-, barn/ungdoms-, facklitteratur, läroböcker/kurslitteratur eller annan bok, tryckt bok eller ljudbok
- för *radio*: P1, P2, P3, P4, närradio, Rix FM, NRJ, Mix Megapol, Lugna Favoriter, annan privat lokalradio
- för *CD-skiva*: musik- eller inläst bok, typ av inläst bok (jfr böcker)
- för *mp3-spelare*: musik- eller inläst bok, typ av inläst bok (jfr böcker)
- för *TV*: SVT, TV3, TV4, Kanal 5, TV8, TV6, m.fl
- för *text-TV*: SVT, TV3, TV4, Kanal 5 eller annan text-TV
- för *direktreklam*: annonsblad, lokala annonsblad, handlares annonsblad, lösa reklamblad med rabattkuponger, adresserad reklam, utomhusreklam
- för *internet*: typ av webbplatser, sajter

de långsiktiga tidsserierna som står i centrum och skall bedömas. De senaste årens teknikförändringar har dessutom tvingat fram vissa förändringar i de ställda frågorna, vilket i en del fall kan få till följd att fullödlig jämförelse mellan åren bakåt inte alltid kan erhållas. I analysen uppmärksammas sådana förhållanden och de innefattas i tolkningen av resultaten.

Nordicom har knutit ett vetenskapligt råd till undersökningen *Mediebarometern* för att säkerställa vetenskaplig kvalitet och oberoende. Den modell för Mediebarometerns organisation och finansiering som Nordicom arbetat efter bygger på en tredelning:

- Huvudansvaret för genomförandet ligger hos en oberoende institution, NORDICOM-Sverige, som fungerar som beställare och dataansvarig samt ansvarar för en årlig presentation.
- Ansvar för datainsamlingen läggs ut på ett undersökningsföretag efter sedvanlig upphandling.
- Grundanslaget kommer från Kulturdepartementet men genomförandet av undersökningen möjliggörs av intressenters och bidragsgivares medverkan till finansiering.

Kulturdepartementet har anslagit medel motsvarande 25 procent av kostnaderna för *Mediebarometern*. Övrig finansiering står Mediebarometerns intressenter och bidragsgivare för.

Intressenter i 2007 års Mediebarometer är Dagens Nyheter, forskningsprogrammet Dagspresskollegiet vid Göteborgs universitet, Göteborgs-Posten, Styrelsen för Psykologiskt Försvar, Sveriges Radio och Sveriges Television. Bidragsgivare är bl a Carat Sverige, Svenska Dagbladet, Svenska Förläggareföreningen och Sveriges Tidskrifter.

Pilen AB har haft uppdraget att genomföra fältarbetet för *Mediebarometern 2007*. Materialet har bearbetats av Karin Hellingwerf och Ulrika Facht. I analysarbetet har Nordicom direktör Ulla Carlsson medverkat. Värdefulla synpunkter har lämnats av professor Lennart Weibull.

Avslutningsvis riktas ett stort tack till samtliga intressenter, bidragsgivare och Kulturdepartementet som gjort det ekonomiskt möjligt att genomföra Mediebarometern 2007.

Göteborg i maj 2008

*Ulla Carlsson*  
Direktör  
NORDICOM  
Göteborgs universitet





# Innehåll

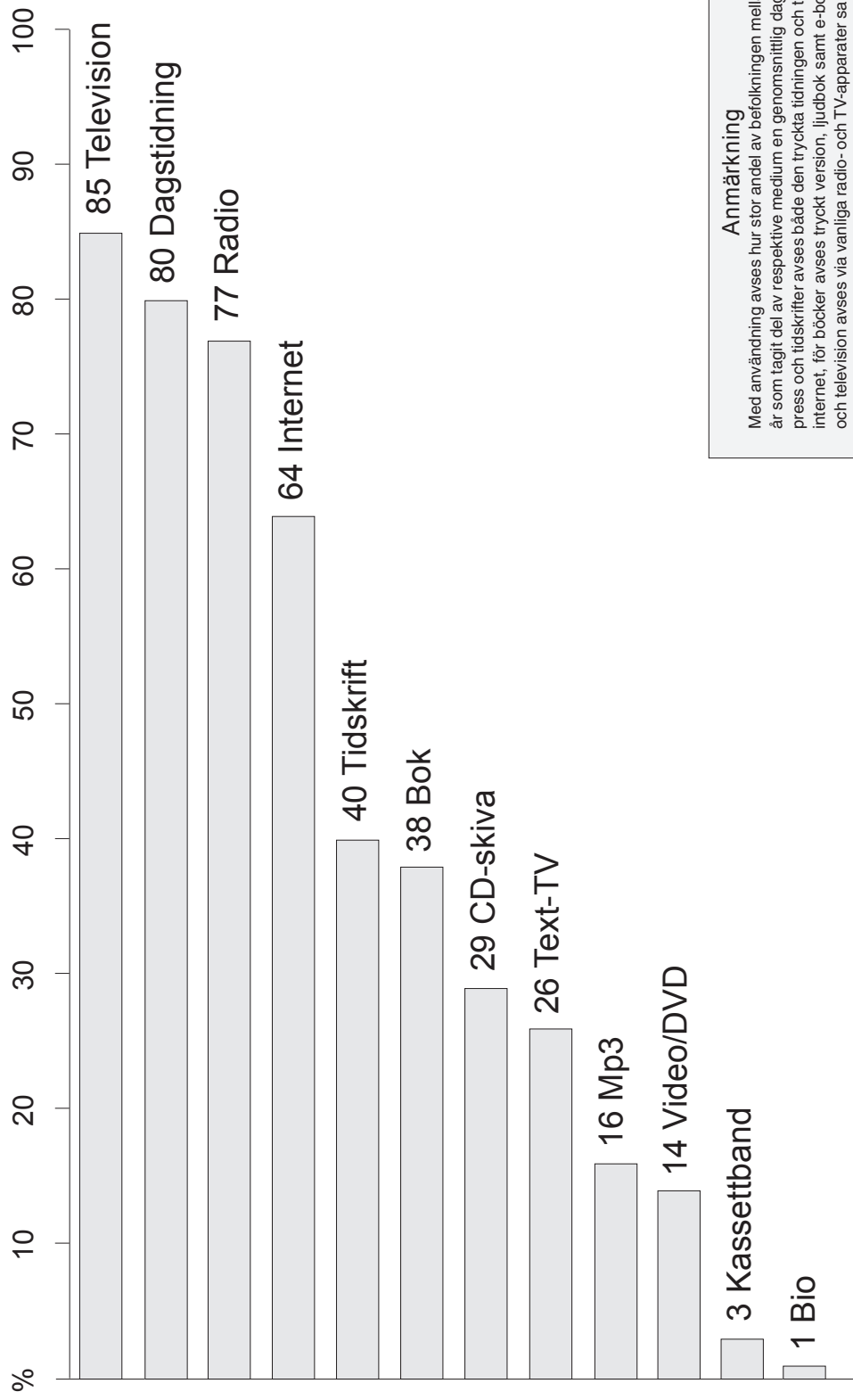
<i>Den samlade medieanvändningen 2007</i>	
Mediedagen 2007 (procent)	10
Mediedagen 1979-2007 (procent)	12
Vardagen 2007 (procent)	14
Veckoslut 2007 (procent)	15
Dagliga medier och tidpunkter för användning 2007 (procent)	16
Internet och tidpunkter för användning 2007 (procent)	20
Mediedagen 2007 (minuter)	21
Mediedagen 1979-2007 (minuter)	22
Mediedagen 2007: Bruttotid (minuter)	23
Mediedagen 2007: Befolkningens medietid (minuter)	24
Mediedagen 2007: Barn och ungdom (procent)	25
Mediedagen 2007: Vuxna (procent)	26
Mediedagen 2007: Män och kvinnor (procent)	27
Mediedagen 2007: Medier och kanaler (procent)	28
Medieveckan 2007 (procent)	29
Medieveckan 1991-2007 (procent)	30
<i>Användning av enskilda medier 2007</i>	
Radio	32
Fonogram	38
CD-skiva	40
Mp3	44
Kassettband	47
Television	48
Text-TV	56
Video/DVD	60
Bio	64
Dagspress	66
Morgontidning	70
Kvällstidning	76
Tidskrift	80
Vecko-/månadstidning	82
Special-/facktidskrift	88
Annonsblad-/direktreklam	93
Reklam	94
Bok	96
Internet	104
Dator-/TV-/internetspel	112
Mobiltelefon	113
<i>Tillgång till olika medier 2007</i>	116
Fakta om undersökningen Mediebarometern 2007	119



# **Samlad medieanvändning**

# Mediedagen 2007

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig dag 2007 (%)



## Anmärkning

Med användning avses hur stor andel av befolkningen mellan 9 och 79 år som tagit del av respektive medium en genomsnittlig dag. För dagspress och tidskrifter avses både den tryckta tidningen och tidningen på internet, för böcker avses tryckt version, ljudbok samt e-bok, för radio och television avses via vanliga radio- och TV-apparater samt via internet eller annan mediespelare. En klassificering av medierna redovisas i avsnittet *Fakta om undersökningen Mediebarometern*.

# Mediedagen 2007

## Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig dag 2007 (%)

	Totalt	Kön					Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög			
Television	85	87	83	94	83	82	84	90	88	86	80			
Dagstidning	80	80	80	36	71	81	89	90	85	83	88			
Radio	77	77	76	58	65	77	83	83	84	78	78			
Internet	64	68	60	64	86	77	65	29	33	68	75			
Tidskrift	40	35	44	31	23	36	45	53	45	36	45			
Bok	38	30	45	60	39	33	36	36	24	31	45			
CD-skiva	29	29	30	31	37	36	29	14	17	32	33			
Text-TV	26	33	19	12	18	33	27	28	25	29	29			
Mp3	16	17	15	31	56	15	5	2	4	15	12			
Video/DVD	14	15	14	27	26	17	9	6	8	15	13			
Kassettband	3	2	3	2	2	2	3	4	4	2	3			
Bio	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1			

Anm: Med användning avses hur stor del av befolkningen mellan 9 och 79 år som tagit del av respektive medium en genomsnittlig dag. För dagspress och tidskrifter avses både den tryckta tidningen och tidningen på internet, för böcker avses tryckt version, ljudbok samt e-bok. För radio och television avses

via vanliga radio- och TV-apparater samt via internet eller annan mediespelare. En klassificering av medierna redovisas i avsnittet *Fakta om undersökningen Mediebarometern*.

# Mediedagen 1979-2007

## Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig dag 1979-2007 (%)

	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	2005	2006	2007		
Radio <sup>1</sup>	73	69	68	68	71	65	73	74	77	76	77	78	77	78	77	82	80	81	82	80	80	80	79	79	79	73	74	73	77		
Fonogram	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	43	42	41
Kassetband	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	4	4	4	3	
CD-/grammofonskiva <sup>2</sup>	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	35	31	29		
Mp3	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	10	14	16	
Television	76	79	74	78	76	75	76	75	80	76	76	79	80	84	85	84	84	84	84	86	88	88	87	85	87	85	86	86	85		
Text-TV	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	21	23	25	25	28	29	31	28	28	30	26	29	27	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	15	14	15		
Internet	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	64	
Dagstidning	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	80	
Morgontidning	74	74	74	74	75	74	75	75	76	72	74	73	71	73	71	73	71	71	72	75	75	74	73	74	73	71	73	72	72		
Kvällstidning	39	40	36	36	35	33	34	36	38	34	32	32	32	30	29	30	27	28	28	27	28	28	29	28	30	31	31	33	31		
Tidskrift	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	40	
Vecko-/månadstidning <sup>3</sup>	..	23	33	22	30	24	22	21	22	18	19	20	18	19	22	30	31	29	29	31	31	33	33	33	29	31	28	30	30	30	
Special-/facktidskrift	..	22	22	26	27	28	26	26	24	24	24	28	26	24	28	31	29	28	26	27	28	32	21	19	19	16	17	15	15		
Bok <sup>4</sup>	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	38	38	38		
Skönlitteratur/barn- och ungdomslitteratur	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	29	
Facklitteratur/kurs- och läroböcker	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	8	
Bio	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	1	1	1	1	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.

3. Fram till och med 1993 gällde frågan veckotidningar, från och med 1994 har med tanke på tidskrifts- marknads förändring även månadstidningar explicit angivits i frågan.

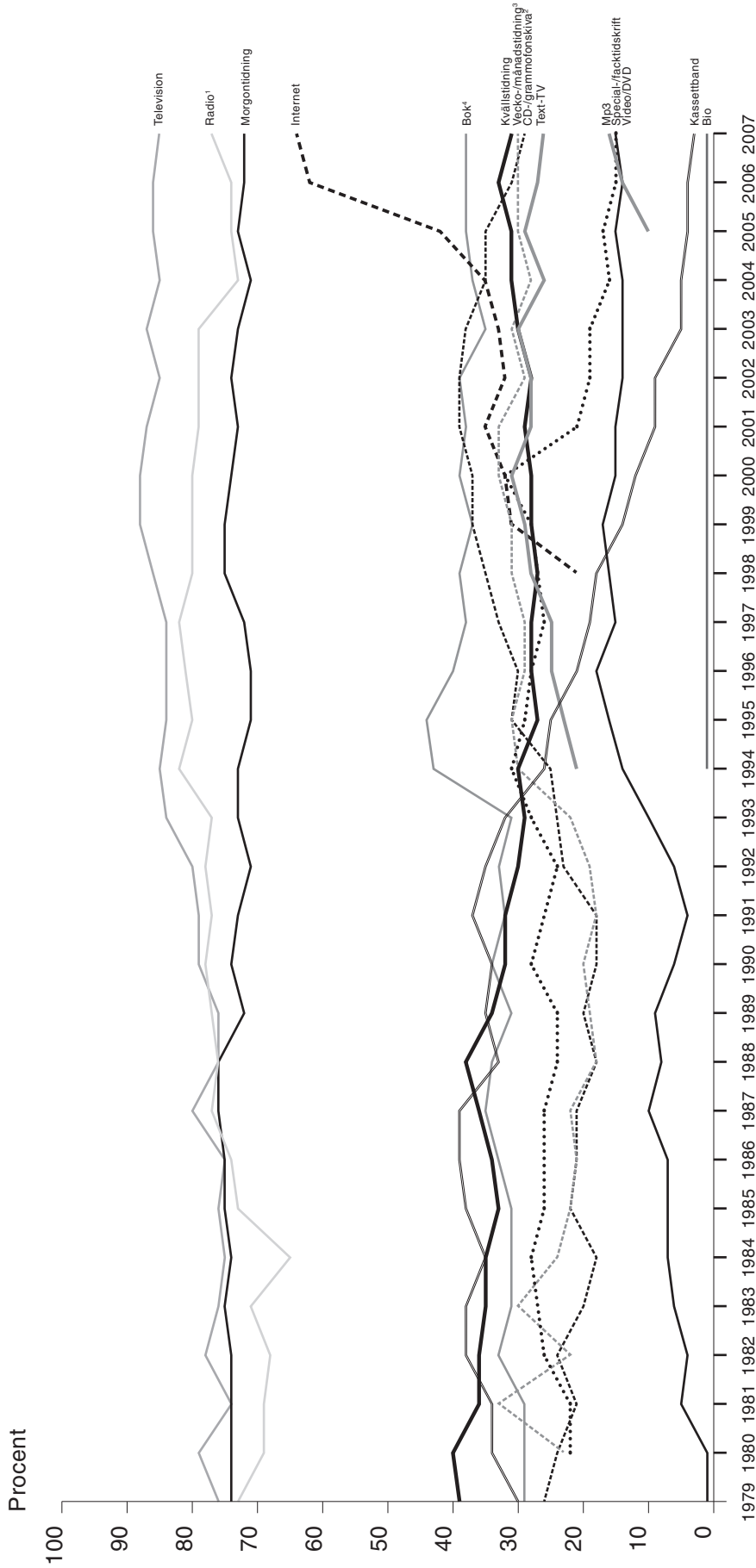
4. Fram till och med 1993 gällde frågan bokläsning i allmänhet, från och med 1994 har det i frågan angivits att även skolböcker och facklitteratur ingår.

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.

# Mediedagen 1979-2007

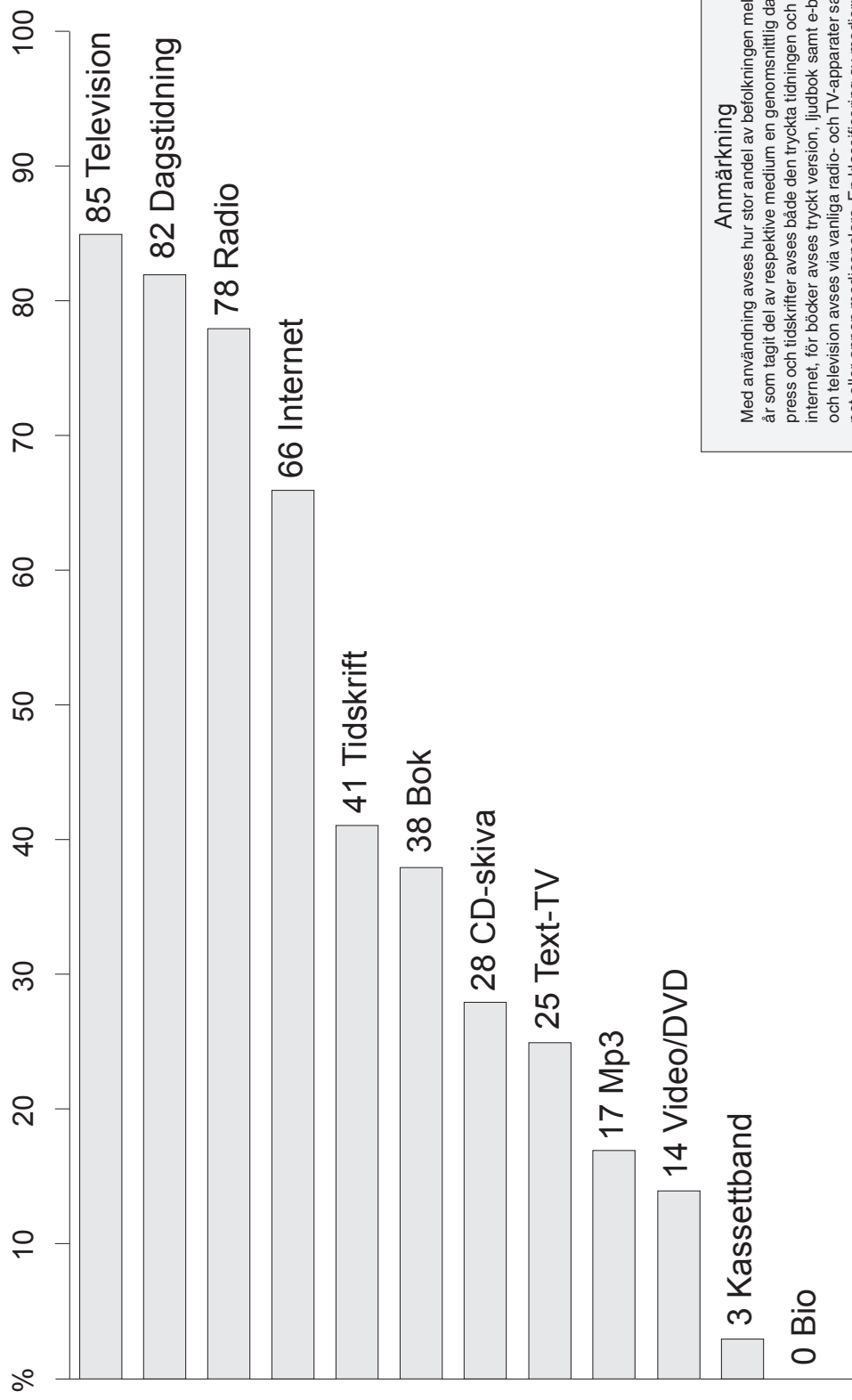
Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig dag 1979-2007 (%)



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 tidskrifts- marknadens 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 2007

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig vardag 2007 (%)



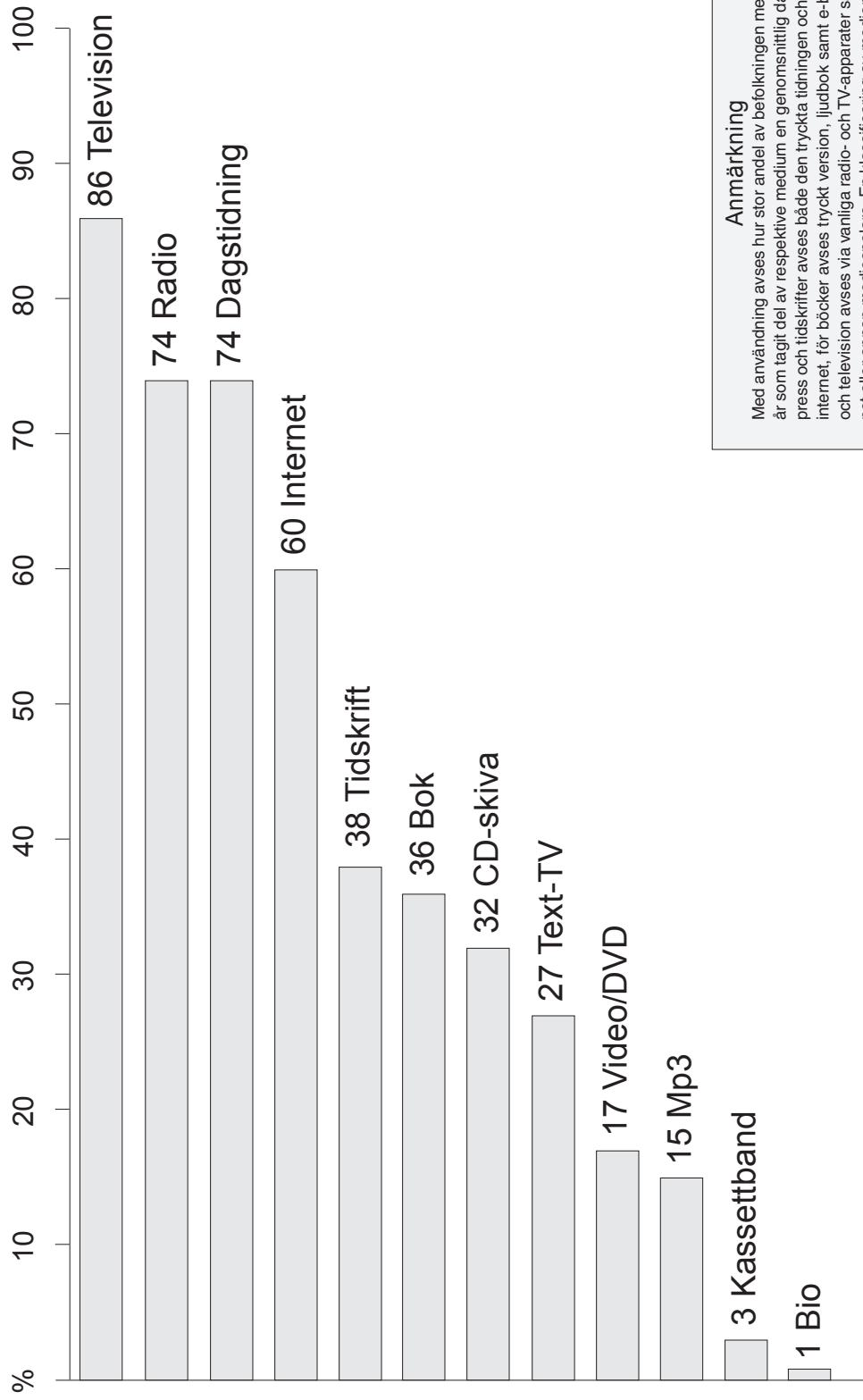
## Anmärkning

Med användning avses hur stor andel av befolkningen mellan 9 och 79 år som tagit del av respektive medium en genomsnittlig dag. För dagspress och tidskrifter avses både den tryckta tidningen och tidningen på internet, för böcker avses tryckt version, ljudbok samt e-bok, för radio och television avses via vanliga radio- och TV-apparater samt via internet eller annan mediespelare. En klassificering av medierna redovisas i avsnittet *Fakta om undersökningen Mediebarometern*.



# Veckoslut 2007

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig lördag/söndag 2007 (%)

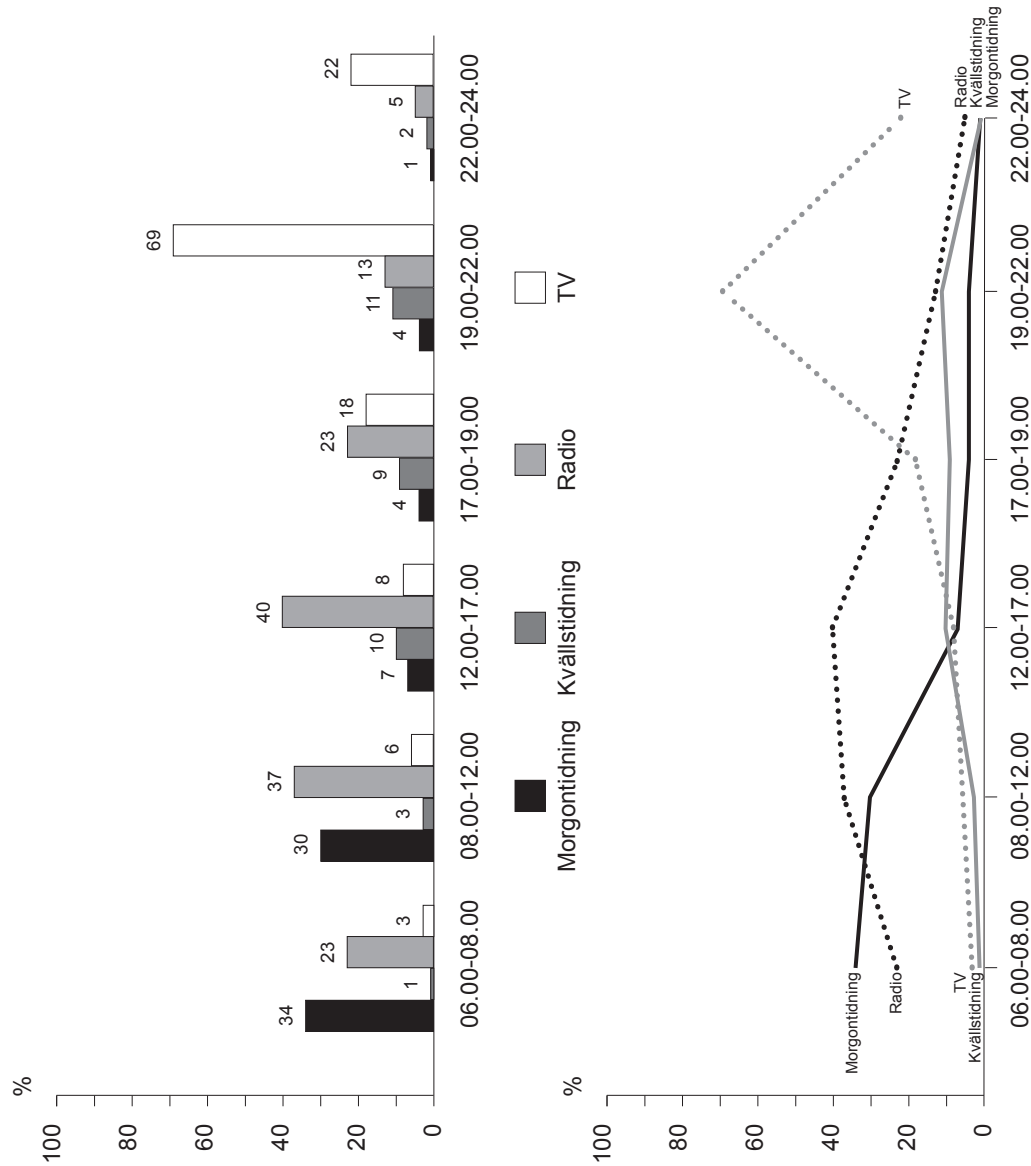


### Anmärkning

Med användning avses hur stor andel av befolkningen mellan 9 och 79 år som tagit del av respektive medium en genomsnittlig dag. För dagspress och tidskrifter avses både den tryckta tidningen och tidningen på internet, för böcker avses tryckt version, ljudbok samt e-bok, för radio och television avses via vanliga radio- och TV-apparater samt via internet eller annan mediespelare. En klassificering av medierna redovisas i avsnittet *Fakta om undersökningen Mediebarometern*.

# Dagliga medier och tidpunkter för användning 2007

Användning av massmedier i hela befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2007 (%)



## Tidpunkter för användning

Dygnstrytmen i medieanvändning sammanfaller i stort sett med den förvärsarbetande befolkningens.

Figuren visar att 34 procent av befolkningen har läst något i en morgontidning före kl 8 och att 23 procent har lyssnat på radio. Mellan kl 8 och 22 är televisionen som väntat det helt dominerande mediet då cirka 70 procent har sett minst något på TV. Morgontidningen läses i första hand fram till kl 12, radiolyssnandet dominerar under dagtid och kvällspressen har sin tid främst under eftermiddag och kväll.

Män och kvinnor har i huvudsak samma medieanvändningsmönster över dagen. 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 pensionsgruppen. 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.

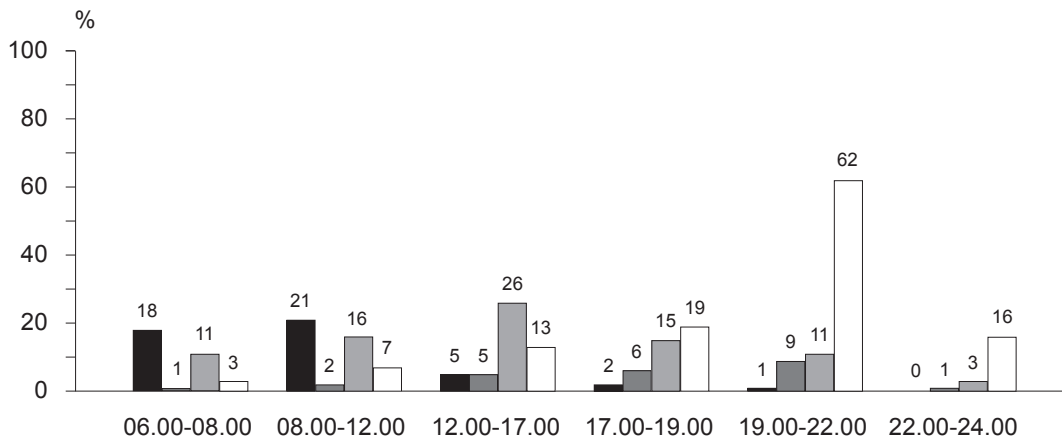
Mönstret har varit relativt stabilt under senare år. Men sedan 2005 kan ett minskat TV-tittande bland ungdomar noteras, det gäller särskilt mellan kl. 17 och 19.

### Anmärkning

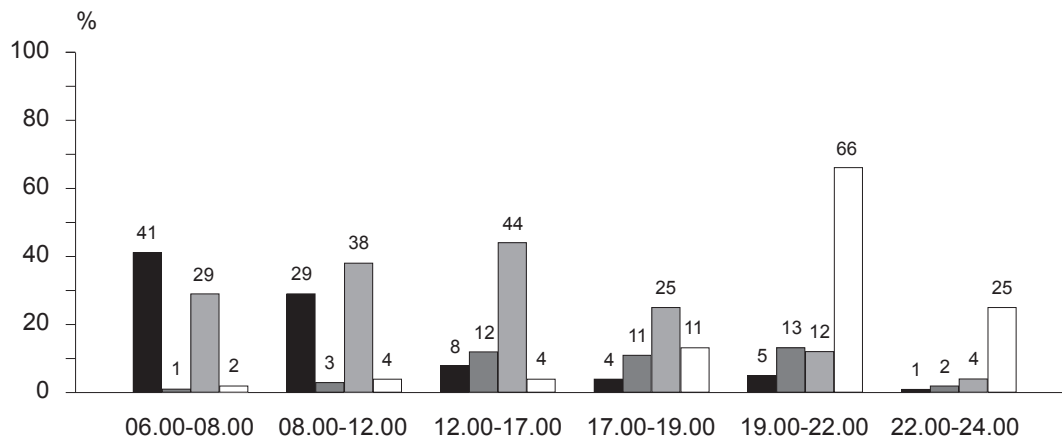
Med dagliga medier avses här morgontidning, kvällstidning, radio samt TV.

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

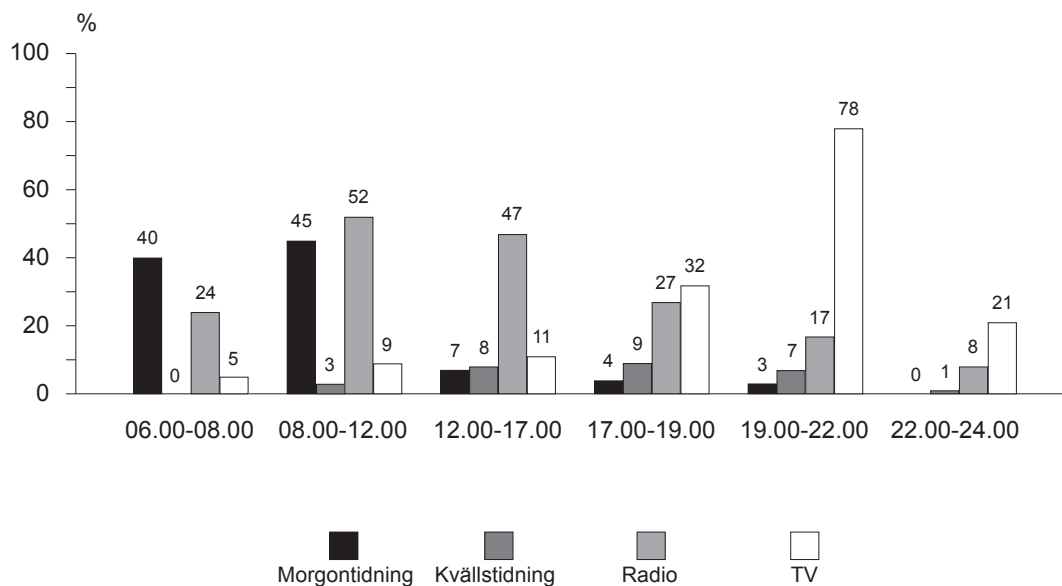
Användning av massmedier *bland ungdomar, 9-24 år*, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2007 (%)



Användning av massmedier *bland medelålders, 35-54 år*, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2007 (%)



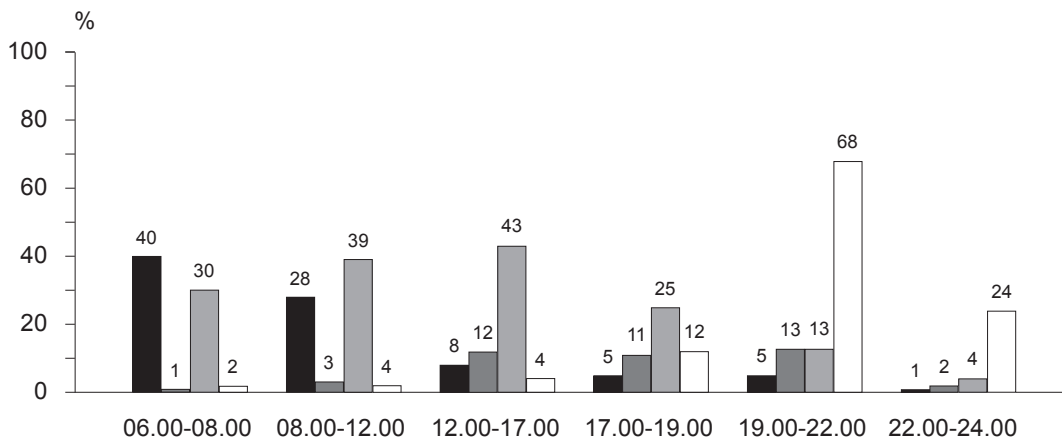
Användning av massmedier *bland äldre, 65-79 år*, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2007 (%)



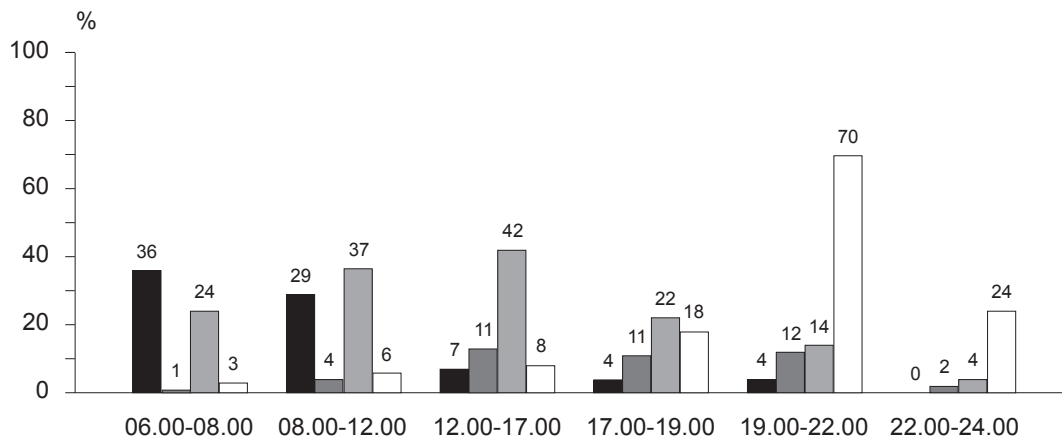
Morgontidning
  Kvällstidning
  Radio
  TV

# Dagliga medier och tidpunkter för användning 2007

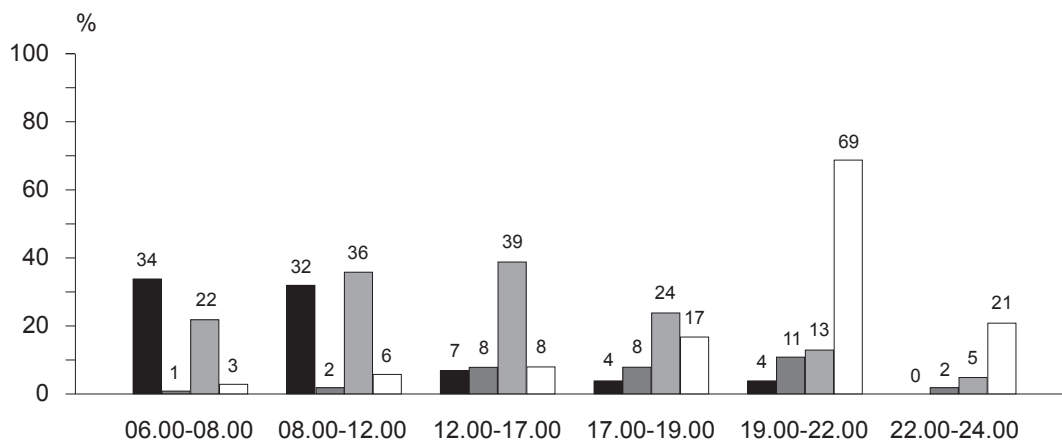
Användning av massmedier *bland förvärvsarbetande, 16-79 år, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2007 (%)*



Användning av massmedier *bland män, 9-79 år, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2007 (%)*



Användning av massmedier *bland kvinnor, 9-79 år, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2007 (%)*



Morgontidning
  Kvällstidning
  Radio
  TV

# Tidpunkter för användning 2007

## Användning av olika massmedier vid skilda tidpunkter under dagen i befolkningen 9-79 år 2007 (%)

	Totalt	Kön		Ålder								
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79				
<b>06.00- 08.00</b>												
Enbart morgontidning	21	21	20	8	17	20	24	26				
Enbart kvällstidning	0	0	0	1	0	0	-	0				
Enbart radio	10	10	10	7	6	12	10	11				
Enbart TV	1	1	1	3	1	1	1	1				
Både radio och morgontidning	13	13	12	2	5	12	20	12				
<b>08.00-12.00</b>												
Enbart morgontidning	15	15	16	8	19	16	14	17				
Enbart kvällstidning	1	1	1	0	2	1	1	1				
Enbart radio	21	23	20	7	12	24	26	23				
Enbart TV	2	2	2	6	2	2	1	2				
Både radio och morgontidning	13	12	14	2	7	12	14	25				
<b>12.00-17.00</b>												
Enbart morgontidning	3	3	3	1	4	4	3	3				
Enbart kvällstidning	4	4	4	1	3	6	4	3				
Enbart radio	30	31	30	19	20	32	35	35				
Enbart TV	4	4	4	11	6	3	2	4				
Både radio och TV	3	3	3	5	3	2	3	5				
<b>17.00-19.00</b>												
Enbart morgontidning	2	2	2	1	1	2	3	1				
Enbart kvällstidning	6	7	5	2	6	6	7	5				
Enbart radio	16	15	17	10	11	18	18	15				
Enbart TV	12	12	12	19	11	8	8	20				
Både radio och TV	4	4	5	4	2	2	5	10				
<b>19.00-22.00</b>												
Enbart morgontidning	1	0	1	-	0	1	1	0				
Enbart kvällstidning	3	3	2	1	4	4	2	1				
Enbart radio	3	3	3	3	5	3	3	3				
Enbart TV	51	51	51	55	45	50	51	58				
Både radio och TV	9	10	9	8	7	7	10	14				
<b>22.00-24.00</b>												
Enbart morgontidning	0	0	0	-	0	0	0	0				
Enbart kvällstidning	1	1	1	-	1	2	1	0				
Enbart radio	3	3	3	1	2	3	3	5				
Enbart TV	20	22	18	7	19	24	22	18				
Både radio och TV	2	1	2	1	1	1	2	3				

## Tidpunkter och mediekombinationer

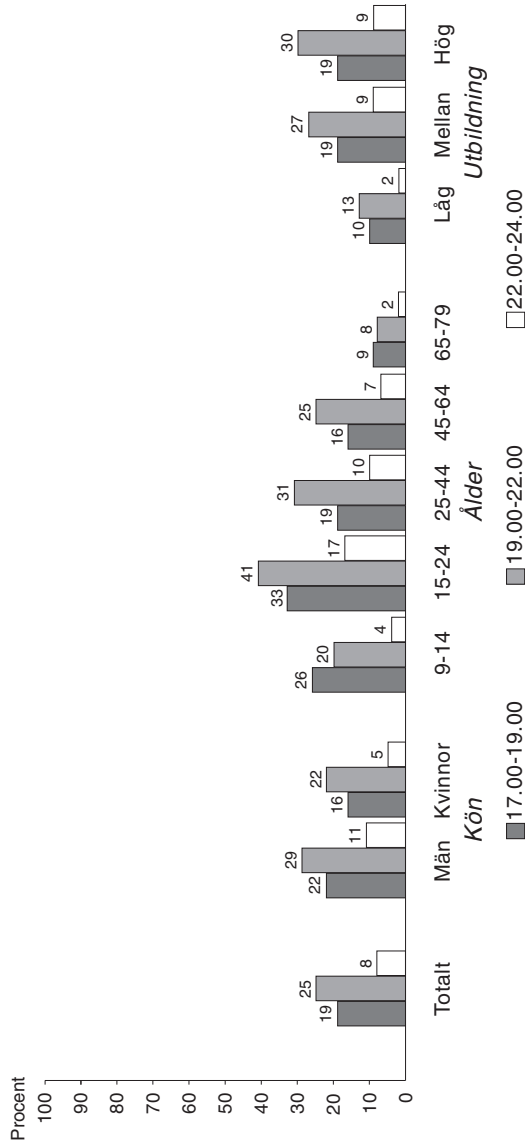
Morgontidningen och radion är de dominerande medierna under förmiddagen. Drygt en av tio svenskar kombinerar dessa medier mellan kl 6 och 8, medan de som enbart lyssnar på radio ökar mellan kl 8 och 12. Särskilt mitt på dagen är radion det enskilda mediet som når flest, närmare en tredjedel av befolkningen 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 har mönstret över tid varit stabilt men sedan ett par år tillbaka kan ett minskat TV-tittande bland de unga, 9 till 24-åringarna, noteras.

# Internet och tidpunkter för användning 2007

## Användning av internet i hemmet i hela befolkningen, vid olika tidpunkter under eftermiddagen en genomsnittlig dag 2007 (%)



## Tidpunkter för internet och TV

Användningen av internet i hemmet sker främst under eftermiddag och kväll och är högst mellan kl 19 och 22. En fjärdedel av befolkningen använder internet vid denna tid en genomsnittlig dag. Andelen användare är högst i åldersgruppen 15 till 24 år, 41 procent, och 25 till 44 år, 31 procent. Bland högtbildade är andelen 30 procent medan motsvarande siffra för lågutbildade är 13 procent. Männen ägnar sig i högre grad åt internetanvändning än kvinnor oavsett tid på kvällen.

Under tidig kväll, kl 17 till 19, är det särskilt bland ungdomar, 15 till 24 år, vanligare att använda internet än att titta på TV. Mellan kl 19 och 22 är andelen som enbart tittar på TV 52 procent i hela befolkningen. Högst är andelen bland pensionärer, 71 procent, och lägst bland ungdomar, 15 till 24 år, 34 procent. I denna grupp har 24 procent tagit del av både internet och TV mellan kl 19 och 22. Under den senare delen av kvällen tenderar en allt större andel ta del av både internet och TV enligt Mediebarometerns tidserie.

## Användning av internet i hemmet och TV-tittande vid olika tidpunkter under eftermiddagen i hela befolkningen en genomsnittlig dag 2007 (%)

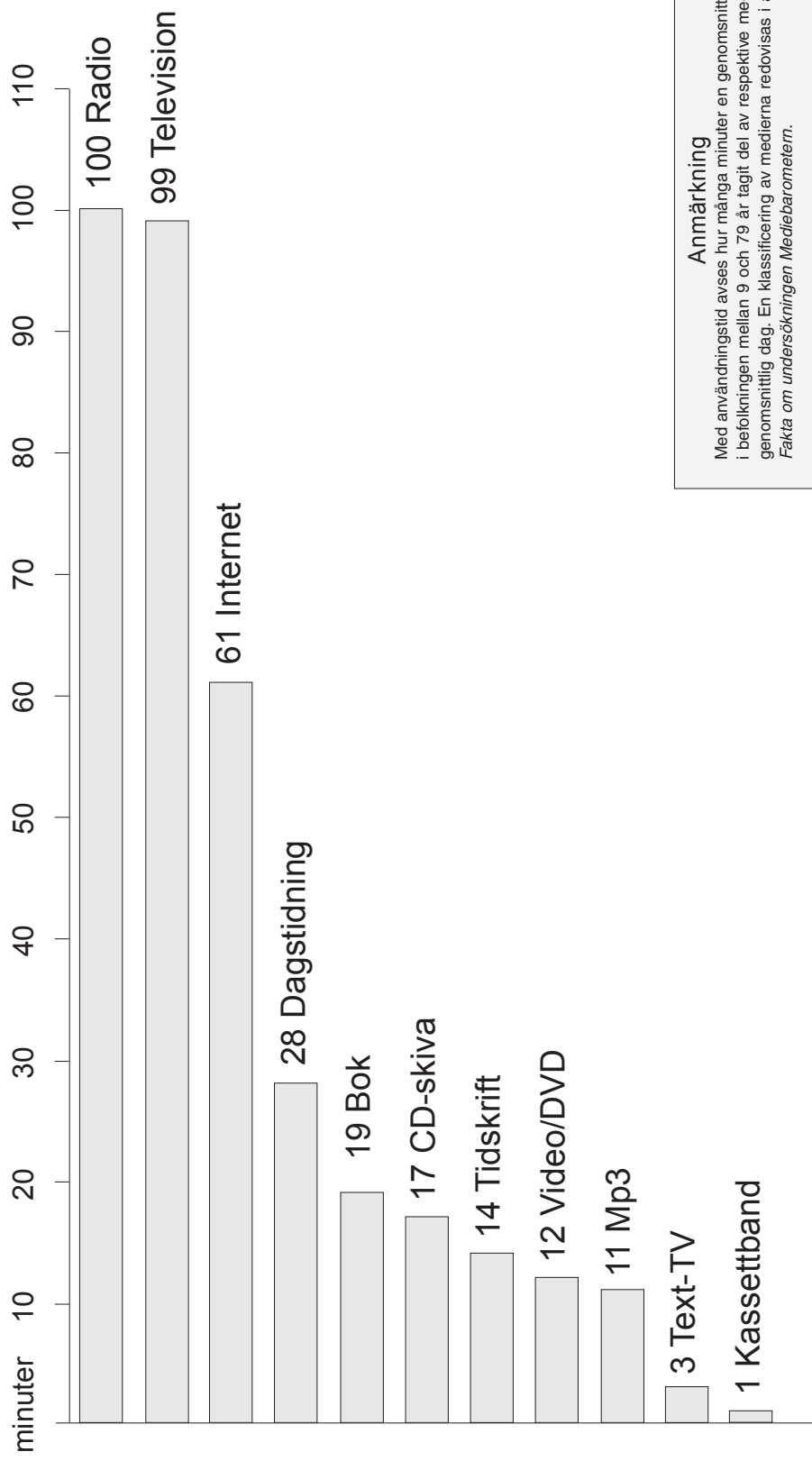
	Kön		Ålder					Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<b>17.00-19.00</b>											
Enbart internetanvändning	15	18	13	18	27	16	14	7	8	15	17
Enbart tittat på TV	14	14	14	16	9	8	13	29	26	12	10
Både använt internet och tittat på TV <sup>1</sup>	3	4	3	8	7	3	2	2	2	4	2
<b>19.00-22.00</b>											
Enbart internetanvändning	8	9	7	4	17	11	8	1	4	8	11
Enbart tittat på TV	52	50	54	50	34	45	55	71	66	52	47
Både använt internet och tittat på TV <sup>1</sup>	17	20	15	17	24	21	17	7	9	19	19
<b>22.00-24.00</b>											
Enbart internetanvändning	5	7	4	3	13	7	4	1	1	7	6
Enbart tittat på TV	20	21	19	7	17	22	23	20	22	24	19
Både använt internet och tittat på TV <sup>1</sup>	3	4	1	1	5	3	2	1	1	2	3

Not

1. Inkluderar internet, webbTV och vanlig TV.

# Mediedagen 2007

Användningstid för massmedier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (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 1979-2007

## Användningstid för massmedier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2007 (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	2005	2006	2007		
Radio <sup>1,2</sup>	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	105	109	100		
Kassetband	21	25	25	27	23	28	29	27	24	25	22	23	18	16	13	12	10	9	8	7	5	4	4	2	2	2	2	1	1		
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	20	17	17		
Mp3	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	7	10	11	
Television <sup>1</sup>	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	96	101	99		
Text-TV	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	
Video/DVD <sup>1</sup>	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	11	12	11	12	
Internet	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	10	19	21	23	19	23	25	32	53	61		
Morgontidning	24	24	24	23	24	24	23	24	24	23	22	22	22	19	21	22	22	21	21	22	21	21	23	21	21	22	21	21	22	21	
Kvällstidning	12	12	11	10	11	11	10	11	9	9	9	9	7	8	8	7	7	7	8	7	7	8	7	8	7	8	8	8	7	7	
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	11	10	10	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	8	9	5	4	5	4	4	4	4	
Bok	18	19	19	21	20	22	21	22	23	22	19	20	17	18	18	27	28	22	23	23	20	23	20	23	23	21	19	20	21	20	19
<b>Totalt</b>	<b>321</b>	<b>345</b>	<b>320</b>	<b>342</b>	<b>345</b>	<b>220</b>	<b>361</b>	<b>355</b>	<b>374</b>	<b>339</b>	<b>347</b>	<b>337</b>	<b>333</b>	<b>334</b>	<b>317</b>	<b>329</b>	<b>329</b>	<b>342</b>	<b>339</b>	<b>359</b>	<b>360</b>	<b>372</b>	<b>364</b>	<b>351</b>	<b>351</b>	<b>351</b>	<b>341</b>	<b>368</b>	<b>365</b>		

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

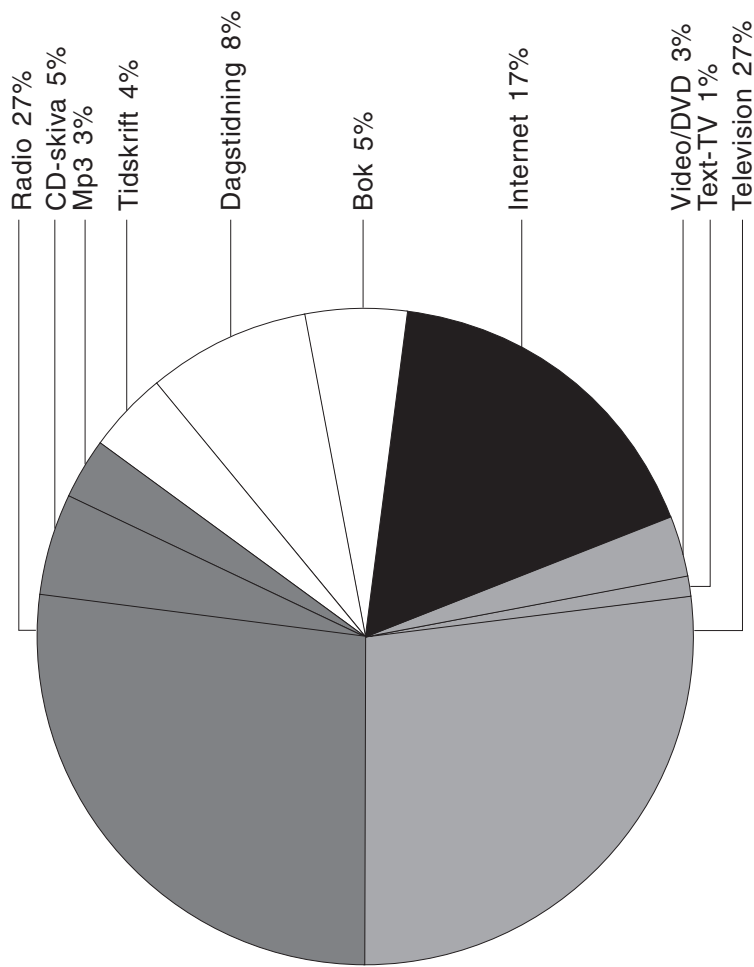
1. Vid jämförelser över tid bör noteras att beräkningen av tittar- och lyssnar tiden före 1993 byggde på frågor där svarspersonerna fick ange mellan vilka tidpunkter de tittat på TV, video eller lyssnat på radio, därefter har svarspersonerna själva fått uppskatta sin användningstid.

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 2007: Brutto 6 timmar och 5 minuter

## Den bruttotid som befolkningen 9-79 år ägnar åt massmedier fördelad på olika medier 2007 (%)



## 365 minuter

Bruttotiden för svenskarnas medieanvändning är 6 timmar och 5 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.

Tiden för medieanvändning har ökat med knappt en halv timma under det senaste decenniet, dvs sedan internet tillkom. 1997 var det endast 2 procent av tiden som ägnades internet mot dagens 17 procent, vilket innebär att en viss omfördelning av tiden avseende olika medier kan noteras – främst bland de unga. För såväl ljudmedierna som de tryckta medierna är det fråga om en viss nedgång men det är framför allt tiden för radiolyssnande som har minskat – från 39 procent 1997 till 27 procent 2007.

Radio och TV dominerar den tid som ägnas massmedier. Radiolyssnandet och TV-tittandet uppgår till vardera 27 procent av den totala medietiden. Användningen av internet utgör 17 procent av bruttotiden och det är en viss ökning jämfört med 2006.

Ljudmedierna står tillsammans för 35 procent av den tid befolkningen ägnar åt medier under en genomsnittlig dag. En relativt ny företeelse som lyssnande på mp3 uppgår 2007 till 3 procent av den uppgivna bruttotiden.

De tryckta medierna upptar ungefär en sjättedel, medan en tredjedel av den totala medietiden avser medier för rörliga bilder. Böcker och morgontidningar är de tryckta medier som läses längst 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.

# Mediedagen 2007: Befolkningens medietid

## Användningstid för olika massmedier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (minuter)

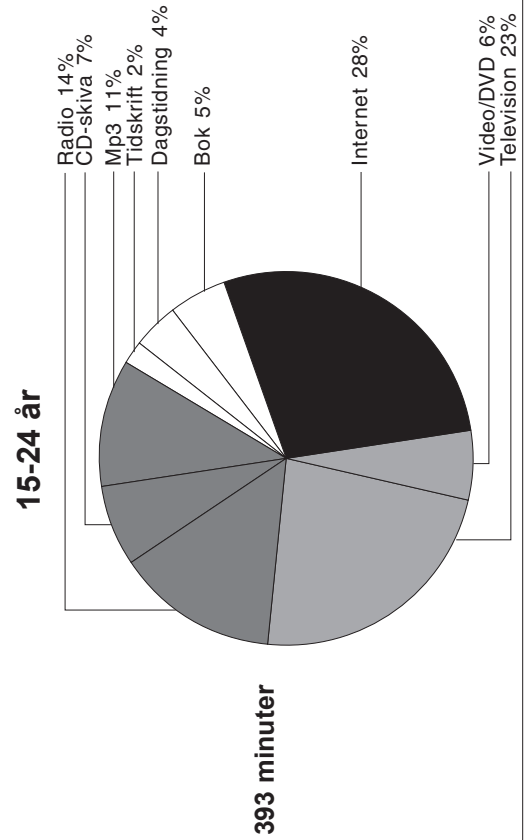
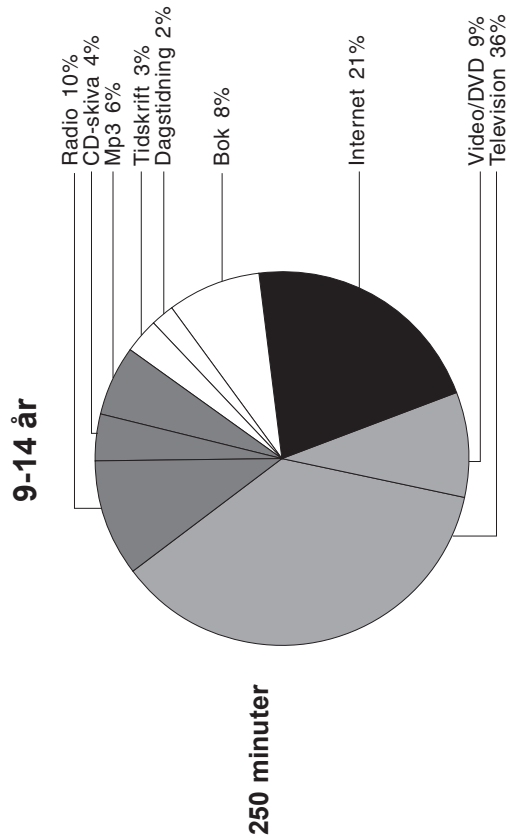
	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Radio	100	100	99	24	54	103	116	137	149	115	87
Kassettband	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1
CD-skiva	17	17	17	11	27	21	16	9	10	20	20
Mp3	11	12	10	14	43	10	3	1	3	12	7
Television	99	102	97	89	91	90	98	128	123	105	83
Text-TV	3	3	2	1	1	3	3	4	3	3	3
Video/DVD	12	13	11	23	25	14	7	4	6	12	10
Internet	61	71	51	52	109	80	55	15	24	64	75
Dagstidning	28	29	27	5	15	24	33	46	36	29	32
Tidskrift	14	12	16	8	7	11	15	25	17	13	16
Bok	19	15	23	21	20	15	18	24	14	15	24
<b>Totalt</b>	<b>365</b>	<b>375</b>	<b>354</b>	<b>249</b>	<b>393</b>	<b>372</b>	<b>365</b>	<b>395</b>	<b>387</b>	<b>389</b>	<b>358</b>

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 *no*//minuter. De som inte har tittat på TV drar alltså ner den genomsnittliga tittartiden i jämförelse med tittartiden bland tittarna.

# Mediedagen 2007: Barn och ungdom

## Den bruttotid som barn/ungdom ägnar åt massmedier fördelad på olika medier 2007 (%)



## Bruttotid och ålder

Den samlade bruttotiden för medier ökar i huvudsak med ålder. Bruttotiden har legat relativt stabilt under flera år men sedan föregående år överskrider den sex timmar. För 15 till 24-åringarna uppgår den till närmare sju timmar (393 minuter) – på tio år har ungdomarnas medietid ökat med en dryg halvtimme samtidigt som deras nyttjande av traditionella medier som TV, radio, CD och böcker har minskat – 28 procent av deras medietid ägnas istället åt andra aktiviteter på Internet. Det är ungdomarna som har ökat sin medietid mest, följt av 24 till 44-åringarna. Barn och gamla ligger kvar på ungefär samma tid 2007 som för tio år sedan.

Medier för rörliga bilder tar upp störst andel av de yngstas medietid, 45 procent av 9 till 14-åringars medietid ägnas åt TV och video/dvd. 65 till 79-åringarna ägnar ungefär en tredjedel av sin tid åt rörliga bildmedier, medan de i de övriga åldersgrupperna utgör 30 procent av medietiden.

För ljudmedierna ökar användningen med ålder. Personer mellan 15 och 64 år ägnar ljudmedier högst andel av sin tid: användning av radio, cd-skivor och mp3 utgör närmare 40 procent av bruttotiden.

Den andel av bruttotiden som avsätts för läsning av tryckta medier är lägst, kring 12 procent, bland personer mellan 9 och 44 år. Bland personer över 45 år är den omkring 20 procent eller högre. Bland de yngsta läsarna rör det sig huvudsakligen om böcker, bland de äldsta om tidningar.

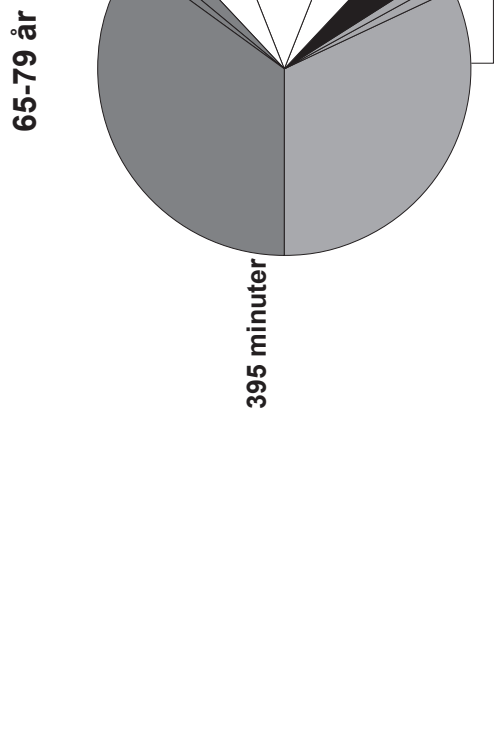
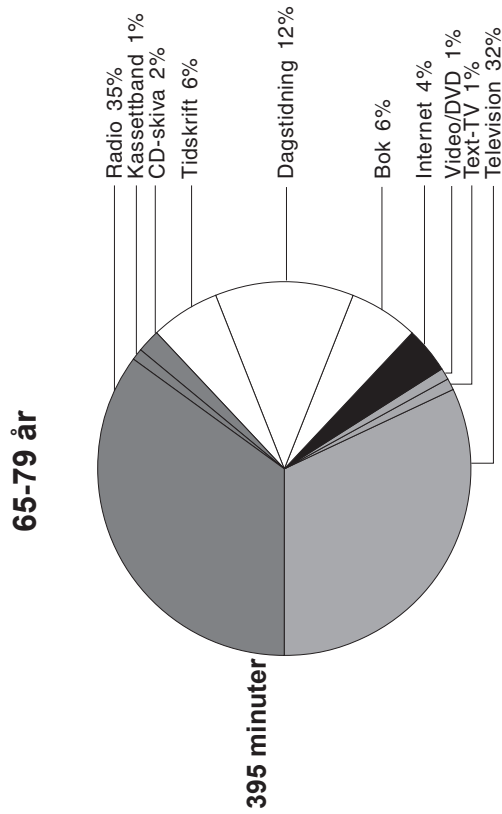
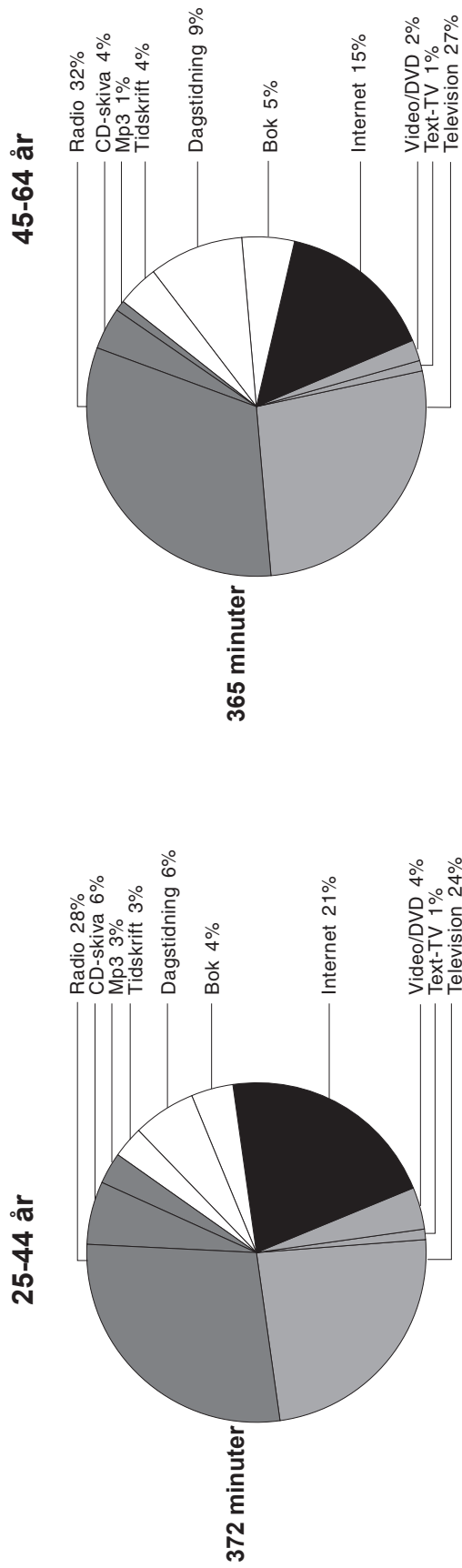
Tillgång till internet via bredband har ökat under de senaste åren och samtidigt har användningstiden ökat. Internet ägnas mest tid bland personer mellan 15 och 24 år och upptar 28 procent av bruttotiden i denna grupp.

### Anmärkning

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

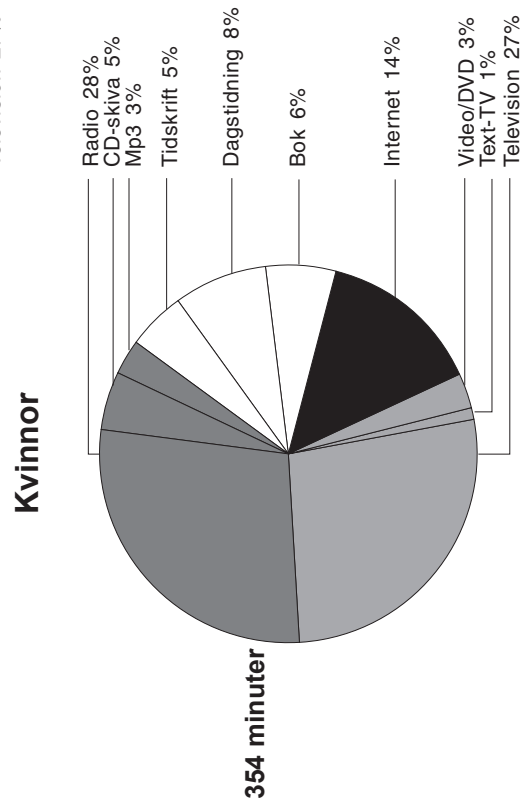
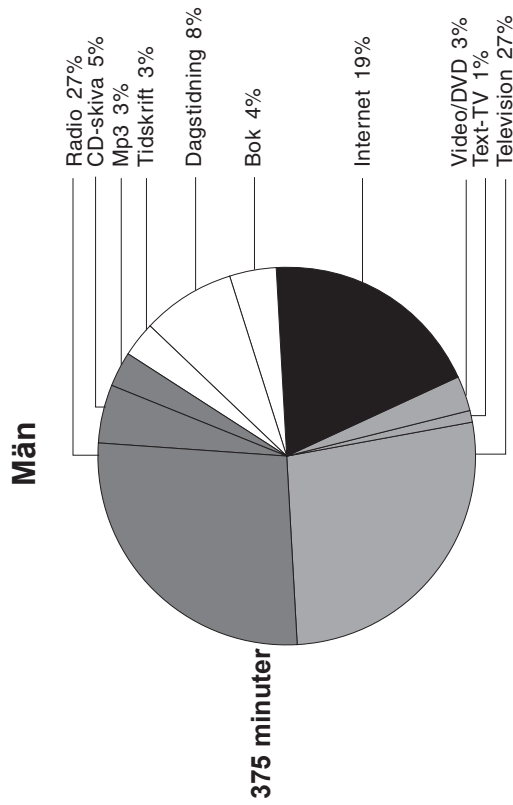
# Mediedagen 2007: Vuxna

Den bruttotid som vuxna i olika åldrar ägnar åt massmedier fördelad på olika medier 2007 (%)



# Mediedagen 2007: Män och kvinnor

## Den bruttotid som män/kvinnor 9-79 år ägnar åt massmedier fördelad på olika medier 2007 (%)



## Män och kvinnor

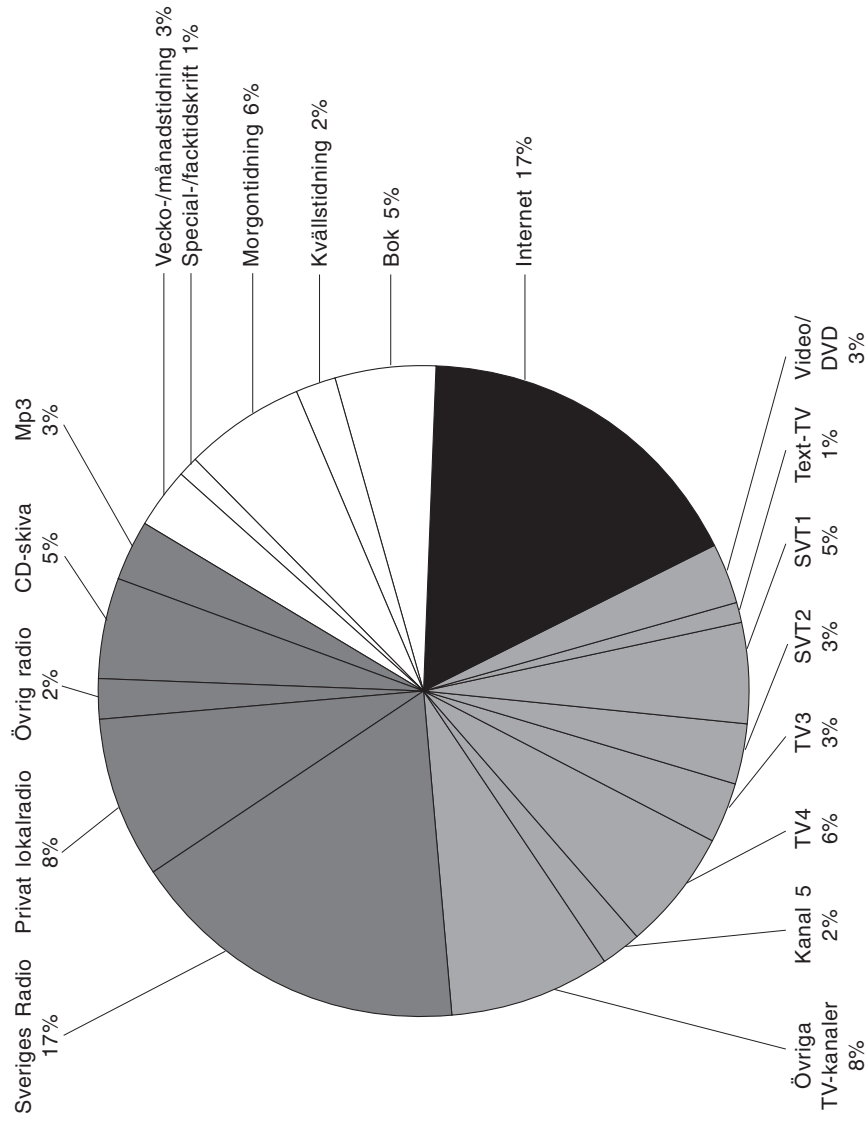
Skillnaden i den bruttotid som ägnas åt medier har tenderat att öka mellan män och kvinnor. Förklaringen kan sökas i internetanvändningen – här kan en påfallande könsskillnad noteras (män 19 procent, kvinnor 14 procent). Kvinnor ägnar mer tid åt lyssnande på radio samt läsning av tidskrifter och böcker än män.

### 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.

# Mediedagen 2007: Medier och kanaler

## Beräknad medieanvändning i tid fördelad på olika medier och kanaler<sup>1</sup> i befolkningen 9-79 år 2007 (%)



## 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 har 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. Ljudradion består vid sidan av Sveriges Radios fyra kanaler av ca 90 lokala privat-radiorationer.

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 har varit relativt stabil under senare år.

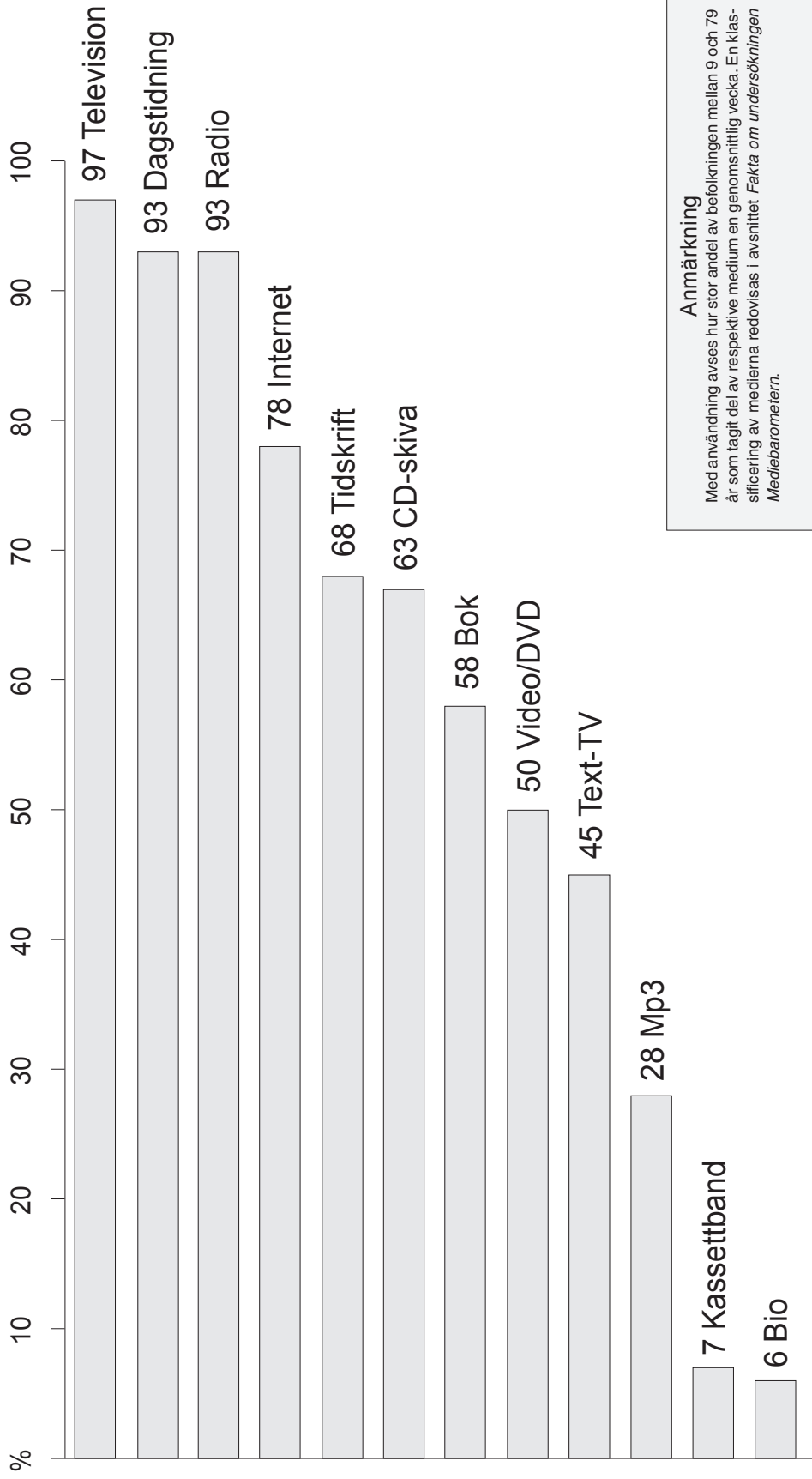
### Not

1. Figuren är en beräkning där Mediebarometerns bruttotid för radio och TV fördelats på grundval av uppgifter från räckviddsstudier för respektive medium 2007.

Källor: Sifo Media (radio), MMS (TV).

# Medieveckan 2007

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig vecka 2007 (%)



# Medieveckan 1991-2007

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig vecka 1991-2007 (%)

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Radio	95	95	94	96	96	96	97	95	95	96	95	95	95	92	92	92	93
Fonogram	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	77	77	72
Kassettband	65	62	60	59	56	51	47	44	40	32	28	24	16	14	12	10	7
CD-skiva <sup>1</sup>	41	44	48	61	63	67	69	71	72	73	74	73	74	71	72	70	63
Mp3	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	18	25	28
Television	97	97	98	99	99	99	98	99	99	99	98	95	98	98	97	98	97
Text-TV	..	..	..	50	52	52	50	57	53	58	52	51	52	44	51	49	45
Video/DVD	40	43	46	48	51	54	54	55	54	54	52	49	50	49	52	49	50
Internet	..	..	..	..	..	..	..	16	39	45	57	60	64	65	72	77	78
Dagstidning	..	..	..	..	..	95	96	95	94	95	96	95	94	93	94	94	93
Morgontidning	90	90	89	92	90	90	89	91	88	90	91	89	88	86	87	89	88
Kvällstidning	62	59	58	63	64	64	62	61	61	62	64	60	60	60	61	61	59
Tidskrift	..	..	..	..	..	83	81	81	80	83	76	70	70	65	71	67	68
Vecko-/månadstidning <sup>2,3</sup>	48	46	51	65	64	61	61	62	61	61	61	53	55	51	56	54	55
Special-/facktidsskrift	52	53	58	60	58	55	54	54	53	58	44	39	37	31	37	33	34
Bok <sup>4</sup>	55	54	54	63	63	59	59	59	58	59	60	59	56	58	60	60	58
Skönlitteratur/barn och ungdomslitteratur	..	..	..	..	..	37	38	39	38	40	45	46	45	46	45	45	44
Facklitteratur/kurs- och läroböcker	..	..	..	..	..	24	25	22	22	21	18	14	11	12	16	14	12
Bio	..	..	..	7	7	8	7	8	7	8	9	8	8	8	6	6	6

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 gramfonoskivor, därefter har frågan gällt både gramfonoskivor 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.

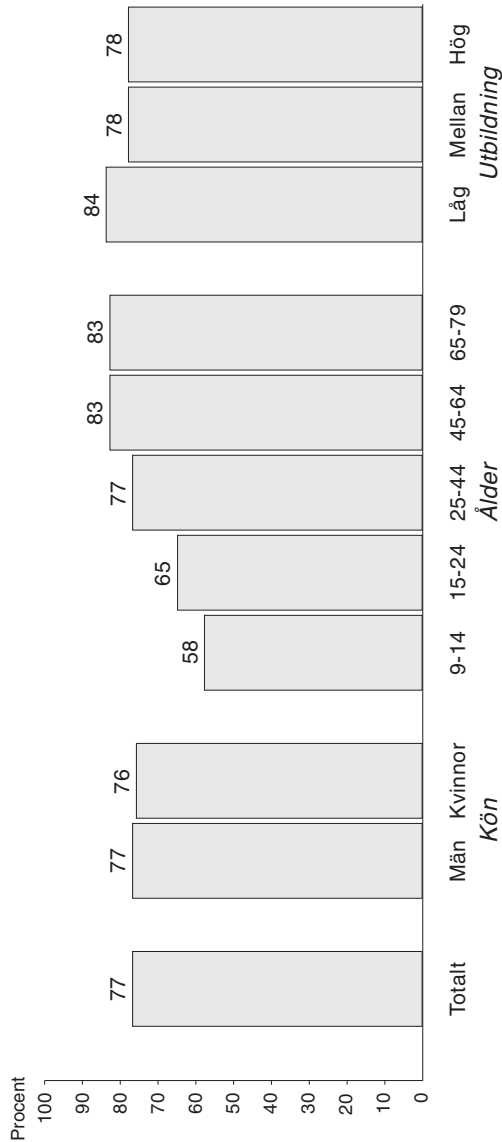
3. I frågeformuleringen från och med 2001 har det ingått förtydliganden när det gäller typ av tidning/tidskrift vilket sannolikt har bidragit till en uppgiven minskad användning av special/facktidsskrifter.

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.



# **Användning av enskilda medier**

### Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



### Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2007 (procent)

År	Kön					Utbildning				
	Män		Kvinnor		Totalt	Låg		Hög		Totalt
	Män	Kvinnor	Mellan	Hög		Mellan	Hög			
1979	73	71	52	73	76	77	75	78	74	73
1981	69	68	46	68	74	70	71	71	72	71
1983	71	70	55	69	75	74	71	72	74	75
1985	73	71	40	73	80	79	73	78	76	80
1987	77	77	39	71	84	85	79	84	78	80
1989	77	78	38	73	82	87	81	84	81	81
1991	77	80	43	73	82	83	84	82	82	79
1993	77	79	50	74	81	84	80	81	81	80
1995	80	82	59	81	81	86	82	83	85	78
1997	82	84	62	82	82	86	83	84	85	80
1999	80	82	62	78	84	83	84	85	86	79
2001	79	78	59	75	78	85	82	82	83	77
2003	79	81	60	75	79	82	86	84	82	78
2004	73	75	49	64	74	77	82	78	76	75
2005	74	74	50	65	73	79	83	81	77	74
2006	74	73	54	58	75	79	83	77	77	77
2007	77	76	58	65	77	83	83	84	78	78

## Lyssnar på radio

Tre fjärdedelar av befolkningen lyssnar på radio en genomsnittlig dag. Radions räckvidd är lägst bland barn och högst bland de äldre. Den huvudsakliga skiljelinjen går mellan 15 till 24-åringar och de som är 25 år och äldre. Det finns inga nämnvärda utbildningsskillnader i radiolyssnandet. Mönstret har varit förhållandevis stabilt under de senaste åren.

Andelen lyssnare ökade successivt fram till mitten av 1990-talet. Ökningen slog igenom i samtliga grupper, men var mest framträdande bland 9 till 14-åringar där radion tidigare hade en relativt sett svag position. Tillkomsten av privat lokalradio är en trolig förklaring till förändringen. Under de senaste åren har en nedgång i radiolyssnandet konstaterats men årets resultat visar på en viss återhämtning.

### Anmärkning

Med radiolyssnande avses all användning av radio oavsett om lyssnandet är aktivt eller inte, vilket betyder att exempelvis arbetsplatslyssnande och radiolyssnande i bilen inkluderas.

## Andel som lyssnar en genomsnittlig dag 2007 (procent)

		%		%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	77	Sysselsättning (16-79 år)	81
	Vuxna 18-79 år	79	Arbetare	82
	Barn/ungdom 9-17 år	61	Tjänstemän	79
Kön	Män 9-79 år	77	Högre tjänstemän/akademiker	85
	Kvinnor 9-79 år	76	Egna företagare	83
Ålder	Män 18-79 år	81	Pensionärer	63
	Kvinnor 18-79 år	78	Studierande	68
	Pojkar 9-17 år	57	Arbetslösa <sup>1</sup>	77
	Flickor 9-17 år	64	Vuxna i hushållet (18-79 år)	81
Utbildning (16-79 år)	9-14 år	58	En person (18 år och äldre)	75
	15-19 år	63	Två personer (18 år och äldre)	77
	20-24 år	68	Tre eller fler (18 år och äldre)	69
	25-34 år	74	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	83
	35-44 år	79	Äldre vuxna (45-79 år)	78
	45-54 år	81	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	75
	55-64 år	84	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	72
	65-79 år	83	Hushåll (9-79 år)	80
	Förgymnasial utbildning < 9 år	86	Hemort (9-79 år)	79
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	78	Större städer	78
Gymnasial utbildning ≤ 2 år	81	Södra mellanbygden	74	
Gymnasial utbildning > 2 år	77	Norra tätbygden	70	
Högskola/universitet ≤ 3 år	79	Norra glesbygden	73	
Högskola/universitet > 3 år	77	Stockholm, Södertälje A-region	72	
		Göteborgs A-region	72	
		Malmö/Lund/Trelleborg		

## Radiolyssnaren

Det samlade radiolyssnandet är utbrett i hela befolkningen. Lägsta andelen lyssnare en genomsnittlig dag finns bland de unga, särskilt pojkar 9 till 17 år, medan den är högst bland personer över 55 år.

Mönstren i radiolyssnandet har varit mycket likartade under den senaste tioårsperioden.

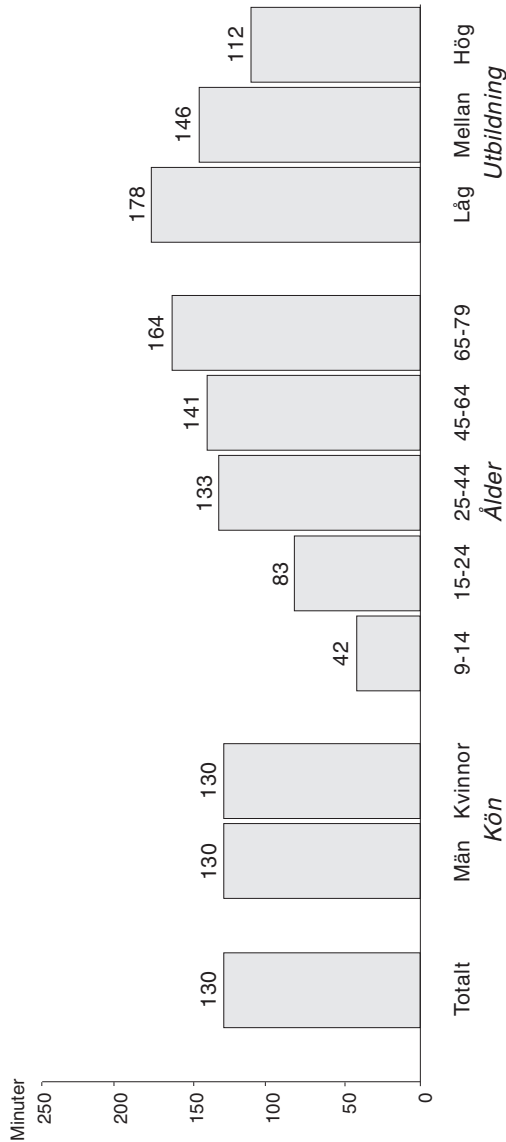
### Anmärkning

Med radiolyssnande avses all användning av radio oavsett om lyssnandet är aktivt eller inte, vilket betyder att exempelvis arbetsplatslyssnande och radiolyssnande i bilen inkluderas.

### Not

1. Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

### Lyssnartid bland lyssnare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (minuter)



### Lyssnartid bland lyssnare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2007 (minuter)

År	Kön		Ålder		Utbildning					
	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1986 <sup>2</sup>	180	175	70	158	196	185	205	211	178	138
1987 <sup>2</sup>	168	170	66	182	181	171	168	184	181	150
1989 <sup>2</sup>	176	188	74	160	191	180	200	199	194	149
1991 <sup>2</sup>	146	139	60	145	176	159	160	164	170	126
1993	144	134	57	152	160	170	143	163	160	121
1995	142	134	58	135	157	150	148	170	155	106
1997 <sup>3</sup>	162	148	87	131	180	164	178	195	177	121
1999 <sup>3</sup>	165	162	90	135	179	172	192	216	188	115
2001 <sup>3</sup>	161	152	66	127	171	175	179	212	179	123
2003 <sup>3</sup>	148	145	47	115	154	165	165	191	169	116
2004 <sup>3,4</sup>	170	169	57	127	178	186	187	219	203	128
2005 <sup>3</sup>	141	132	55	94	151	153	161	182	162	116
2006 <sup>3</sup>	149	144	57	98	150	162	185	196	168	133
2007 <sup>3</sup>	130	130	42	83	133	141	164	178	146	112

### Lyssnartid bland lyssnarna

Den radiolyssnande svenskens genomsnittliga lyssnartid uppgår till drygt 2 timmar. Inget annat medium ägnas så lång tid. En viktig förklaring är givetvis att det huvudsakligen är frågan om ett bakgrundslissnande.

De grupper som framför allt skiljer ut sig är barn och högutbildade. Lyssnartiden i den yngsta åldersgruppen, 9 till 14 år, ligger under en timme medan de äldsta ägnar drygt 2,5 timmar åt att lyssna på radio en genomsnittlig dag. Högutbildade lyssnar på radio knappt två timmar, alltså i klart mindre omfattning än lågutbildade (cirka 3 timmar).

Sedan tio år tillbaka har tiden för radiolyssnande minskat med 20-30 minuter.

### Anmärkning

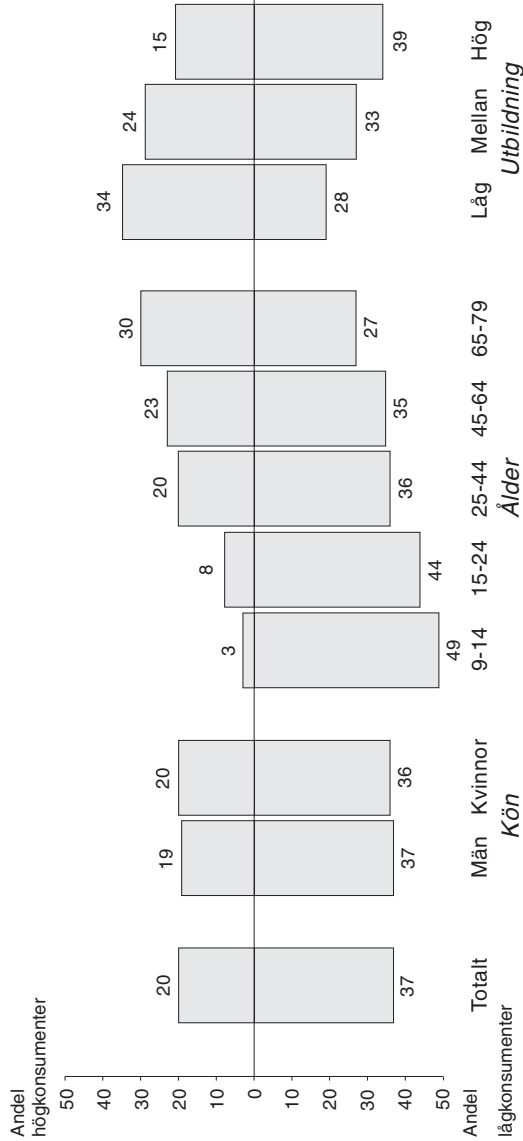
Med radiolyssnande avses all användning av radio oavsett om lyssnandet är aktivt eller inte, vilket betyder att exempelvis arbetsplatslyssnande och radiolyssnande i bilen inkluderas.

Tabellen redovisar genomsnittlig lyssnartid bland dem som lyssnar på radio en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga lyssnartiden i hela befolkningen, vilket även inkluderar alla som inte lyssnar, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2007: Befolkningens medietid*.

### Noter

- Den genomsnittliga lyssnartiden bland dem som lyssnar på radio.
- Vid jämförelser över tid bör noteras att beräkningen av lyssnartiden före 1993 byggde på en fråga där svarspersonerna fick ange mellan vilka tidpunkter de lyssnat på radio, därefter har svarspersonerna själva fått uppskatta sin användningstid. Den angivna tiden har kategoriserats inom fasta tidsangivelser. För beräkning av lyssnartiden fr o m 1993 se tabell 2 (*Fakta om undersökningen Mediebarometer*).
- För att bättre kunna uppskatta andelen som lyssnar på radio under lång tid har frågan om tiden för radiolyssnandet utökats med ett tidsintervall fr o m 1996.
- 2004 ställdes i anslutning till frågan om lyssnartid en fråga om tillgång till radio på arbetsplatsen. Detta har troligen bidragit till en högre siffra vid uppskattningen av lyssnartiden 2004.

## Hög- och lågkonsumenter<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



## Radiolyssnandet

Andelen relativa högkonsumenter av radio är något lägre än andelen relativa lågkonsumenter – 20 respektive 37 procent. Andelen högkonsumenter är som högst bland de lågutbildade och de äldsta och som lägst bland barnen.

De flesta lyssnar i vanlig radio, 66 procent, eller i bilradio 44 procent. Lyssnande via internet och mobiltelefon uppgår till 4 respektive 2 procent av befolkningen en genomsnittlig dag. Andelarna är förhållandevis höga bland ungdomar och personer mellan 24 och 44 år. Här är det 12 procent som lyssnar på radion via ny medietechnologi (internet, mobiltelefon, mp3).

Nästan hela befolkningen lyssnar på radio minst någon gång per vecka. Skillnaderna är små mellan olika grupper. Även i den yngsta åldersgruppen, 9 till 14 år, där lyssnandet en genomsnittlig dag är relativt lågt, når andelen radiolyssnare upp till 86 procent en genomsnittlig vecka. Detta mönster har varit i stort sett stabilt under den gångna tioårsperioden.

## Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2007 (procent)

Genomsnittlig dag	Kön		Ålder					Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Mindre än ½ tim	19	19	19	39	28	19	15	11	13	17	18
½-1 tim	17	18	16	11	16	17	20	16	16	16	21
1-2 tim	12	12	13	4	9	13	15	15	13	13	15
2-3 tim	8	9	7	2	4	8	10	12	9	9	10
3-4 tim	5	4	5	1	2	4	6	8	7	5	4
4-5 tim	3	2	4	1	1	3	3	5	5	3	2
5-6 tim	3	3	3	0	1	3	4	4	6	3	2
Mer än 6 tim	9	10	9	1	4	10	11	12	16	12	6
Lyssnade i:											
Vanlig radio	66	61	71	58	55	56	68	86	81	64	62
Bilradio	44	51	38	43	42	54	48	25	33	46	50
Radio via internet	4	5	3	3	5	7	3	1	1	4	5
Mobiltelefon	2	3	2	3	6	3	1	0	1	3	2
Mp3/Ipod	1	2	1	0	1	2	1	1	0	2	1
Genomsnittlig vecka	93	93	93	86	89	95	95	94	95	94	94

### Anmärkning

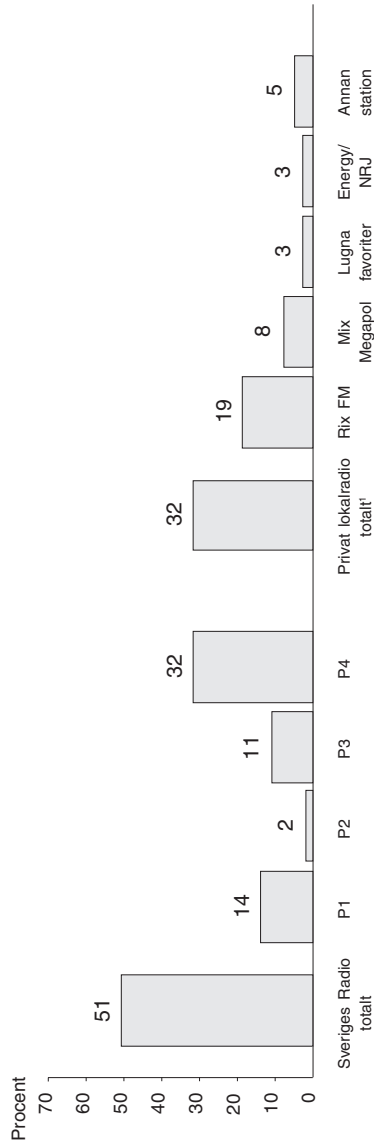
Med radiolyssnande avses all användning av radio oavsett om lyssnandet är aktivt eller inte, vilket betyder att exempelvis arbetsplatslyssnande och radiolyssnande i bilen inkluderas.

Lyssnartiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna fått göra en uppskattning av sin lyssnartid under gårdagen.

### Not

- Med högkonsumenter avses de som lyssnar på radio tre timmar eller mer en genomsnittlig dag och med lågkonsumenter avses de som lyssnar en timma eller mindre en genomsnittlig dag.

## Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



## Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)

Station	Kön		Ålder					Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Sveriges Radio totalt	51	54	49	10	20	45	65	79	71	51	57
P1	14	15	14	1	1	8	19	32	13	10	25
P2	2	2	3	1	-	1	3	7	2	2	4
P3	11	13	9	6	15	19	9	3	5	15	12
P4 totalt	32	34	30	4	6	24	45	54	57	34	28
P4 – lokalt	27	29	26	2	4	19	40	45	49	30	23
P4 – riks	6	7	6	2	2	6	8	10	11	6	6
Privat lokalradio totalt <sup>1</sup>	32	31	33	45	49	43	27	8	18	37	28
RIX FM	19	19	20	28	30	28	15	2	8	22	17
Mix Megapol	8	8	8	6	9	13	7	1	4	9	8
Lugna favoriter	3	3	3	2	4	3	4	2	3	3	3
NRJ	3	2	3	6	8	2	1	0	1	3	1
Annan station	5	5	5	7	8	4	5	4	4	6	4

## Olika kanalers räckvidd

Halva befolkningen lyssnar på någon av Sveriges Radios kanaler en genomsnittlig dag medan 32 procent lyssnar på någon privat radiokanal. Det samlade lyssnandet på såväl Sveriges Radio som privat lokalradio är relativt stabilt.

Den privata radion har sin styrka bland barn, ungdomar och 25 till 44-åringar där Sveriges Radios kanaler är som svagast. I den yngsta åldersgruppen är andelen lyssnare på privat radio mer än fyra gånger så hög som på Sveriges Radios kanaler. Omvänt förhållande gäller för de äldre åldersgrupperna, där Sveriges Radio når betydligt fler – bland pensionärerna 79 procent i jämförelse med den privata radions 8 procent. Mönstret har varit detsamma de senaste åren.

Sveriges Radios P4 är, med sina 32 procent lyssnare en genomsnittlig dag, den klart största enskilda kanalen. Andelen som lyssnar på P3 är 11 procent. Det är lägre än vad den största av de privata radiokanalerna – Rix FM – har, 19 procent. Det bör samtidigt beaktas att medan Sveriges Radios kanaler i princip når hela befolkningen finns det skillnader i mottagningsområdena för de privata kanalerna.

Såväl P1 som P4 har en mycket stor andel av sina lyssnare bland de äldre, medan P3:s lyssnare i första hand återfinns bland ungdomar och 25 till 44-åringar. De privata lokalradiokanalerna har sina största lyssnandelar bland personer under 45 år.

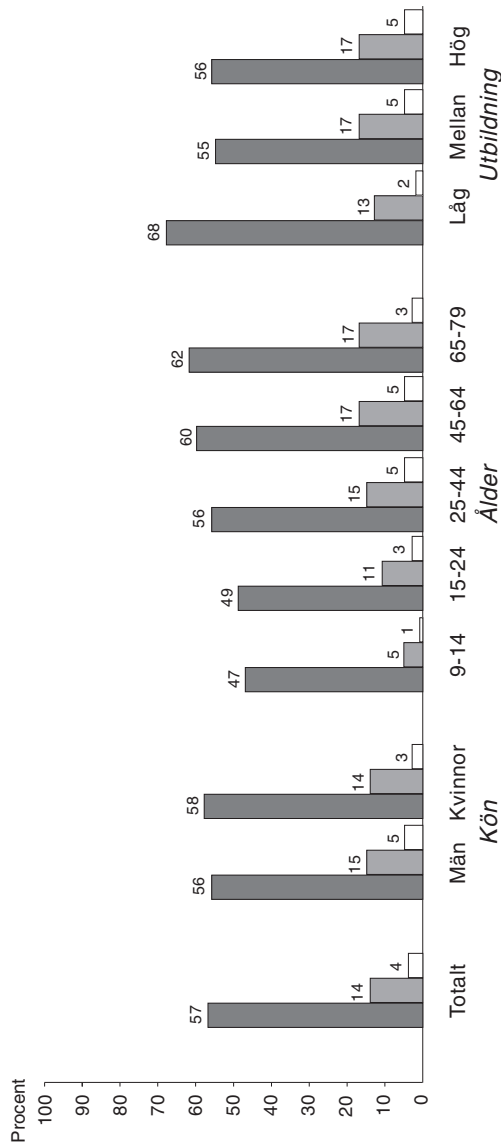
### Anmärkning

Med lyssnare avses de som uppger att de lyssnat minst något på respektive kanal en genomsnittlig dag.

### Not

- Med privat radio avses lyssnande på något av de privata nätverken eller någon annan privat lokalradio.

## Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007: antal kanaler (procent)



### Anmärkning

Med lyssnare avses de som uppger att de lyssnat minst något på respektive kanal en genomsnittlig dag.

## Antalet radiokanaler

Över hälften av befolkningen brukar en genomsnittlig dag hålla sig till enbart en radiokanal. Endast 4 procent har lyssnat på tre eller fler kanaler. Det genomsnittliga antalet kanaler som radiolyssnarna tagit del av år 2007 i medeltal 1,3.

Andelen "enkanalysnare" dominerar i samtliga grupper. Inte i någon grupp är det fler än 5 procent som lyssnat på tre eller fler radiokanaler en genomsnittlig dag. Inte heller det genomsnittliga antalet kanaler som lyssnarna tagit del av uppvisar någon större variation: genomsnittslýssnarna tenderar att antingen lyssna på Sveriges Radio (de äldre) eller på privat lokalradio (de yngre).

## Flerkanalysnare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)

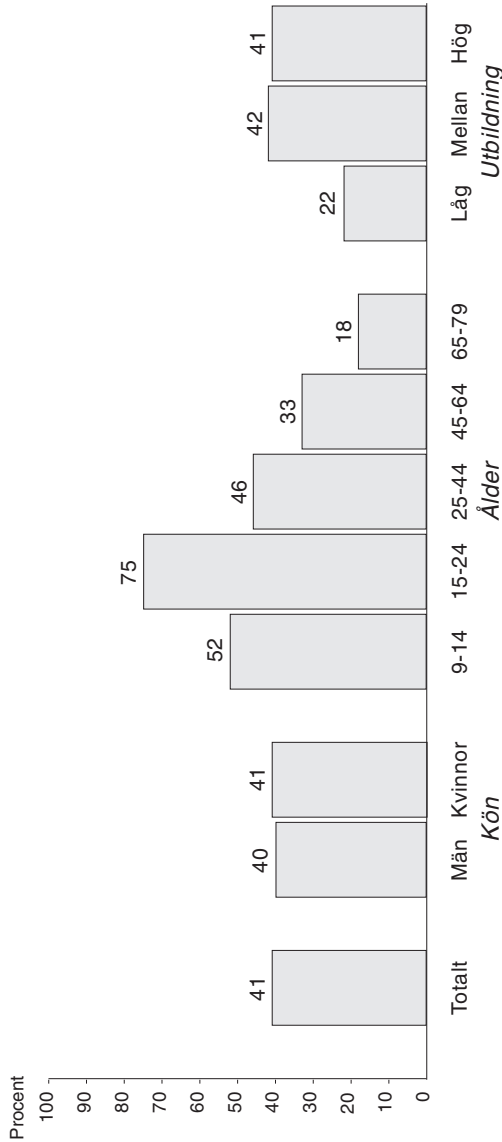
Lyssnar på	Kön			Ålder			Utbildning				
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Lyssnar på endast en kanal	57	56	58	47	49	56	60	62	68	55	56
två kanaler	14	15	14	5	11	15	17	17	13	17	17
tre eller fler kanaler	4	5	3	1	3	5	5	3	2	5	5
Genomsnittligt antal kanaler bland lyssnare	1,3	1,3	1,3	1,1	1,4	1,4	1,3	1,3	1,2	1,4	1,4
<b>Kanalkombinationer</b>											
Sveriges Radio och privatradio <sup>2</sup>	8	9	7	2	6	11	10	4	6	11	9
P1 och P3	1	1	1	-	0	1	2	1	0	1	2
P1 och P4	4	5	3	-	0	2	5	10	5	4	6
P3 och P4	2	3	2	1	1	4	2	1	1	4	2
P3 och privatradio <sup>2</sup>	3	4	3	1	4	6	2	0	1	4	3
P4 och privatradio <sup>2</sup>	5	6	4	1	2	6	8	4	5	7	5

### Noter

1. Avser andel som lyssnat på minst två radiokanaler en genomsnittlig dag.
2. Med privatradio avses lyssnande på något av de privata nätverken eller någon annan privat lokalradio.

# Fonogram (CD-skiva, mp3 och kassetband) 41%

## Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



## Lyssnar på fonogram

Med lyssnande på fonogram avses här de som lyssnat till någon CD-skiva, mp3-spelare eller kassetband.

Drygt 40 procent av befolkningen har lyssnat på CD-skiva, mp3-spelare och/eller kassetband en genomsnittlig dag. I åldersgruppen 15 till 24 år uppgår lyssnandet till 75 procent, mp3-spelaren utgör här huvuddelen. De tekniker som kombineras under en dag är CD-skiva och mp3-spelare. Det gäller i första hand bland de unga – i övrigt är det ovanligt att kombinera de olika teknikerna för att lyssna på ljudinspelningar.

## Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2007 (procent)

Genomsnittlig dag	Kön		Ålder					Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Något fonogram	41	40	41	52	75	46	33	18	22	42	41
Enbart CD-skiva	22	21	23	20	17	29	25	12	14	25	27
Enbart mp3	10	10	10	20	36	9	2	1	2	9	7
Enbart kassetband	1	1	2	1	1	1	2	3	2	1	1
CD-skiva och mp3	6	6	10	19	6	2	1	2	6	5	5
<i>Lyssnartid, genomsnittligt antal minuter</i>											
I befolkningen	29	30	28	25	70	32	21	12	15	33	29
Bland lyssnare	71	74	68	49	94	70	63	67	67	77	69
Genomsnittlig vecka	72	71	73	82	93	82	68	47	51	75	75
Genomsnittlig månad	87	87	88	94	98	95	86	68	70	90	90



# Fonogram (CD-skiva, mp3 och kassetband)

## Andel som lyssnar en genomsnittlig dag 2007 (procent)

	%	Sysselsättning (16-79 år)	%
<b>Totalt</b>			
Totala befolkningen 9-79 år	41	Arbetare	40
Vuxna 18-79 år	38	Tjänstemän	37
Barn/ungdom 9-17 år	60	Högre tjänstemän/akademiker	47
		Egna företagare	41
<b>Kön</b>		Pensionärer	18
Män 9-79 år	40	Studerande	70
Kvinnor 9-79 år	41	Arbetslösa <sup>1</sup>	52
Män 18-79 år	38	Vuxna i hushållet	33
Kvinnor 18-79 år	37	En person (18 år och äldre)	35
Pojkar 9-17 år	53	Två personer (18 år och äldre)	35
Flickor 9-17 år	67	Tre eller fler (18 år och äldre)	51
<b>Ålder</b>			
9-14 år	52	Familj (18-79 år)	58
15-19 år	76	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	25
20-24 år	73	Äldre vuxna (45-79 år)	48
25-34 år	49	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	45
35-44 år	44	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	31
45-54 år	33	Hushåll (9-79 år)	30
55-64 år	32	En person	47
65-79 år	18	Två personer	52
		Tre personer	
		Fyra personer eller fler	
<b>Utbildning</b>			
(16-79 år)		Hemort (9-79 år)	
Förgymnasial utbildning < 9 år	20	Större städer	41
Förgymnasial utbildning 9-10 år	27	Södra mellanbygden	37
Gymnasial utbildning ≤ 2 år	33	Norra tätbygden	41
Gymnasial utbildning > 2 år	47	Norra glesbygden	37
Högskola/universitet ≤ 3 år	39	Stockholm, Södertälje A-region	42
Högskola/universitet > 3 år	44	Göteborgs A-region	49
		Malmö/Lund/Trelleborg	43

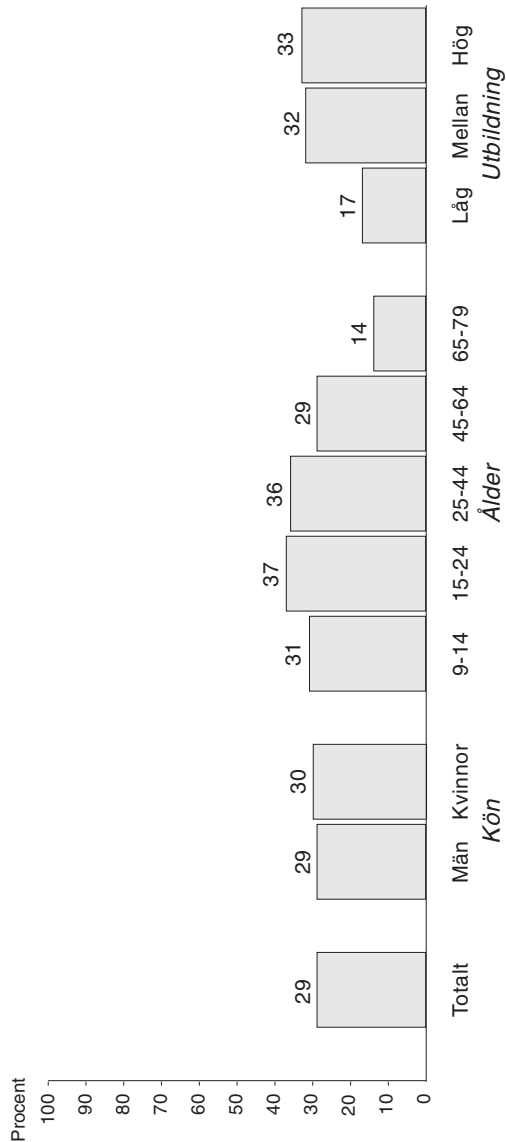
## Andel som lyssnar en genomsnittlig dag

Närmare hälften av befolkningen lyssnar på CD, mp3-spelare och/eller kassetband en genomsnittlig dag. Det är framför allt ungdomar, 15 till 24 år, som lyssnar på fonogram, andelen lyssnare sjunker med stigande ålder.

Not

1. Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

## Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



## Lyssnande på CD-skiva

En genomsnittlig dag lyssnar 29 procent av befolkningen på CD-skiva. Fem år tidigare var motsvarande siffra 39 procent. Minskningen märks särskilt bland barn och ungdomar. Men fortfarande återfinns de flesta lyssnarna bland ungdomar mellan 15 och 24 år och bland 25 till 44-åringar (37 resp 36 procent). Den vikande trenden förklaras av övergången från CD till mp3.

### Anmärkning

Med lyssnande på CD- och grammofoonskiva avses all användning, vilket även inkluderar lyssnande på bok.

## Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2007 (procent)

År	Kön					Utbildning					
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1979 <sup>1</sup>	26	29	24	38	63	28	12	2	17	36	36
1981 <sup>1</sup>	21	21	21	30	52	21	8	5	13	29	28
1983 <sup>1</sup>	20	21	20	22	48	22	9	3	14	30	23
1985 <sup>1</sup>	22	24	20	28	48	24	10	3	13	26	33
1987 <sup>1</sup>	21	21	20	23	47	21	12	5	13	27	28
1989 <sup>1</sup>	20	20	19	21	54	20	6	3	10	28	23
1991 <sup>1</sup>	23	25	21	28	55	23	12	5	11	29	33
1993 <sup>1</sup>	25	27	24	32	60	30	12	3	11	31	44
1995	30	32	28	48	63	32	14	6	16	37	29
1997	35	35	34	51	64	43	21	9	17	40	42
1999	37	37	37	50	63	46	25	12	19	40	42
2001	39	40	38	50	65	49	28	16	20	45	42
2003	38	39	38	47	62	47	31	14	22	41	43
2004	35	34	36	40	57	44	28	14	19	39	38
2005	35	35	35	43	49	42	31	18	19	31	41
2006	31	31	32	35	40	37	28	19	19	33	36
2007	29	29	30	31	37	36	29	14	17	32	33

### Not

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

## Andel som lyssnar en genomsnittlig dag 2007 (procent)

Totalt	%	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	%
Totala befolkningen 9-79 år	29	Tjänstemän	Högre tjänstemän/akademiker	31
Vuxna 18-79 år	29	Egna företagare	Pensionärer	31
Barn/ungdom 9-17 år	29	Studierande	Arbetslösa <sup>1</sup>	37
				38
Kön				14
Män 9-79 år	29			39
Kvinnor 9-79 år	30			36
Män 18-79 år	29	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	26
Kvinnor 18-79 år	29	(18-79 år)	Två personer (18 år och äldre)	28
Pojkar 9-17 år	23		Tre eller fler (18 år och äldre)	36
Flickor 9-17 år	35			
Ålder		Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	39
9-14 år	31		Äldre vuxna (45-79 år)	22
15-19 år	33		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	36
20-24 år	45		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	36
25-34 år	37			
35-44 år	35	Hushåll (9-79 år)	En person	25
45-54 år	30		Två personer	24
55-64 år	28		Tre personer	33
65-79 år	14		Fyra personer eller fler	34
Utbildning (16-79 år)		Hemort (9-79 år)	Större städer	31
Förgymnasial utbildning < 9 år	16		Södra mellanbygden	26
Förgymnasial utbildning 9-10 år	21		Norra tätbygden	26
Gymnasial utbildning ≤ 2 år	26		Norra glesbygden	31
Gymnasial utbildning > 2 år	35		Stockholm, Södertälje A-region	28
Högskola/universitet ≤ 3 år	31		Göteborgs A-region	34
Högskola/universitet > 3 år	35		Malmö/Lund/Trelleborg	31

## CD-lyssnaren

CD-skivan har i första hand varit ungdomarnas medium. Lyssnandet är allra mest utbrett bland 20 till 24-åringar. Relativt få personer över 65 år lyssnar på CD även om denna grupp ökat sitt lyssnande på CD under senare år.

Det är små skillnader mellan män och kvinnor. Andelen lyssnare i gruppen studerande, högre tjänstemän/akademiker och egna företagare är klart över genomsnittet. Även hos yngre vuxna utan barn är lyssnandet mycket utbrett.

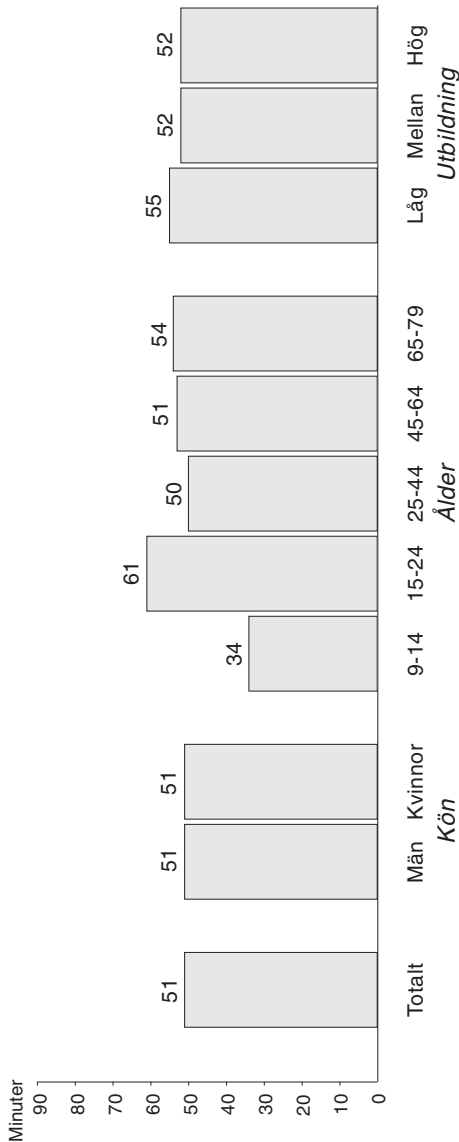
### Anmärkning

Med lyssnande på CD- och grammofoonskiva avses all användning, vilket även inkluderar lyssnande på bok.

### Not

1. Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Lyssnartid bland lyssnare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (minuter)



Lyssnartid bland lyssnare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2007 (minuter)

År	Kön		Ålder				Utbildning			
	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79 <sup>3</sup>	Låg	Mellan	Hög
1986 <sup>2</sup>	74	74	43	91	73	50	58	75	86	67
1987 <sup>2</sup>	74	76	64	91	68	58	53	65	86	72
1989 <sup>2</sup>	67	67	47	78	65	53	39	60	79	62
1991 <sup>2</sup>	77	76	72	92	76	61	45	66	83	79
1993 <sup>2</sup>	74	73	47	84	78	63	35	68	79	77
1995	67	69	50	85	64	56	56	69	73	66
1997	64	66	37	77	69	54	73	62	72	67
1999	63	67	39	84	69	50	60	50	71	71
2001	68	68	48	86	70	57	55	61	74	68
2003	65	68	33	86	67	61	58	68	69	68
2004	63	64	39	72	68	57	59	56	65	69
2005	57	60	37	71	59	55	55	60	60	58
2006	54	54	34	62	59	49	63	61	57	55
2007	51	51	34	61	50	51	54	55	52	52

## Lyssnartid bland CD-lyssnarna

Den tid som lyssnarna ägnade åt CD-skivor låg stabilt omkring 65 minuter under slutet av 1990-talet och början av 2000-talet. Lyssnartiden har minskat något under de senaste åren och ligger 2007 under en timma. Den minskande lyssnartiden märks särskilt bland ungdomarna och förklaras av deras ökade användning av mp3-spelare.

### Anmärkning

Med lyssnande på CD-skivor avses all användning, vilket även inkluderar lyssnande på bok.

Svarspersonerna har utifrån på förhand angivna intervall fått ange hur länge de lyssnade på CD-skivor under gårdagen. Intervallen har sedan omräknats till genomsnittlig lyssnartid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*).

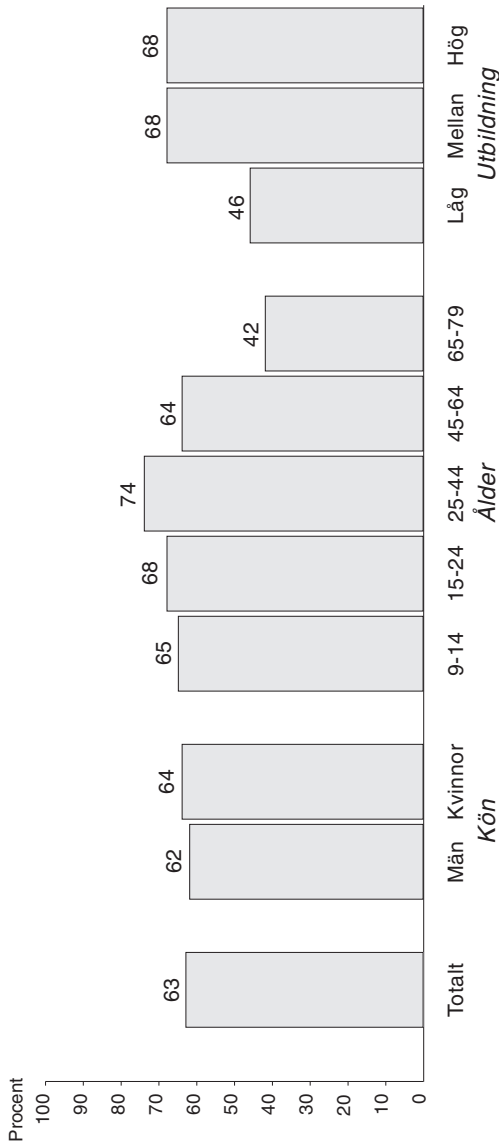
Tabellen redovisar genomsnittlig lyssnartid bland dem som lyssnar på CD-skivor en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga lyssnartiden i hela befolkningen, vilket inkluderar alla som inte lyssnar, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2007: Befolkningens medietid*.

Observera att tabellen enbart baseras på dem som lyssnat en genomsnittlig dag, vilket innebär att antalet svarspersoner är relativt litet och att siffrorna därför bör tolkas med försiktighet.

### Noter

- Den genomsnittliga lyssnartiden bland dem som lyssnar på CD-skivor.
- Fram till och med 1993 gällde frågan lyssnande på enbart gram-mofonskivor, därefter har frågan gällt både grammofonskivor och CD-skivor.
- Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

## Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2007 (procent)



## CD-lyssnandet

Närmare en tredjedel av befolkningen lyssnar på CD-skivor under en genomsnittlig vecka. En minskning kan noteras från en under flera år stabil nivå.

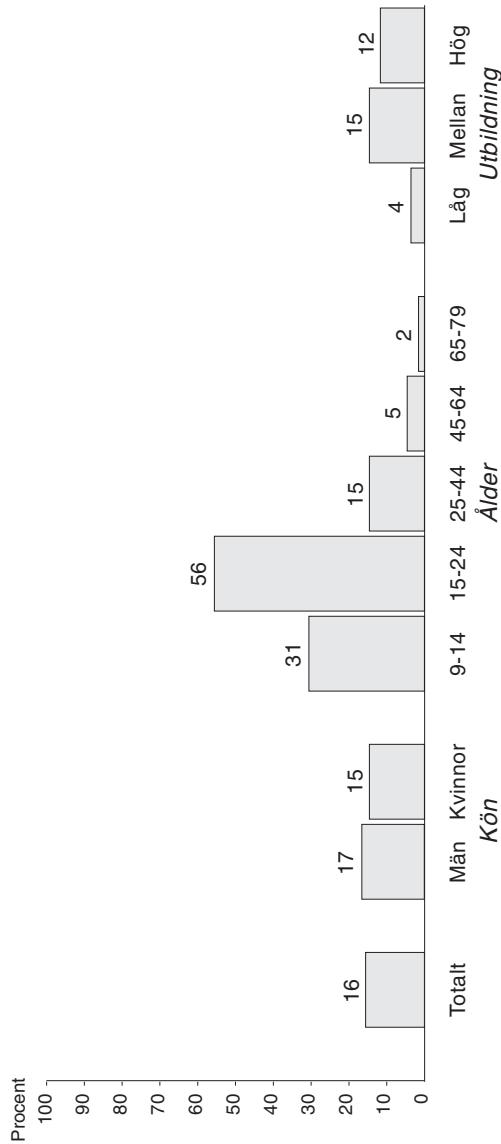
Största andelen veckolyssnare finns i gruppen 25 till 44 år. Den grupp som avviker mest är pensionärerna med 42 procent lyssnare en genomsnittlig vecka. Även månadlyssnandet ligger lågt i pensionsårsgruppen (61 procent).

De allra flesta avsätter en halvtimme eller mer åt CD-lyssnandet en genomsnittlig dag. Ungdomar mellan 15 och 24 år är inte enbart de mest flitiga lyssnarna, utan också de som lyssnar på CD-skivor längre tid än andra grupper – ca 7 procent lyssnar mer än två timmar.

## Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag/månad 2007 (procent)

Genomsnittlig dag	Kön		Ålder				Utbildning				
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Mindre än ½ tim	10	10	10	19	11	13	10	3	5	11	10
½-1 tim	11	10	11	8	10	12	12	7	7	7	13
1-2 tim	5	4	5	2	9	5	4	3	3	5	5
Mer än 2 tim	4	4	4	1	7	5	4	1	2	5	5
Enbart CD-skiva	22	21	23	20	17	29	25	12	14	25	27
Enbart mp3	10	10	10	20	36	9	2	1	2	9	7
Enbart kassetband	1	1	2	1	1	1	2	3	2	2	1
CD-skiva, kassetband eller mp3	41	40	41	52	75	46	33	18	22	42	41
Genomsnittlig månad	81	80	82	83	84	90	83	61	64	85	86

### Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



### Lyssnar på mp3

En genomsnittlig dag lyssnar 16 procent av befolkningen på mp3-spelare. 2005 var motsvarande siffra 10 procent.

Det är framför allt i barn- och ungdomsgrupperna som lyssnandet sker. Bland 9 till 14-åringar lyssnar 31 procent och bland 15 till 24-åringar har 56 procent lyssnat på mp3-spelare en genomsnittlig dag, medan 37 procent har lyssnat på CD-skiva. Det är också i de unga grupperna som tillgången till en mp3-spelare är störst. Även vecko- och månadslyssnandet har ökat under de senaste åren.

#### Anmärkning

Med lyssnande på mp3-spelare avses all användning, vilket även inkluderar lyssnande på bok.

### Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2005-2007 (procent)

	Kön		Ålder					Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<b>Genomsnittlig dag</b>											
2005	10	11	9	22	39	7	2	1	4	9	6
2006	14	15	13	33	50	11	4	1	5	12	10
2007	16	17	15	31	56	15	5	2	4	15	12
<b>Genomsnittlig vecka</b>											
2005	18	21	16	41	58	17	7	2	5	19	12
2006	25	27	22	51	73	25	10	2	8	23	20
2007	28	29	27	55	77	31	12	3	7	27	24
<b>Genomsnittlig månad</b>											
2005	27	31	23	57	71	28	12	4	9	28	21
2006	35	39	32	75	83	39	18	5	12	33	31
2007	39	42	36	73	88	48	21	7	12	39	36

## Andel som lyssnar en genomsnittlig dag 2007 (procent)

	Totala befolkningen 9-79 år	%	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	%
<b>Totalt</b>		16			12
	Vuxna 18-79 år	12	Tjänstemän		8
<b>Kön</b>	Barn/ungdom 9-17 år	42	Högre tjänstemän/akademiker		14
	Män 9-79 år	17	Egna företagare		8
	Kvinnor 9-79 år	15	Pensionärer		2
			Studierande		49
	Män 18-79 år	13	Arbetslösa <sup>1</sup>		23
	Kvinnor 18-79 år	11			
	Pojkar 9-17 år	40	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	9
	Flickor 9-17 år	44	(18-79 år)	Två personer (18 år och äldre)	9
				Tre eller fler (18 år och äldre)	23
<b>Ålder</b>	9-14 år	31			
	15-19 år	61	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	30
	20-24 år	46		Äldre vuxna (45-79 år)	3
	25-34 år	19		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	19
	35-44 år	13		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	13
	45-54 år	6	Hushåll (9-79 år)	En person	9
	55-64 år	4		Två personer	8
	65-79 år	2		Tre personer	22
				Fyra personer eller fler	25
<b>Utbildning (16-79 år)</b>	Förgymnasial utbildning < 9 år	3			
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	9	Hemort (9-79 år)	Större städer	13
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	8		Södra mellanbygden	15
	Gymnasial utbildning > 2 år	19		Norra tätbygden	18
	Högskola/universitet ≤ 3 år	11		Norra glesbygden	10
	Högskola/universitet > 3 år	14		Stockholm, Södertälje A-region	21
				Göteborgs A-region	18
				Malmö/Lund/Trelleborg	20

## Andel som lyssnar en genomsnittlig dag

Mp3-lyssnandet uppvisar stora skillnader mellan olika åldersgrupper. Bland ungdomar 15 till 19 år har 61 procent lyssnat på mp3-spelare en genomsnittlig dag. I denna grupp är mp3-lyssnandet dubbelt så vanligt som lyssnande på CD. Bland studerande lyssnar omkring 50 procent en vanlig dag och bland pensionärer är andelen 2 procent.

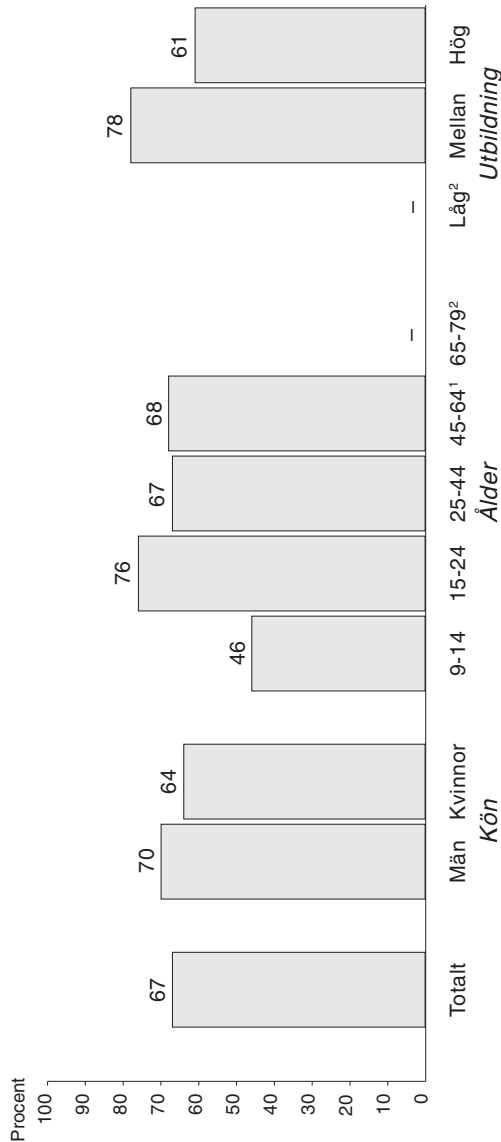
### Anmärkning

Med lyssnande på mp3-spelare avses all användning, vilket även inkluderar lyssnande på bok.

### Not

1. Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

### Lyssnartid bland lyssnare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2007 (minuter)



### Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag/månad 2007 (procent)

Genomsnittlig dag	Kön		Ålder					Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Mindre än ½ tim	5	5	4	16	11	4	2	1	1	3	4
½-1 tim	5	5	5	9	19	6	1	0	2	6	4
1-2 tim	4	4	3	4	15	3	1	0	1	3	3
Mer än 2 tim	3	3	2	3	10	2	1	0	0	3	1
Enbart mp3	10	10	10	20	36	9	2	1	2	9	7
Enbart CD-skiva	22	21	23	20	17	29	25	12	14	25	27

### Lyssnartid bland mp3-lyssnarna

Den tid som ägnas åt lyssnande på mp3 ligger på 67 minuter en genomsnittlig dag. Lyssnartiden är relativt jämt fördelad mellan män och kvinnor. Ungdomarnas lyssnartid, 76 minuter, är betydligt längre än motsvarande för barn, 46 minuter. En relativt hög andel av ungdomarna, 19 procent, lyssnar mellan en halv och en hel timme på mp3. Bland ungdomarna märks också teknikövergången från CD till mp3 då andelen som enbart tagit del av mp3 är 36 procent och andelen för enbart CD 17 procent.

#### Anmärkning

Med lyssnande på mp3 avses all användning av bärbar mp3, vilket även inkluderar lyssnande på bok och radio. Svarspersonerna har utifrån på förhand angivna intervall fått ange hur länge de lyssnade på mp3 under gårdagen. Intervallen har sedan omräknats till genomsnittlig lyssnartid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*).

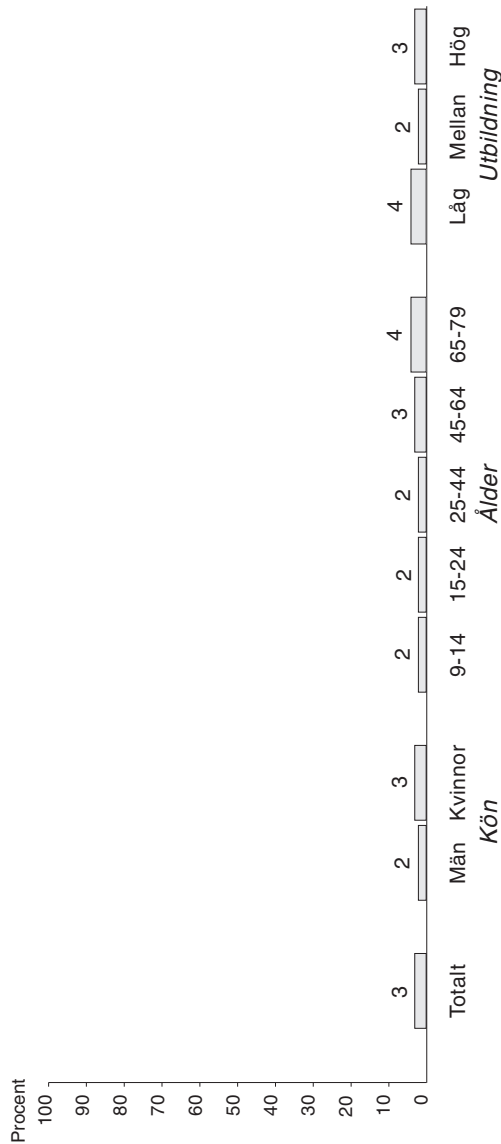
Figuren redovisar genomsnittlig lyssnartid bland dem som lyssnar på mp3 en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga lyssnartiden i hela befolkningen, vilket inkluderar alla som inte lyssnar, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2007: Befolkningens medietid*. Observera att figuren enbart baseras på dem som lyssnat en genomsnittlig dag, vilket innebär att antalet svarspersoner är relativt litet och att siffrorna därför bör tolkas med försiktighet.

#### Not

1. Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.
2. Antalet svarspersoner är mindre än 50 och siffran redovisas ej.



## Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



## Lyssnar på kassetband

För 20 år sedan lyssnade närmare 40 procent av befolkningen på kassetband en genomsnittlig dag och 2007 är motsvarande siffra 3 procent. De låga siffrorna för kassetbandlyssnande har sin bakgrund i att först CD-skivan och nu mp3-spelarna tagit över som musikmedium. Lyssnandet på kassetband har minskat i samtliga grupper. Men helt ute är inte kassetbanden, lyssnarandelen är 7 procent per vecka och 13 procent per månad.

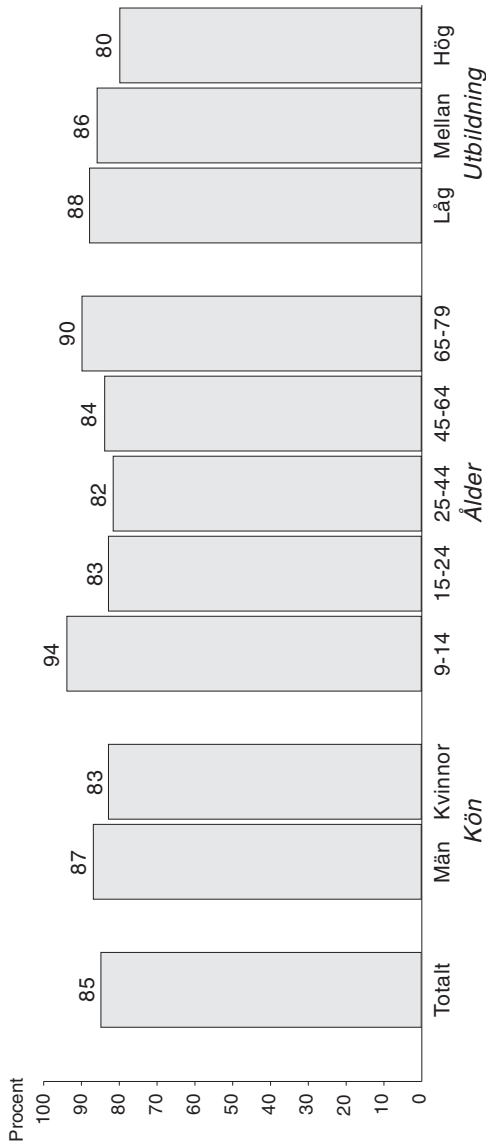
### Anmärkning

Med lyssnande på kassetband avses all användning, vilket även inkluderar lyssnande på talböcker och andra ljudkassetter.

## Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 1979-2007 (procent)

År	Kön						Ålder						Utbildning				
	Män		Kvinnor		9-14		15-24		25-44		45-64		65-79		Låg	Mellan	Hög
	Totalt	33	26	55	57	28	20	4	22	37	27						
1979	30	33	26	55	57	28	20	4	22	37	27						
1987	39	41	37	64	72	38	22	12	26	44	44						
1995	25	26	24	32	35	28	19	13	20	27	24						
2000	12	11	13	17	18	13	9	9	10	11	13						
2002	9	8	10	8	9	9	9	10	9	10	9						
2003	5	5	6	7	5	5	5	7	5	5	6						
2004	5	4	5	4	4	4	5	6	5	5	5						
2005	4	3	5	3	3	4	4	6	5	4	5						
2006	4	4	4	4	2	3	4	6	5	3	4						
2007	3	2	3	2	2	2	3	4	4	2	3						
Genomsnittlig vecka	7	7	7	6	6	5	8	11	9	7	7						
Genomsnittlig månad	13	13	14	11	11	10	13	20	17	13	13						

## TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



## Tittar på TV

En genomsnittlig dag tittar 85 procent av befolkningen på TV. TV-tittandet är utbrett i alla åldrar, men TV:s räckvidd är något högre bland de yngsta och de äldsta i jämförelse med ungdomar och personer mellan 25 och 64 år. Högutbildade tittar på TV något mindre än andra grupper. Mönstret är relativt stabilt över tid.

Den totala andelen tittare ökade fram till slutet av 1990-talet, men har därefter varit på i stort sett samma nivå. Det kraftigt ökade TV-utbudet och inte minst det ökade antalet kanaler bidrog med all säkerhet till uppgången. Detta gäller flertalet grupper – en viss nedgång i tittandet kan dock förmärkas bland 15 till 24-åringarna.

### Anmärkning

Med TV-tittande avses tittande på såväl svenska som utländska kanaler. Användning av video/DVD och text-TV ingår inte.

## TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2007 (procent)

År	Kön				Ålder				Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1979	76	78	75	87	70	72	78	83	78	74	68
1981	74	75	72	85	65	68	75	82	76	70	65
1983	76	77	74	85	70	70	78	85	79	73	66
1985	76	76	75	85	69	72	78	84	78	74	68
1987	80	80	80	86	75	75	81	90	83	78	74
1989	76	76	75	84	67	70	78	88	88	72	68
1991	79	80	79	85	73	73	80	92	83	77	73
1993	84	84	83	89	83	77	86	91	89	82	75
1995	84	85	84	90	78	81	84	94	85	84	80
1997	84	86	82	90	85	77	85	90	87	82	79
1999	88	89	86	90	85	86	87	93	90	89	82
2001	87	88	86	94	89	79	88	94	90	85	82
2003	87	89	85	93	86	84	87	91	90	87	82
2004	85	87	83	93	84	81	84	90	88	84	81
2005	86	86	85	93	87	82	83	93	88	86	81
2006	86	86	86	92	84	83	85	91	89	86	83
2007	85	87	83	94	83	82	84	90	88	86	80

## Andel som tittar en genomsnittlig dag 2007 (procent)

	Totalt	%	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	%
	Totala befolkningen 9-79 år	85			85
	Vuxna 18-79 år	84	Tjänstemän		81
	Barn/ungdom 9-17 år	92	Högre tjänstemän/akademiker		80
Kön	Män 9-79 år	87	Egna företagare		81
	Kvinnor 9-79 år	83	Pensionärer		90
			Studierande		82
			Arbetslösa <sup>1</sup>		74
Ålder	Män 18-79 år	86	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	81
	Kvinnor 18-79 år	82	(18-79 år)	Två personer (18 år och äldre)	86
	Pojkar 9-17 år	93		Tre eller fler (18 år och äldre)	81
	Flickor 9-17 år	91			
	9-14 år	94	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	80
	15-19 år	85		Äldre vuxna (45-79 år)	87
	20-24 år	78		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	82
	25-34 år	82		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	82
	35-44 år	82	Hushåll (9-79 år)	En person	82
	45-54 år	82		Två personer	88
	55-64 år	85		Tre personer	81
	65-79 år	90		Fyra personer eller fler	86
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	89	Hemort (9-79 år)	Större städer	86
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	85		Södra mellanbygden	87
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	86		Norra tätbygden	86
	Gymnasial utbildning > 2 år	86		Norra glesbygden	83
	Högskola/universitet ≤ 3 år	80		Stockholm, Södertälje A-region	83
	Högskola/universitet > 3 år	80		Göteborgs A-region	84
			Malmö/Lund/Trelleborg	84	

## TV-tittaren

Trots att en mycket stor andel av befolkningen 9 till 79 år ser på TV en genomsnittlig dag finns det skillnader mellan olika grupper. Barn och pensionärer tittar mer än andra åldersgrupper, 94 respektive 90 procent, en genomsnittlig dag. Lågst andel TV-tittare återfinns i åldersgruppen 20 till 24-åringarna, 78 procent, och här kan en något vikande trend konstateras. Lågutbildade tittar mer på TV än högutbildade.

Grupper med låga andelar TV-tittare en genomsnittlig dag finner vi också bland högre tjänstemän/akademiker och egna företagare (80 och 81 procent). Skillnaderna är i övrigt relativt små mellan olika grupper.

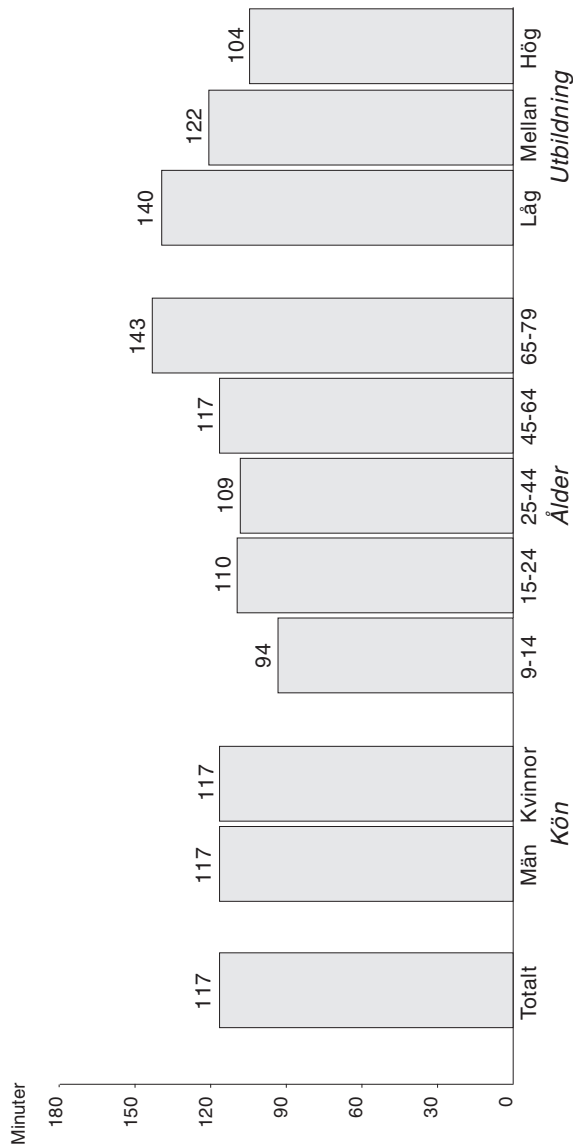
### Anmärkning

Med TV-tittande avses tittande på såväl svenska som utländska kanaler. Användning av video/DVD och text-TV ingår inte.

### Not

1. Antalet svartsvarpersoner är mindre än 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Tittartid bland TV-tittare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (minuter)



Tittartid bland TV-tittare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2007 (minuter)

År	Kön					Ålder			Utbildning					
	Män		Kvinnor		Totalt	25-44		45-64		65-79		Låg	Mellan	Hög
	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor		Låg	Mellan	Hög						
1986 <sup>2</sup>	133	135	128	111	121	121	141	160	144	130	121	144	130	121
1987 <sup>2</sup>	150	154	145	133	135	139	156	187	165	144	130	165	144	130
1989 <sup>2</sup>	132	137	126	100	111	116	133	189	155	120	118	155	120	118
1991 <sup>2</sup>	136	143	129	110	130	120	136	180	152	130	118	152	130	118
1993	124	125	123	123	123	101	122	171	146	120	80	146	120	80
1995	117	116	117	102	113	103	117	154	135	116	95	135	116	95
1997	112	112	112	95	114	98	114	142	132	108	98	132	108	98
1999	111	114	109	98	111	100	108	149	137	110	91	137	110	91
2001	118	117	118	101	129	108	112	142	141	119	96	141	119	96
2003	122	125	118	93	131	116	121	143	144	126	106	144	126	106
2004	120	120	120	99	122	114	118	142	139	124	106	139	124	106
2005	112	112	112	90	111	103	112	137	134	115	99	134	115	99
2006	118	120	116	91	115	113	117	144	142	121	108	142	121	108
2007	117	117	117	94	110	109	117	143	140	122	104	140	122	104

## Tittartid bland TV-tittarna

Den genomsnittliga tittartiden bland tittarna ligger på knappt två timmar en vanlig dag, vilket är klart under genomsnittet för Europa, särskilt i förhållande till södra Europa och Storbritannien.

Män och kvinnor ägnar lika mycket tid åt TV en genomsnittlig dag. Pensionärer är de verkliga högkonsumenterna med två timmar och 23 minuters tittartid. För 9 till 14-åringarna gäller att de trots sin höga exponering har lägre tittartid (drygt 1,5 timmar) än de vuxna. Bland vuxna minskar den uppgivna tittartiden klart med ökad utbildning.

Tittartiden bland TV-tittarna har trots det ökade utbudet legat på en relativt stabil nivå sedan mitten av 1990-talet. En viss nedgång kan dock noteras under de senaste åren bland 15 till 24-åringarna.

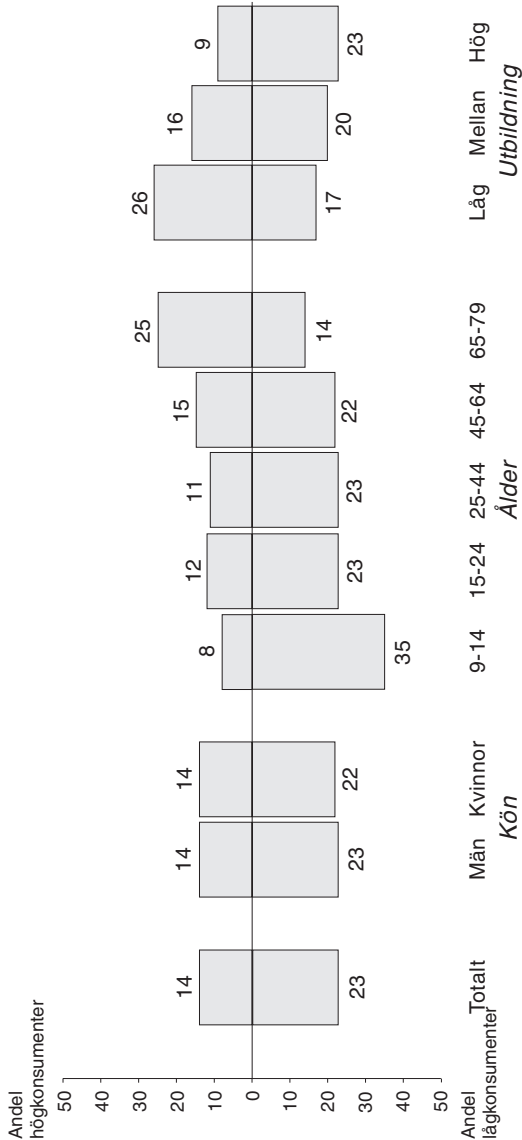
### Anmärkning

Med TV-tittande avses tittande på såväl svenska som utländska kanaler. Användning av video/DVD och text-TV ingår inte. Tabellen redovisar genomsnittlig tittartid bland dem som tittar på TV en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga tittartiden i hela befolkningen, vilket inkluderar alla som inte tittar, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2007: Befolkningens medietid*.

### Noter

1. Den genomsnittliga tittartiden bland dem som tittar på TV.
2. Vid jämförelser över tid bör noteras att beräkningen av tittartiden före 1993 byggde på en fråga där svarspersonerna fick ange mellan vilka tidpunkter de tittat på TV, därefter har svarspersonerna själva fått uppskatta sin användningstid. Den angivna tiden har kategoriserats inom fasta tidsangivelser. För beräkningen av tittartiden fr o m 1993 se tabbl 2. (*Fakta om undersökningen Mediebarometern*)

## Hög- och lågkonsumenter<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



## TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2007 (procent)

Genomsnittlig dag	Kön		Ålder					Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Mindre än ½ tim	7	7	6	12	8	7	6	3	4	6	7
½-1 tim	16	16	16	23	15	16	16	11	13	14	16
1-2 tim	28	29	28	34	30	28	28	25	26	28	29
2-3 tim	20	21	20	18	19	20	19	25	19	23	19
3-4 tim	9	9	9	5	7	7	10	15	16	10	6
4-5 tim	3	3	3	1	3	3	3	6	5	4	2
Mer än 5 tim	2	2	2	2	2	1	2	4	5	2	1
<b>Tittade</b>											
I vanlig TV-apparat	85	86	83	94	82	81	83	89	88	85	79
Via dator/internet	1	2	1	1	3	2	1	1	1	1	2
<b>Genomsnittlig vecka</b>	<b>97</b>	<b>97</b>	<b>97</b>	<b>100</b>	<b>97</b>	<b>97</b>	<b>97</b>	<b>98</b>	<b>97</b>	<b>98</b>	<b>96</b>

## TV-tittandet

Andelen relativa högkonsumenter av TV – de som en vanlig dag ser tre timmar eller mer – är 14 procent, vilket betyder att den nedgång som skett de senaste åren har stabiliserats. Högkonsumenterna är ungefär lika många bland män och kvinnor. Pensionärer och lågutbildade – delvis samma grupper – skiljer ut sig genom att ha en högre andel högkonsumenter. Det finns få högkonsumenter bland de yngsta och de högst utbildade. Andelen relativa lågkonsumenter – de som tittar en timma eller mindre – är högst bland de yngsta (34 procent) och fördelar sig förhållandevis jämnt i övriga grupper.

Flerparten tittar på TV i vanlig TV-apparat. Något genomsnitt för tittande på TV i datorn en genomsnittlig dag kan inte konstateras. Det är främst bland 15 till 25-åringar sådana vanor kan noteras – om än på en förhållandevis blygsam nivå, 3 procent.

I stort sett har hela befolkningen mellan 9 och 79 år sett åtminstone något på TV under en genomsnittlig vecka.

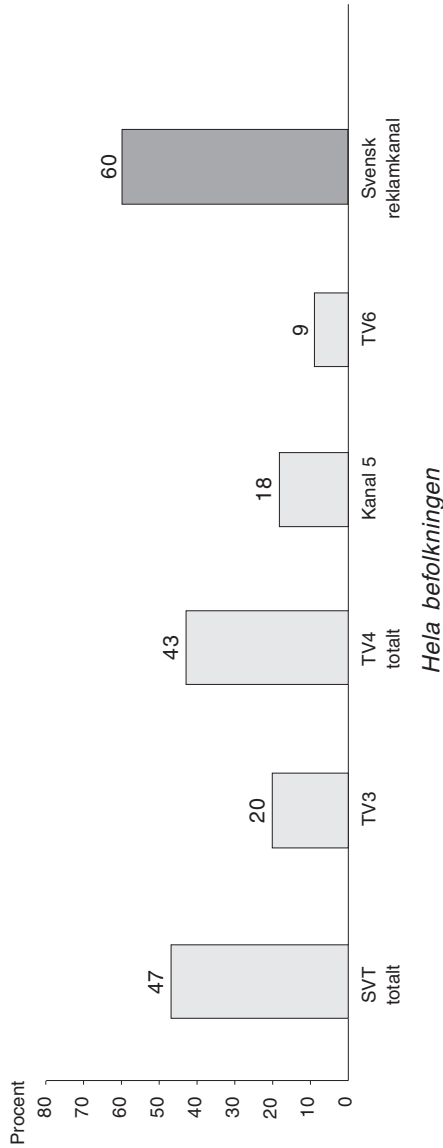
### Anmärkning

Med TV-tittande avses tittande på såväl svenska som utländska kanaler. Användning av video/DVD och text-TV ingår inte. Tittartiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna fått göra en uppskattning av sin tittartid under gårdagen.

### Not

- Med "högkonsumenter" avses de som tittar på TV tre timmar eller mer en genomsnittlig dag och med "lågkonsumenter" avses de som tittar på TV en timma eller mindre en genomsnittlig dag.

## TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



## Kanalernas räckvidd

En genomsnittlig dag ser 47 procent av befolkningen någon av SVT:s TV-kanaler och 43 procent tar del av någon TV4-kanal. Andelen av befolkningen som tar del av minst någon av de svenska reklam-TV-kanalerna är 60 procent.

Räckvidden för SVT varierar med ålder – från 29 procent bland 9 till 14-åringar och 17 procent bland ungdomar till 76 procent bland de äldsta. Även TV4 har en högre andel tittare bland äldre än bland yngre – från 29 procent bland de yngsta till 53 procent bland äldre. De övriga kanalerna har sina största andelar av publiken bland ungdomar (t ex Kanal 5 39 procent och TV3 35 procent) medan det i gruppen 65-79 år rör sig om 12 och 9 procent. Under de senaste åren kan en omfördelning av TV-tittandet konstateras främst bland 15 till 24-åringarna – de har till dels förflyttat sitt TV-tittande från SVT och TV4 till andra kanaler.

## TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)

	Kön		Ålder					Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
SVT totalt <sup>1</sup>	47	48	45	29	17	39	53	76	61	44	51
SVT1	38	39	36	21	15	33	42	62	48	36	42
SVT2	29	33	26	4	8	21	36	56	43	29	32
Andra SVT-kanaler <sup>2</sup>	4	5	4	9	2	3	4	6	4	4	4
TV3 <sup>3</sup>	20	19	20	21	35	24	14	12	17	24	14
TV4 totalt <sup>4</sup>	43	42	44	29	32	45	45	53	54	47	39
TV4	41	40	41	26	31	41	42	51	52	43	37
Andra TV4-kanaler <sup>5</sup>	6	7	6	4	4	7	8	7	8	7	5
Kanal 5 <sup>3</sup>	18	17	19	19	39	24	10	9	12	23	13
TV6 <sup>3</sup>	9	13	5	15	20	8	6	4	5	10	6
Svensk reklamkanal <sup>6</sup>	60	61	60	61	70	63	55	58	63	66	52

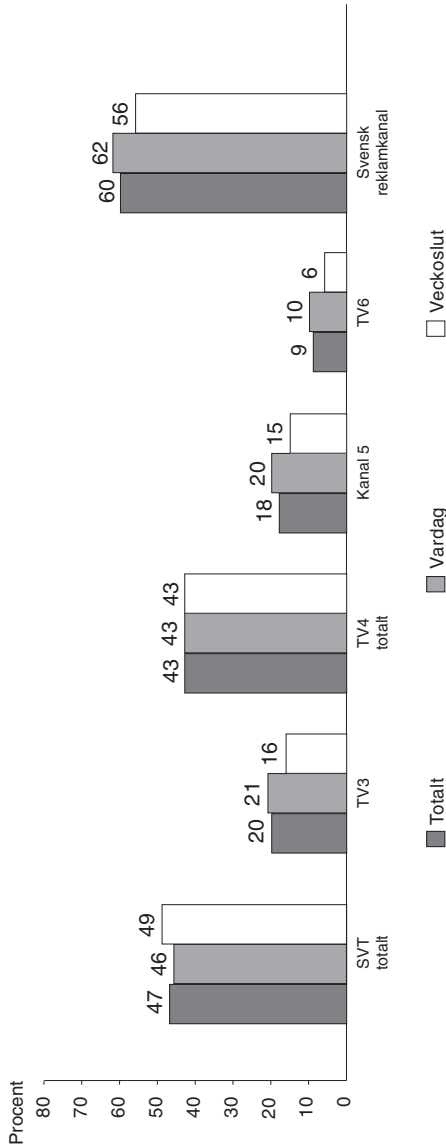
### Anmärkning

Siffrorna avser andelen som sett minst något på kanalen och inte den genomsnittliga publikandelen. Vidare speglar siffrorna snarare tittarprofilen än det faktiska tittandet då det rör sig om enskilda kanaler.

### Noter

1. Har tittat på någon av SVT:s kanaler (SVT1, SVT2, Barnkanalen, Kunskapskanalen eller 24).
2. Har tittat på Barnkanalen, Kunskapskanalen eller SVT24. Hösten 2007 var tillgången till Barnkanalen 74%, Kunskapskanalen 74% och SVT24 84%.
3. Källa: MMS, Kanalpenetrationsundersökning hösten 2007. Hösten 2007 var tillgången till TV3 79%, Kanal 5 81% och TV6 83%.
4. Källa: MMS, Kanalpenetrationsundersökning hösten 2007. Har tittat på någon av TV4:s kanaler (TV4, TV4plus, TV400 eller TV4fakta).
5. Har tittat på TV4plus, TV400 eller TV4fakta. Hösten 2007 var tillgången till TV4plus 78% och TV400 40%. Källa: MMS, Kanalpenetrationsundersökning hösten 2007.
6. Har tittat på någon av följande svenska reklamkanaler: TV3, TV4, TV4plus, TV400, TV4fakta, Kanal5, TV6, TV7, TV8, The Voice TV, ONE television eller ZTV. Hösten 2007 var tillgången till TV7 33%, TV8 58%, The Voice TV 26%, och ZTV 38%. Källa: MMS, Kanalpenetrationsundersökning hösten 2007.

## TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig vardag/veckoslut 2007 (procent)



## Räckvidd vardag/veckoslut

Det är ungefär lika många som tittar på olika kanaler på vardagar som under veckoslut. En liten skillnad kan dock noteras mellan Sveriges Televisions kanaler och de svenska reklamfinansierade kanalerna. För Sveriges Televisions del är andelen tittare något högre under veckosluten, 49 procent än vardagarna 46 procent. Räckvidden för de kommersiella kanalerna är sammantaget något högre på vardagar 62 procent än under veckosluten, 56 procent.

Under 2007 har digitaliseringen av marksänd TV genomförts. Tittande på olika kanaler varierar endast marginellt i förhållande till olika mottagningsförhållanden.

### Anmärkning

Siffrorna avser andelen som sett minst något på kanalen och inte den genomsnittliga publikandelen. Vidare speglar siffrorna snarare tittarprofilen än det faktiska tittandet då det rör sig om enskilda kanaler.

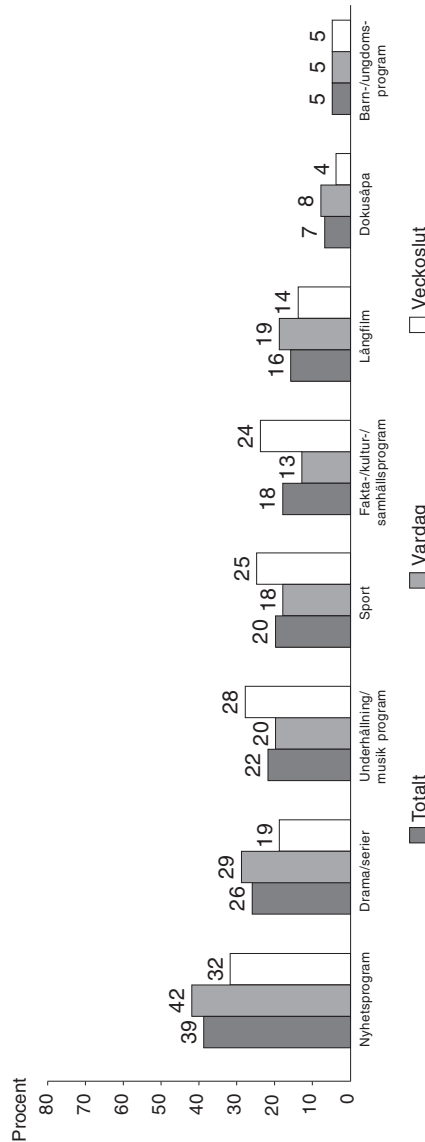
## TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig vardag/veckoslut 2007 (procent)

	Hela befolkningen	Befolkningen med marksänd mottagning <sup>7</sup>	Befolkningen med parabol mottagning	Befolkningen med kabel-TV	Befolkningen med bredbands-TV
SVT totalt <sup>1</sup>	47	48	44	49	43
SVT1	38	37	35	40	38
SVT2	29	30	27	31	25
Andra SVT-kanaler <sup>2</sup>	4	5	4	4	8
TV3 <sup>3</sup>	20	19	16	25	19
TV4 totalt <sup>4</sup>	43	45	47	43	49
TV4	41	42	44	41	47
Andra TV4-kanaler <sup>5</sup>	6	7	8	7	11
Kanal 5 <sup>3</sup>	18	17	17	21	22
TV6 <sup>3</sup>	9	11	7	10	11
Svensk reklamkanal <sup>6</sup>	60	61	62	64	64

### Noter

- Har tittat på någon av SVT:s kanaler (SVT1, SVT2, Barnkanalen, Kunskapskanalen eller 24).
- Har tittat på Barnkanalen, Kunskapskanalen eller SVT24. Hösten 2007 var tillgången till Barnkanalen 74%, Kunskapskanalen 74% och SVT24 84%.
- Källa: MMS. Kanalpenetrationsundersökning hösten 2007. Hösten 2007 var tillgången till TV3 79%, Kanal 5 81% och TV6 83%.
- Källa: MMS. Kanalpenetrationsundersökning hösten 2007. Har tittat på någon av TV4:s kanaler (TV4, TV4plus, TV400 eller TV4fakta).
- Har tittat på TV4plus, TV400 eller TV4fakta. Hösten 2007 var tillgången till TV4plus 78% och TV400 40%.
- Källa: MMS. Kanalpenetrationsundersökning hösten 2007. Har tittat på någon av följande svenska reklamkanaler: TV3, TV4, TV4plus, TV400, TV4fakta, Kanal5, TV6, TV7, TV8, The Voice TV, ONE television eller ZTV. Hösten 2007 var tillgången till TV7 33%, TV8 58%, The Voice TV 26%, och ZTV 38%.
- Källa: MMS. Kanalpenetrationsundersökning hösten 2007. I oktober 2007 släcktes det analoga marknätet, därefter sänds enbart digital-TV i marknätet.

## TV-tittare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig vardag/veckoslut 2007: programkategorier (procent)



## TV-tittare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2007: programkategorier (procent)

Programkategori	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Nyhetsprogram	39	42	37	5	14	34	48	68	57	41	42
Drama/serier	26	23	29	35	44	28	18	21	24	27	21
Underhållning/musikprogram	22	20	25	22	23	22	21	25	26	23	20
Sport	20	29	11	10	13	20	22	27	28	24	16
Fakta-/kultur-/sammhällsprogram	18	19	17	7	10	15	19	30	22	18	20
Långfilm	16	17	15	14	18	16	17	11	14	17	16
Dokusåpa	7	5	9	7	9	8	6	7	10	8	5
Barn-/ungdomsprogram	5	4	5	31	2	4	1	1	1	3	2

## Programtittande på TV

Nyhetsprogrammen är den enskilda programkategori i TV som är mest attraktiv, 39 procent av befolkningen har sett några TV-nyheter en genomsnittlig dag. Där efter kommer drama/serier 26 procent, underhållning/musikprogram 22 procent och sport 20 procent, fakta/kultur/samhälle 18 procent samt långfilm 16 procent.

Omfattningen på nyhetstittandet är i hög grad relaterat till ålder; bland de yngsta är andelen nyhetstittare 5, bland de äldsta 68 procent. Män och kvinnor ser nyheter i lika stor utsträckning, men lågutbildade – där de äldre utgör en betydande del – ser nyheter i något större utsträckning än högutbildade.

Bland de yngsta ligger tittande på flertalet programkategorier högre än nyheter. Den största skillnaden kan noteras för tittande på drama/serier som bland de yngsta har en sju gånger så hög andel tittare som nyheter. Även barn- och ungdomsprogram och underhållning/musikprogram är attraktiva bland de yngsta.

Nyheter, fakta-/sammhällsprogram och sport ligger klart högre hos de äldsta medan dramaserier ligger lägre.

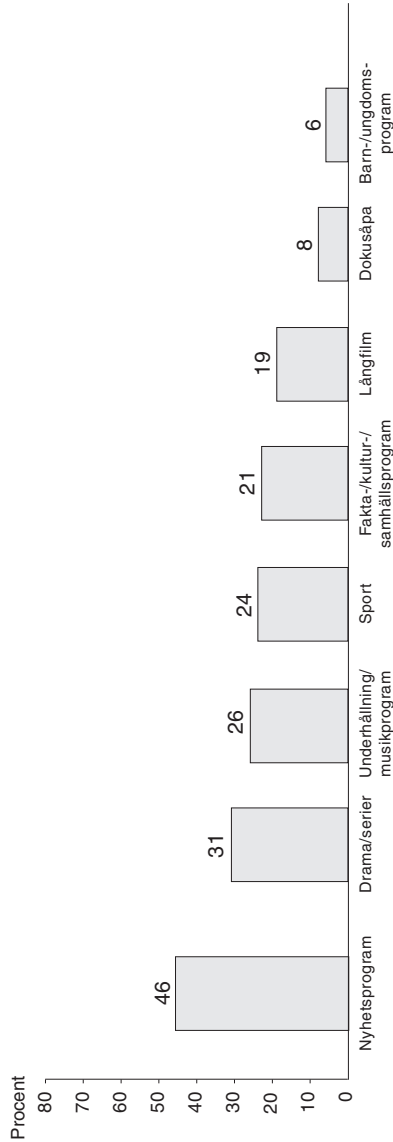
Under de senaste åren kan en minskning av andelen för tittande på nyhetsprogram konstateras – främst bland de unga.

### Anmärkning

Sliffrorna avser andelen som sett minst något på respektive programtyp och inte den genomsnittliga publikandelen.



## Tittande på olika programkategorier bland TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



## Programpreferenser och kanaler

När det gäller programpreferenser bland tittare på olika kanaler ligger Sveriges Television högt i fråga om nyhetsstittande, medan TV4 och andra svenska reklamkanaler ligger högre i fråga om drama/serier. För övriga programkategorier är skillnaderna mellan SVT och TV4 relativt små och överlag har skillnaderna minskat sedan början av 2000-talet.

De svenska reklamkanalerna har hög popularitet vad gäller drama/serier.

### Anmärkning

Siffrorna avser andelen som sett minst något på respektive programtyp och inte den genomsnittliga publikandelen.

## Tittande på olika programkategorier bland TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)

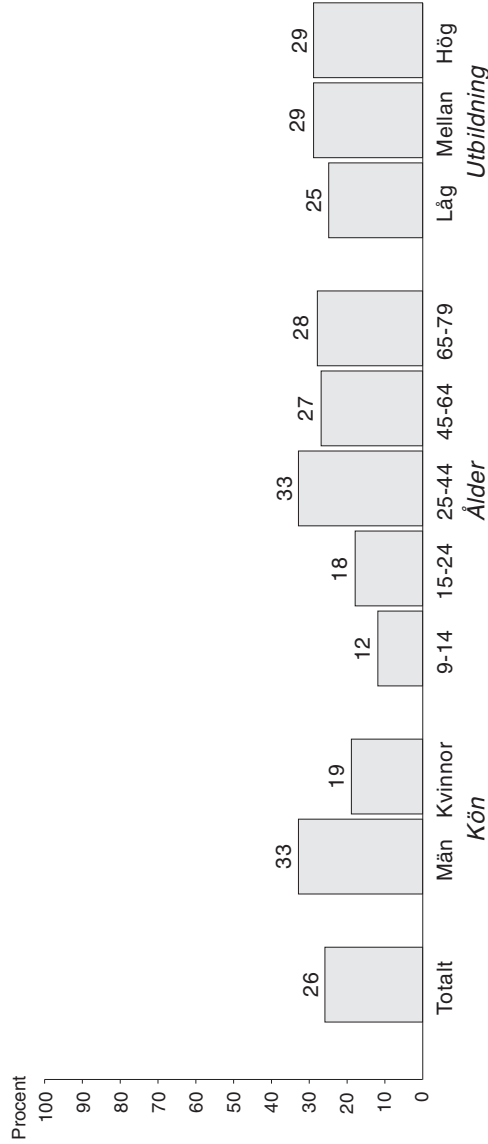
	Totalt	SVT totalt <sup>1</sup>	TV4 totalt <sup>2</sup>	Svensk reklamkanal <sup>3</sup>
Nyhetsprogram	46	67	57	47
Drama/serier	31	25	35	40
Underhållning/musikprogram	26	30	33	29
Sport	24	29	27	25
Fakta-/kultur-/sambandsprogram	21	28	24	21
Långfilm	19	17	22	22
Dokusåpa	8	7	11	11
Barn-/ungdomsprogram	6	6	4	4

### Noter

1. Har tittat på någon av SVT:s kanaler (SVT1, SVT2, Barnkanalen eller 24).
2. Har tittat på någon av TV4:s kanaler (TV4, TV4plus, TV400, TV4film eller TV4fakta).
3. Har tittat på någon av följande svenska reklamkanaler: TV3, TV4, TV4plus, TV400, TV4fakta, Kanal5, TV6, TV7, TV8, The Voice TV, ONE television eller ZTV. Hösten 2007 var tillgångs- en till TV7 33%, TV8 58%, The Voice TV 26%, och ZTV 38%.

Källa: MMS, Kanalpenetrationsundersökning hösten 2007.

## Text-TV-användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



## Använder text-TV

En dryg fjärdedel av befolkningen använder text-TV en genomsnittlig dag. Den dagliga räckvidden är klart högre bland män än kvinnor. Åldersgruppen 25 till 44 år använder text-TV i något högre utsträckning än andra grupper. En viss nedgång i användningen av text-TV kan förväntas bland barn och ungdomar. Text-TV:s räckvidd är i stort sett lika hög i alla utbildningsgrupper. Text-TV-användningen ökade under hela 1990-talet. Sedan 2000 har den dock legat relativt stabil.

## Anmärkning

Med användning av text-TV avses såväl användning av informations-sidor som användning av den särskilda programtextning som finns för vissa program.

## Text-TV-användare 9-79 år en genomsnittlig dag 1994-2007 (procent)

År	Kön		Ålder					Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1994	21	28	14	26	23	23	18	18	19	23	18
1995	23	30	16	23	25	24	24	16	20	25	24
1996	25	32	18	27	25	29	22	20	23	26	25
1997	25	34	17	19	33	27	23	17	21	29	25
1998	28	38	19	24	35	30	26	26	26	30	30
1999	29	36	21	19	35	34	25	28	30	32	27
2000	31	38	23	20	39	35	29	26	26	34	33
2001	28	36	20	18	36	33	25	24	25	31	29
2002	28	37	21	20	32	35	25	25	24	33	28
2003	30	38	21	19	31	36	28	26	28	33	30
2004	26	34	18	14	30	30	23	25	23	29	27
2005	29	37	21	17	35	37	25	25	26	34	30
2006	27	33	21	17	23	34	25	29	27	30	28
2007	26	33	19	12	18	33	27	28	25	29	29

## Andel som använder text-TV en genomsnittlig dag 2007 (procent)

		%		%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	26	Sysselsättning (16-79 år)	28
	Vuxna 18-79 år	28	Tjänstemän	31
	Barn/ungdom 9-17 år	13	Högre tjänstemän/akademiker	29
Kön	Män 9-79 år	33	Egna företagare	24
	Kvinnor 9-79 år	19	Pensionärer	29
Ålder	Män 18-79 år	36	Studerrande	18
	Kvinnor 18-79 år	20	Arbetslösa <sup>1</sup>	25
	Pojkar 9-17 år	16	Vuxna i hushållet (18-79 år)	30
	Flickor 9-17 år	11	En person (18 år och äldre)	29
Utbildning (16-79 år)	9-14 år	12	Två personer (18 år och äldre)	22
	15-19 år	16	Tre eller fler (18 år och äldre)	22
	20-24 år	22	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	34
	25-34 år	35	Äldre vuxna (45-79 år)	28
	35-44 år	31	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	25
	45-54 år	26	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	28
	55-64 år	27	Hushåll (9-79 år)	29
	65-79 år	28	En person	31
	Förgymnasial utbildning < 9 år	25	Två personer	24
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	26	Tre personer	21
Gymnasial utbildning ≤ 2 år	29	Fyra personer eller fler	21	
Gymnasial utbildning > 2 år	29	Hemort (9-79 år)	28	
Högskola/universitet ≤ 3 år	27	Större städer	24	
Högskola/universitet > 3 år	30	Södra mellanbygden	26	
		Norra tätbygden	23	
		Norra glesbygden	24	
		Stockholm, Södertälje A-region	32	
		Göteborgs A-region	22	
		Malmö/Lund/Trelleborg		

### Text-TV-användaren

Användningen av text-TV uppvisar klara könsskillnader oavsett ålder. Män och pojkar använder text-TV i större utsträckning än kvinnor och flickor. Användningen av text-TV är högst bland män, personer i yngre medelåldern och i unga hushåll utan barn.

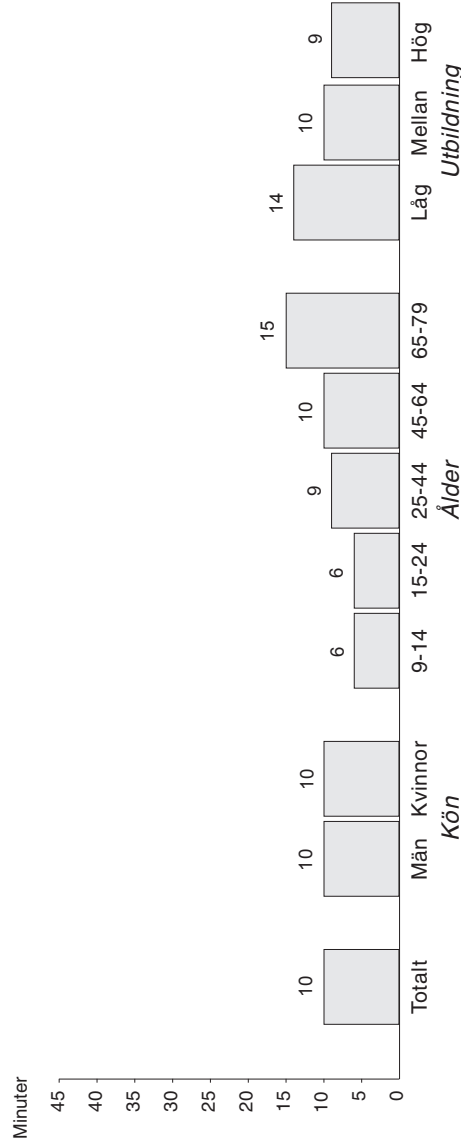
#### Anmärkning

Med användning av text-TV avses såväl användning av informations-sidor som användning av den särskilda programtextning som finns för vissa program.

Not

1. Antalet svartspersoner är mindre än 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

### Användartid bland text-TV-användare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (minuter)



### Användartid text-TV

Bland dem som använder text-TV är användningen 10 minuter en genomsnittlig dag. Användningstiden ökar något med ålder, pensionärer som använder text-TV uppger något längre användartid än genomsnittet, men skillnaderna är över lag små. Mönstret är stabilt över tid.

#### Anmärkning

Med användning av text-TV avses såväl användning av informations-sidor som användning av den särskilda programtextning som finns för vissa program.

Observera att tabellen enbart baseras på dem som tittat på text-TV en genomsnittlig dag, vilket innebär att antalet svarspersoner är relativt litet och att siffrorna därför bör tolkas med försiktighet. Den genomsnittliga tittartiden i hela befolkningen, vilket inkluderar alla som inte tittar, redovisas i avsnittet *Medledagen 2007: Befolkningens medietid*.

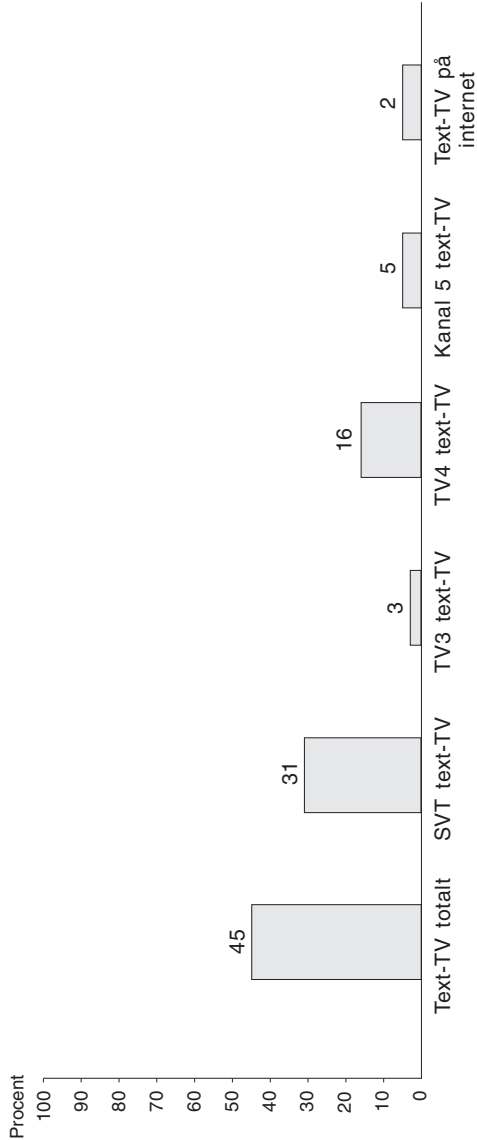
### Användartid bland text-TV-användare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 1996-2007 (minuter)

År	Kön		Ålder					Utbildning		
	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1996	11	8	8	11	10	11	11	10	11	10
1997	12	8	8	9	10	12	14	14	10	9
1998	10	8	7	10	9	10	13	11	10	9
1999	11	9	8	9	11	10	14	12	11	10
2000	12	10	10	8	11	12	17	16	12	10
2001	11	9	6	9	9	10	14	13	10	10
2002	11	8	8	8	10	10	11	10	11	9
2003	10	10	7	7	10	11	14	12	10	10
2004	9	8	5	9	9	9	11	10	9	9
2005	10	11	6	8	9	11	14	11	11	9
2006	11	10	6	8	9	11	16	13	11	10
2007	10	10	6	6	9	10	15	14	10	9

Not

1. Den genomsnittliga användartiden bland dem som använder text-TV.

## Användning av text-TV 9-79 år en genomsnittlig vecka 2007 (procent)



## Användning av text-TV 9-79 år en genomsnittlig vecka 2007 (procent)

Text-TV-kanaler	Kön		Ålder					Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Text-TV-kanaler</i>											
SVT	31	39	24	8	18	39	35	35	31	34	38
TV3	3	2	4	2	7	3	2	1	2	3	2
TV4	16	16	16	5	13	24	16	14	16	20	17
Kanal 5	5	4	5	3	8	7	3	2	3	6	4
Text-TV på internet	2	3	1	0	8	3	2	0	1	2	2
<i>Typ av information</i>											
Nyheter	24	28	21	5	12	33	28	25	24	27	31
Programtabläer	16	15	17	12	23	25	11	11	13	18	18
Sport	16	24	8	6	11	22	17	14	17	18	17
Ekonomi	6	8	3	0	1	6	6	11	6	6	8
Väder	6	7	6	1	3	9	7	8	8	7	8
Spel/lotteri	4	5	3	1	1	4	5	5	6	5	2
Textning	2	2	2	1	1	2	2	4	3	2	2
Annonser/reklam	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0

## Användning av TV-kanaler för text-TV

Sveriges Televisions text-TV är klart störst med en veckoräckvidd på 31 procent medan TV4:s text-TV når 16 procent. Övriga text-TV-kanaler har relativt låg tittarandel. Mönstret är stabilt över tid.

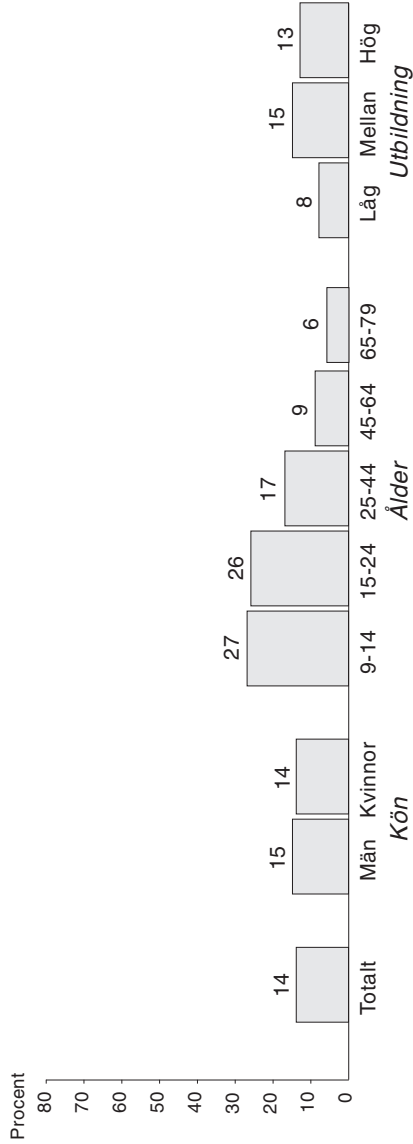
SVT har störst räckvidd i alla grupper. Bland de yngsta och ungdomar 15 till 24 år är skillnaderna mellan SVT och TV4 lägst. Månnens högre text-TV-användning jämfört med kvinnornas gäller framför allt SVT. I övrigt är skillnaderna mellan olika grupper nyttjande relativt små. Text-TV på internet används av 2 procent av befolkningen, ungdomar 15 till 24 år är den grupp som flitigast utnyttjar text-TV på internet (8 procent) en genomsnittlig dag.

De vanligaste användningsområdena för text-TV är främst nyheter men också information om programtabläer och sport. Under en genomsnittlig vecka används mellan 16 och 24 procent av befolkningen text-TV för information inom något av dessa områden. Män är överrepresenterade när det gäller sport men också i fråga om nyheter. Information om programtabläer används oftare av ungdomar och yngre medelålders, medan sådant innehåll betyder mycket lite för text-TV-användningen bland de äldsta.

### Anmärkning

Med användning av text-TV avses såväl användning av informations-sidor som användning av den särskilda programtextning som finns för vissa program.

## Video/DVD-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



## Tittar på video/DVD

14 procent av befolkningen tittar på video/DVD en genomsnittlig dag. Det är i första hand barnen och ungdomarna (27 respektive 26 procent) som tittar på video/DVD, medan andelen bland pensionärer är 6 procent. I relation till innehavet av video/DVD-spelare som har ökat kan video/DVD-tittandet över tid synas anmärkningsvärt stabilt.

### Anmärkning

Med tittande på video/DVD avses såväl tittande på inspelade TV-program som tittande på fyr- och köpfilmer.

## Video/DVD-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2007 (procent)

År	Ålder					Utbildning		
	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1979	3	2	1	0	1	1	1	2
1981	7	6	8	2	0	3	7	5
1983	10	9	7	4	0	5	8	4
1985	15	14	5	4	0	4	8	6
1987	21	19	10	5	2	6	13	9
1989	19	15	10	6	1	7	11	7
1991	11	5	4	2	-	1	4	5
1993	22	15	10	7	4	7	11	8
1995	17	15	19	9	6	10	17	15
1997	29	20	14	13	7	11	14	14
1999	31	23	18	12	12	12	17	15
2001	33	23	15	9	10	11	15	10
2003 <sup>1</sup>	36	23	15	9	7	8	12	13
2004 <sup>1</sup>	31	21	15	8	9	8	12	12
2005 <sup>1</sup>	26	26	17	10	9	10	16	13
2006 <sup>1</sup>	25	21	16	9	9	8	13	12
2007 <sup>1</sup>	27	26	17	9	6	8	15	13

### Not

1. I frågan som ställs om videotittande har sedan 2002 gjorts ett förtydligande för att betona att såväl video som DVD åsytas. Från och med 2006 ingår även hårddiskmottagare i frågan.

## Andel som tittar en genomsnittlig dag 2007 (procent)

	%	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	%
<b>Totalt</b>				
Totala befolkningen 9-79 år	14	Tjänstemän	Högre tjänstemän/akademiker	13
Vuxna 18-79 år	13	Egna företagare	Pensionärer	11
Barn/ungdom 9-17 år	26	Studierande	Arbetslösa <sup>1</sup>	13
				15
<b>Kön</b>				7
Män 9-79 år	15			25
Kvinnor 9-79 år	14			21
Män 18-79 år	13	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	8
Kvinnor 18-79 år	12	(18-79 år)	Två personer (18 år och äldre)	12
Pojkar 9-17 år	26		Tre eller fler (18 år och äldre)	18
Flickor 9-17 år	26			
<b>Ålder</b>				
9-14 år	27	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	23
15-19 år	26		Äldre vuxna (45-79 år)	7
20-24 år	26		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	14
25-34 år	22		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	18
35-44 år	14			
45-54 år	10	Hushåll (9-79 år)	En person	8
55-64 år	8		Två personer	10
65-79 år	6		Tre personer	18
			Fyra personer eller fler	19
<b>Utbildning</b>				
(16-79 år)		Hemort (9-79 år)	Större städer	15
Förgymnasial utbildning < 9 år	7		Södra mellanbygden	15
Förgymnasial utbildning 9-10 år	12		Norra tätbygden	9
Gymnasial utbildning ≤ 2 år	14		Norra glesbygden	10
Gymnasial utbildning > 2 år	15		Stockholm, Södertälje A-region	15
Högskola/universitet ≤ 3 år	13		Göteborgs A-region	16
Högskola/universitet > 3 år	13		Malmö/Lund/Trelleborg	16

## Video/DVD-tittaren

Video/DVD är framför allt de ungas medium. Andelen tittare minskar markant med ökande ålder.

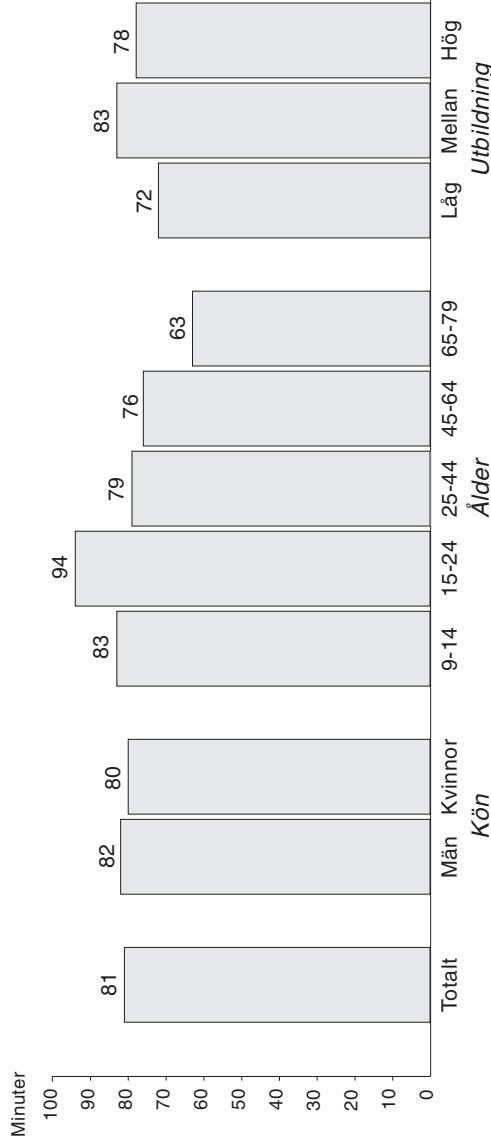
Att tittandet är mer utbrett bland de unga förklarar också den högre andelen tittande i större hushåll. I övrigt är skillnaderna relativt små mellan olika grupper.

### Anmärkning

Med tittande på video/DVD avses såväl tittande på inspelade TV-program som tittande på hyr- och köpfilm.

### Not

1. Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Tittartid bland video/DVD-tittare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (minuter)Tittartid bland video/DVD-tittare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2007 (minuter)

År	Kön		Ålder					Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1986 <sup>2</sup>	89	94	83	87	103	87	67	65	85	95	85
1987 <sup>2</sup>	91	95	86	86	108	85	76	88	86	100	86
1989 <sup>2</sup>	86	94	79	83	84	91	86	68	88	90	80
1991 <sup>2</sup>	79	74	87	70	93	84	66	58	68	91	72
1993	81	75	86	85	81	76	86	78	88	74	80
1995	62	68	56	65	75	59	53	57	64	66	51
1997	68	73	64	72	76	64	67	58	60	67	70
1999	64	68	59	62	80	61	57	67	73	61	56
2001	71	73	70	76	90	65	64	54	70	67	60
2003	80	85	74	82	98	82	64	58	67	86	74
2004	79	80	77	89	95	72	73	64	72	76	72
2005	77	81	74	75	87	76	70	74	75	78	74
2006	80	82	78	72	92	80	79	68	82	84	75
2007	81	82	80	83	94	79	76	63	72	83	78

## Tittartid bland video/DVD-tittarna

De som en genomsnittlig dag tittar på video/DVD gör det 1 timma och 21 minuter. Variationen mellan olika grupper är förhållandevis liten. Ungdomar har emellertid något längre tittartid än andra grupper.

Inga förändringar när det gäller tittartiden kan noteras, den har legat stabilt kring 80 minuter under den senaste femårsperioden.

## Anmärkning

Med tittande på video/DVD avses såväl tittande på inspelade TV-program som tittande på hyr- och köpfilm.

Tabellen redovisar genomsnittlig tittartid bland dem som tittar på video/DVD en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga tittartiden i hela befolkningen, vilket inkluderar alla som inte tittar på video/DVD, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2007: Befolkningens medietid*.

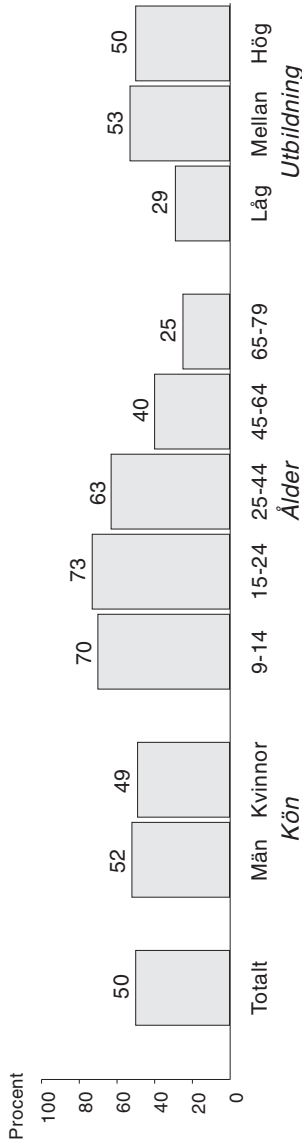
Observera att tabellen enbart baseras på dem som tittat en genomsnittlig dag, vilket innebär att antalet svarspersoner är relativt litet och att siffrorna därför bör tolkas med försiktighet.

## Noter

- Den genomsnittliga tittartiden bland dem som tittar på video/DVD.
- Vid jämförelser över tid bör noteras att beräkningen av tittartiden före 1993 byggde på frågor där svarspersonerna fick ange mellan vilka tidpunkter de tittat på video, därefter har svarspersonerna själva fått uppskatta sin användningstid. Den angivna tiden har kategoriserats inom fasta tidsangivelser. För beräkningen av tittartiden fr o m 1993 se tabell 2. (*Fakta om undersökningen Mediebarometern*)



## Video/DVD-tittare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2007 (procent)



## Video/DVD-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag/månad 2007 (procent)

	Kön		Ålder					Utbildning		
	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Tittande på video/DVD</i>	15	14	27	26	17	9	6	8	15	13
Genomsnittlig dag	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
Inspelade TV-program	3	3	3	5	4	2	0	1	3	3
Hyrfilm	7	8	6	20	15	8	3	1	2	6
Köpfilm	1	1	1	3	2	1	1	1	1	2
Annan video/DVD	50	49	70	73	63	40	25	29	53	50
Genomsnittlig vecka	75	74	93	95	88	68	46	52	81	75

## Tittande på TV/film i dator eller bärbar spelare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2007 (procent)

	Kön		Ålder					Utbildning		
	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig dag</i>	1	2	1	3	1	1	0	1	1	1
TV i dator	4	6	2	6	14	4	2	0	1	3
Film eller videoklipp i dator	2	2	1	3	2	1	0	1	1	1
Genomsnittlig vecka	5	7	3	8	15	4	2	1	2	3
Film eller videoklipp i dator	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0
TV/film i bärbar spelare <sup>1</sup>	2	2	2	6	4	2	1	0	1	2
Genomsnittlig dag	5	5	4	10	9	5	3	1	4	4
Genomsnittlig vecka										
Genomsnittlig månad										

## Video/DVD-tittandet

Varannan svensk tittar på video/DVD en genomsnittlig vecka i jämförelse med att var sjunde använder video/DVD en genomsnittlig dag. Veckoanvändningen är i likhet med användningen en genomsnittlig dag högst bland barn och ungdom, men även något högre bland medel- och högtbildade än lågutbildade.

Att se på köpfilm är det enskilt vanligaste sättet att använda video/DVD. Om vi lägger samman hyr- och köpfilm är andelen för dessa två dubbelt så hög som inspelade TV-program. Detta är en utveckling som har förstärkts under senare år – tidigare var tittande på inspelade TV-program den vanligaste användningen av video/DVD. En del av förklaringen ligger säkerligen i att de första DVD-apparaterna saknade inspelningsfunktion. Användningen av video/DVD för att se särskilt köpfilm är högst bland barn, 20 procent och därefter ungdomar, 15 procent.

Tittande på TV eller film/videoklipp i dator ligger på 2 respektive 5 procent en genomsnittlig vecka. Andelen som tittar på film/videoklipp i dator är förhållandevis hög bland ungdomar, 15 procent en genomsnittlig vecka. Andelen som tittar på TV-film i någon bärbar spelare är 2 procent en genomsnittlig vecka och 5 procent en genomsnittlig månad.

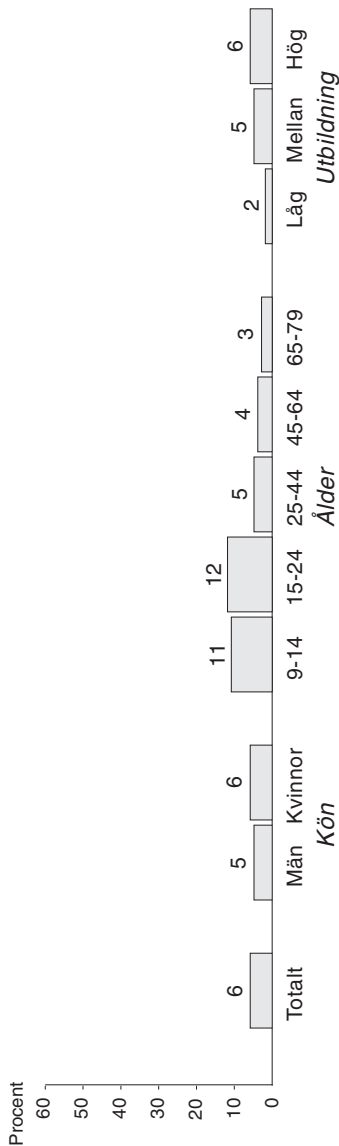
### Anmärkning

Med tittande på video/DVD avses såväl tittande på inspelade TV-program som tittande på hyr- och köpfilm.

### Not

1. Med TV/film i bärbar spelare avses tittande på en bärbar DVD eller spelkonsol/mediespelare.

### Biobesökare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2007 (procent)



### Biobesök/filmtittande 9-79 år en genomsnittlig vecka/månad/dag 1995-2007 (procent)

Genomsnittlig vecka	Kön		Totalt	Ålder					Utbildning		
	Män	Kvinnor		9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1995	8	6	7	8	17	7	4	2	2	9	11
1997	7	7	7	11	14	8	4	2	3	8	9
1999	7	8	7	11	14	10	4	1	1	8	10
2001	10	8	9	9	21	11	5	3	3	10	11
2003	7	8	8	10	18	9	4	2	1	8	10
2005	6	5	6	8	11	7	3	2	2	5	6
2007	5	6	6	11	12	5	4	3	2	5	6
<b>Genomsnittlig månad</b>											
1995	25	22	24	34	52	23	16	3	10	29	32
1997	24	24	24	37	52	26	15	5	10	27	31
1999	26	30	28	47	55	33	17	3	7	28	34
2001	29	30	29	42	58	35	18	9	8	31	27
2003	27	28	28	44	57	35	17	8	9	27	34
2005	25	26	25	39	48	28	18	10	12	25	28
2007	23	26	25	40	46	25	19	10	9	24	25
<b>Genomsnittlig dag</b>											
Bio	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1
Inspelad film	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3
Hyrfilm	3	2	3	3	5	4	2	0	1	3	3
Köpfilm	7	8	8	20	15	8	3	1	2	6	5
Långfilm på TV	16	17	15	14	18	16	17	11	14	17	16
Någon långfilm på TV och/eller video/DVD	24	25	22	36	33	25	21	13	17	24	22

## Biobesök

En genomsnittlig dag går 1 procent av befolkningen på bio, 6 procent går på bio under en vecka och 25 procent gör minst ett biobesök under en genomsnittlig månad. Ungdomar och barn går på bio avsevärt oftare än andra grupper. Bland vuxna minskar biobesöksandelen med ökad ålder. Kvinnor och män går i stort sett lika mycket på bio. Den enda förändring som kan konstateras sedan mätserien inleddes 1994 är en nedgång i biobesöken i gruppen 15 till 24 år under en genomsnittlig vecka.

När det gäller tittande på långfilm i befolkningen en genomsnittlig dag har televisionen och video/DVD störst betydelse. En genomsnittlig dag ser närmare en fjärdedel av befolkningen på långfilm via TV eller video/DVD.

### Anmärkning

Med biogratbesök avses alla typer av biogratbesök, inklusive visningar i filmklubbar och på filmfestivaler etc.

## Andel som besöker biograf en genomsnittlig vecka 2007 (procent)

	Totala befolkningen 9-79 år	%	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	%
<b>Totalt</b>		6			3
	Vuxna 18-79 år	5	Tjänstemän		4
	Barn/ungdom 9-17 år	11	Högre tjänstemän/akademiker		8
			Egna företagare		5
<b>Kön</b>			Pensionärer		2
	Män 9-79 år	5	Studierande		12
	Kvinnor 9-79 år	6	Arbetslösa <sup>1</sup>		6
	Män 18-79 år	4	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	5
	Kvinnor 18-79 år	5	(18-79 år)	Två personer (18 år och äldre)	4
	Pojkar 9-17 år	13		Tre eller fler (18 år och äldre)	7
	Flickor 9-17 år	9			
<b>Ålder</b>					
	9-14 år	11	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	10
	15-19 år	11		Äldre vuxna (45-79 år)	3
	20-24 år	13		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	5
	25-34 år	5		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	4
	35-44 år	5			
	45-54 år	3	Hushåll (9-79 år)	En person	5
	55-64 år	4		Två personer	4
	65-79 år	3		Tre personer	5
				Fyra personer eller fler	7
<b>Utbildning (16-79 år)</b>					
	Förgymnasial utbildning < 9 år	2	Hemort (9-79 år)	Större städer	5
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	3		Södra mellanbygden	5
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	3		Norra tätbygden	4
	Gymnasial utbildning > 2 år	5		Norra glesbygden	3
	Högskola/universitet ≤ 3 år	5		Stockholm, Södertälje A-region	9
	Högskola/universitet > 3 år	7		Göteborgs A-region	9
				Malmö/Lund/Trelleborg	4

## Biobesökaren

Barn och ungdomar, studerande och yngre vuxna utan barn går på bio i större utsträckning än andra. Medel- och högutbildade går oftare på bio än lågutbildade. Bland de äldsta är biografbesöken ytterst få. Andelen biobesökare är högre i stortstadsområdena än i landsorten, vilket har sin bakgrund i tillgången på biografteater.

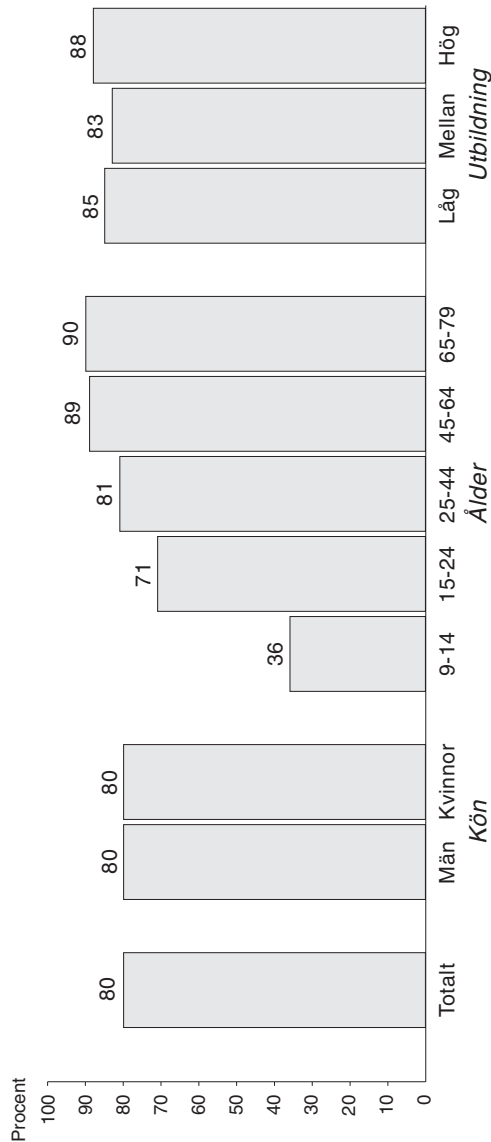
### Anmärkning

Med biografbesök avses alla typer av biografbesök, inklusive visningar i filmklubbar och på filmfestivaler etc.

### Not

1. Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

## Dagspressläsare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



## Läser någon dagstidning

Andelen dagstidningsläsare i Sverige en genomsnittlig dag är högre än i flertalet andra länder. Den samlade räckvidden för dagspress har varit relativt stabil under flera år och ligger kring 80 procent en genomsnittlig dag. Läsaandet av dagstidning är utbrett i alla grupper. Högst är det bland medelålders och äldre med en räckvidd kring 90 procent. Lägst är det bland 9 till 14-åringarna, av dessa läser 36 procent en dagstidning en genomsnittlig dag och bland 15 till 24-åringarna är andelen dagstidningsläsare 71 procent. En mycket svag nedgång i dagstidningsläsningen kan konstateras under det senaste decenniet och den är främst märkbar i åldersgruppen 15 till 44 år. Läsnings syns dock ha stabiliserats på ca 70 procent bland ungdomarna och 80 procent bland 25 till 44 åringarna. Det finns inga märkbara skillnader i dagstidningsläsning mellan män och kvinnor eller mellan låg- och högutbildade.

## Dagspressläsare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 1990-2007 (procent)

År	Kön		Ålder		Utbildning					
	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1990	84	86	47	78	88	92	89	90	85	91
1991	85	88	60	82	88	89	88	86	86	93
1992	81	81	46	76	84	87	88	83	83	88
1993	83	84	49	78	85	91	88	86	86	89
1994	83	83	50	79	82	89	91	87	82	90
1995	80	81	40	77	83	89	88	83	83	90
1996	81	82	46	76	83	81	88	84	84	90
1997	81	81	44	73	82	80	88	86	81	88
1998	84	84	42	82	87	90	92	88	87	92
1999	82	83	47	77	85	91	91	88	87	89
2000	85	86	51	76	83	92	91	88	85	91
2001	81	81	49	74	82	88	89	84	83	87
2002	82	83	42	72	81	90	89	83	84	88
2003	81	81	44	71	81	89	91	85	83	87
2004	81	80	45	70	81	88	91	85	83	88
2005	81	81	41	72	81	90	90	86	83	88
2006	81	81	42	69	82	90	91	85	84	89
2007	80	80	36	71	81	89	90	85	83	88

### Anmärkning

Dagspress innefattar morgon- och kvällstidning. Med morgontidning avses alla morgonutgivna tidningar som utkommer minst en gång per vecka, vilket inkluderar både prenumerationsbar storstads- och landsorts morgonpress, tryckt version eller fr o m 2006 internetversion. Fr o m 1998 redovisas också dagspressläsningen inklusive dagliga gratistidningar.

Med kvällstidning avses någon av kvällstidningarna Aftonbladet, Expressen, GT och Kvällsposten, tryckt version eller fr o m 2006 internetversion.

### Not

1. Andel som har läst morgon- eller kvällstidning en genomsnittlig dag.

## Andel som läser någon dagstidning en genomsnittlig dag 2007 (procent)

		%		%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	80	Sysselsättning (16-79 år)	82
	Vuxna 18-79 år	85	Tjänstemän	88
	Barn/ungdom 9-17 år	47	Högre tjänstemän/akademiker	95
Kön	Män 9-79 år	80	Egna företagare	84
	Kvinnor 9-79 år	80	Pensionärer	89
Ålder	Män 18-79 år	85	Studierande	75
	Kvinnor 18-79 år	85	Arbetslösa <sup>1</sup>	75
	Pojkar 9-17 år	49	Vuxna i hushållet	79
	Flickor 9-17 år	45	En person (18 år och äldre)	88
Utbildning (16-79 år)	9-14 år	36	Två personer (18 år och äldre)	82
	15-19 år	69	Tre eller fler (18 år och äldre)	82
	20-24 år	75	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	76
	25-34 år	74	Äldre vuxna (45-79 år)	89
	35-44 år	86	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	86
	45-54 år	88	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	80
	55-64 år	89	Hushåll (9-79 år)	80
	65-79 år	90	En person	90
	Förgymnasial utbildning < 9 år	85	Två personer	73
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	86	Tre personer	73
Gymnasial utbildning ≤ 2 år	86	Fyra personer eller fler	73	
Gymnasial utbildning > 2 år	82	Hemort (9-79 år)	80	
Högskola/universitet ≤ 3 år	86	Större städer	82	
Högskola/universitet > 3 år	89	Södra mellanbygden	82	
		Norra tätbygden	74	
		Norra glesbygden	78	
		Stockholm, Södertälje A-region	78	
		Göteborgs A-region	78	
		Malmö/Lund/Trelleborg	82	

## Dagspressläsaren

Den samlade dagspressläsningen är överlag hög. Med undantag av barn/ungdom understiger inte räckvidden 70 procent i någon grupp.

Andelen dagstidningsläsare är högst bland personer över 35 år. Bland tjänstemän, akademiker och pensionärer har omkring 90 procent läst en dagstidning en genomsnittlig dag. Den lägsta andelen finns bland de yngsta (36 procent).

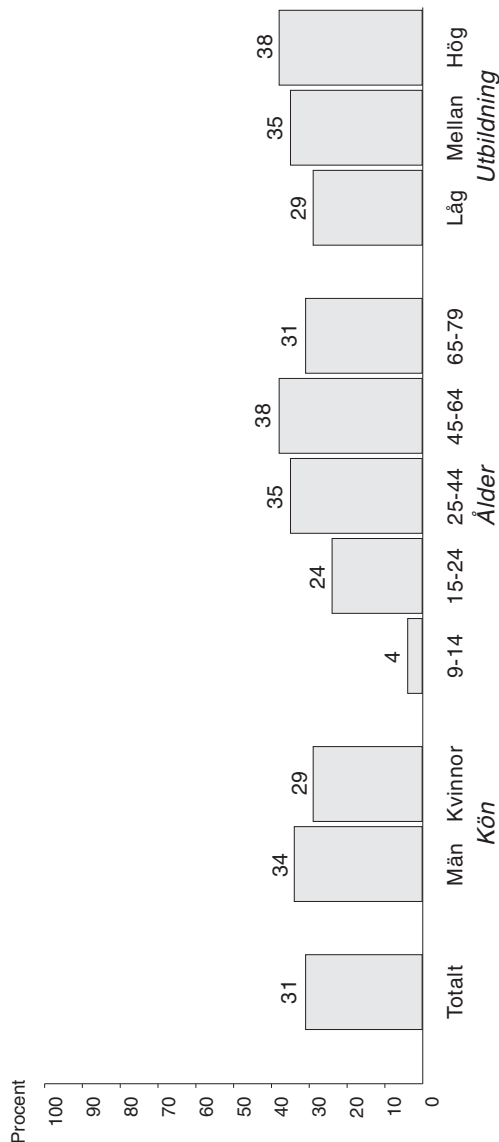
### Anmärkning

Dagspress innefattar morgon- och kvällstidning. Med morgontidning avses alla morgonutgivna tidningar som utkommer minst en gång per vecka, vilket inkluderar både prenumerationsbar storstads- och landsorts morgonpress, tryckt version eller internetversion. Fr o m 1998 redovisas också dagspressläsningen inklusive dagliga gratisstidningar. Med kvällstidning avses någon av kvällstidningarna Aftonbladet, Expressen, GT och Kvällsposten, tryckt version eller internetversion.

### Not

1. Antalet svartspersoner är mindre än 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

## Flertidningsläsare 19-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



## Dagspressläsare<sup>2</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)

	Kön		Ålder					Utbildning		
	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Enbart en dagstidning	46	51	32	47	46	50	60	56	48	50
Två dagstidningar	23	21	4	18	24	27	24	24	25	26
Tre eller fler	11	7	0	7	11	12	7	6	11	12
Någon papperstidning	76	76	34	64	75	86	90	84	79	83
Någon närtidning	19	14	3	18	27	17	6	8	19	23
Enbart kvällstidning	8	8	10	12	10	7	4	8	9	6
Enbart morgontidning	46	51	23	41	42	55	65	53	46	56
Både morgon- och kvällstidning	26	20	3	18	29	27	21	23	28	25

## Olika typer av dagstidningar

Närmare en tredjedel av befolkningen läser minst två dagstidningar, oftast en morgon- och en kvällstidning, en genomsnittlig dag. Att läsa fler än en dagstidning är något vanligare bland män än kvinnor. Bland barn och ungdomar är läsning av fler än en tidning inte lika utbredd som bland personer över 25 år. Mönstret är stabilt.

Huvuddelen av dagspressläsarna läser en genomsnittlig dag endast en daglig tidning. Bland "entidningsläsarna" står morgonpressen för huvuddelen av den totala tidningsläsningen. 49 procent av befolkningen läser en morgontidning utan att läsa någon kvällstidning. 23 procent av befolkningen läser både någon morgon- och någon kvällstidning, medan de som väljer att enbart läsa kvällspress uppgår till 8 procent. Att enbart läsa kvällspress är vanligare bland yngre än äldre.

Majoriteten av dagstidningsläsarna läser fortfarande sin dagstidning i tryckt version, 76 procent. För varje år blir det dock något fler som läser tidningen på internet men det är relativt få som enbart läser tidningen på nätet åtminstone när det gäller morgontidningen.

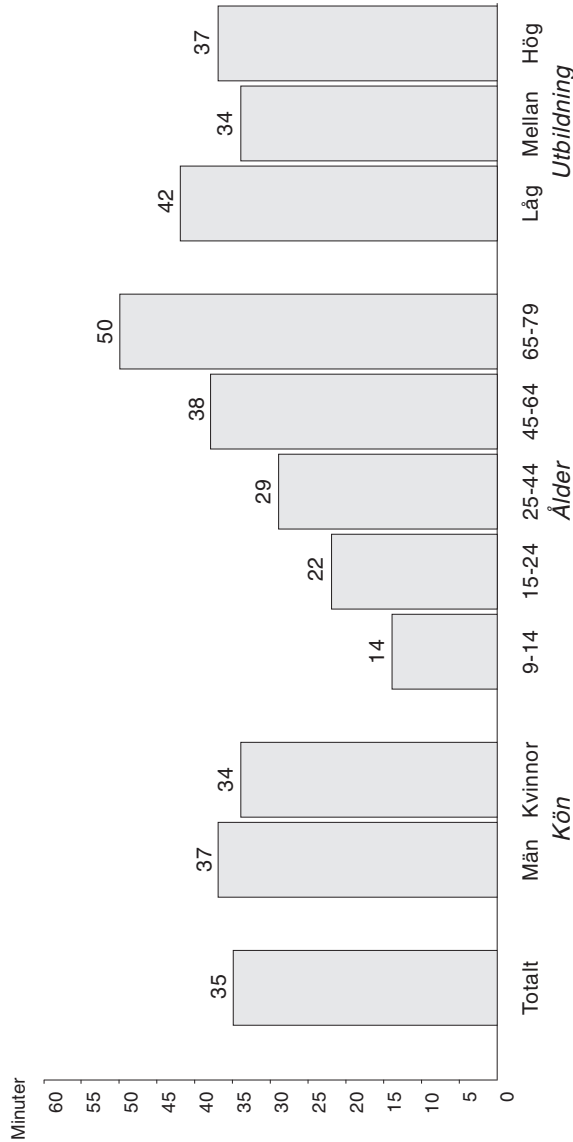
### Anmärkning

Dagspress innefattar morgon- och kvällstidning. Med morgontidning avses alla morgonutgivna tidningar som utkommer minst en gång per vecka, vilket inkluderar både prenumerationsbar storstads- och landsorts morgonpress, tryckt version eller internetversion. Fr o m 1998 redovisas också dagspressläsningen inklusive dagliga gratisstidningar. Med kvällstidning avses någon av kvällstidningarna Aftonbladet, Expressen, GT och Kvällsposten, tryckt version eller internetversion.

### Noter

1. Läser två eller fler dagstidningar en genomsnittlig dag.
2. Andel som läst morgon- eller kvällstidning en genomsnittlig dag.

## Lästid bland läsare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (minuter)



## Lästid bland läsare

Den samlade lästiden för dagspress bland dem som läst minst en dagstidning är i genomsnitt 35 minuter. Lästiden har i stort sett varit densamma sedan mitten av 1990-talet.

Skillnaderna i lästid är särskilt stora mellan olika åldersgrupper: bland de yngsta och ungdomarna ligger den på 14 respektive 22 minuter medan lästiden bland pensionärer är 50 minuter, alltså mer än dubbelt så lång. Utbildningsskillnaderna i fråga om läsning är mindre och torde snarast spegla utbildningsnivån i olika åldrar.

### Anmärkning

Lästiden är baserad på en fråga där svarspersonerna utifrån på förhand angivna tidsintervall fått göra en uppskattning av sin lästid (se Fakta om undersökningen Mediebarometern). Tabellen redovisar genomsnittlig lästid bland dem som läst dagspress en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga lästiden i hela befolkningen, där även de som inte läser inkluderas, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2007: Befolkningens medietid*.

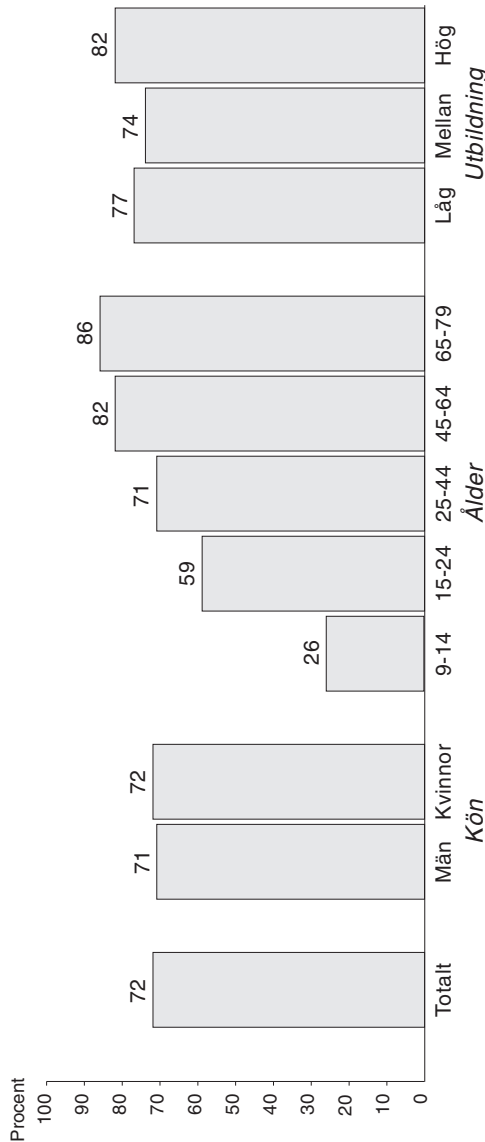
## Lästid bland läsare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 1995-2007 (minuter)

År	Kön		Ålder		Utbildning					
	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1995	36	39	13	26	32	41	55	40	34	40
1996	34	37	16	24	29	37	53	37	34	38
1997	35	37	16	24	30	40	51	39	34	37
1998	36	37	15	23	31	38	54	39	33	40
1999	35	36	21	23	30	39	50	40	34	37
2000	37	37	16	23	29	39	56	43	35	38
2001	36	39	17	24	31	39	56	46	34	37
2002	35	36	14	22	29	38	49	42	33	36
2003	37	40	14	23	29	41	57	44	36	39
2004	37	38	16	25	31	39	52	44	36	37
2005	35	35	15	23	30	39	49	42	34	36
2006	36	38	14	21	29	39	55	44	34	39
2007	35	37	14	22	29	38	50	42	34	37

Not

1. Den genomsnittliga lästiden bland dem som läser dagspress.

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2007 (procent)

År	Kön					Utbildning					
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1979	74	77	71	41	59	80	56	80	75	77	88
1981	74	74	73	46	66	80	76	82	73	78	88
1983	75	75	75	41	71	80	84	76	77	77	88
1985	75	76	74	38	69	79	86	79	78	78	86
1987	76	78	73	41	68	80	84	85	79	78	83
1989	72	71	74	32	65	76	82	82	77	71	86
1991	73	77	69	41	64	76	82	80	75	74	88
1993	73	73	73	37	64	75	83	82	76	74	85
1995 <sup>1</sup>	71	71	71	27	65	72	82	83	74	73	84
1997 <sup>1</sup>	72	71	72	30	60	72	83	81	75	71	84
1999	72	73	71	36	63	73	81	88	81	74	80
2001	73	73	72	40	63	73	80	83	75	73	81
2003	73	72	74	31	63	72	83	86	78	73	83
2004	71	69	72	31	55	70	80	84	75	72	81
2005	73	72	74	30	62	72	82	84	79	73	82
2006	72	72	72	31	55	70	84	86	78	73	81
2007	72	71	72	26	59	71	82	86	77	74	82

## Läser morgontidning

Svenska folkets morgontidningsläsning ligger, trots skillnader mellan olika grupper av befolkningen, på en relativt jämn och internationellt sett, hög nivå.

Närmare tre fjärdedelar läser någon morgontidning en genomsnittlig dag. Morgonpressens räckvidd är på samma nivå bland män och kvinnor. Andelen läsare ökar med ålder. Av 9 till 14-åringarna läser ca en fjärdedel någon morgontidning en genomsnittlig dag medan motsvarande andel bland de äldsta är 86 procent.

Morgontidningsläsningen är relativt jämnt fördelad mellan olika utbildningsgrupper. Personer med gymnasieutbildning läser dock i något lägre utsträckning än högt utbildade.

Morgontidningsläsandet har varit relativt stabilt ända sedan Mediebarometern startade sin mätserie år 1979. En liten nedgång kan dock förmärkas under de senaste två decennierna – men det handlar inte om mer än några få procentenheter, vilka helt kan hänföras till de unga läsarna.

### Anmärkning

Med morgontidning avses alla morgonutgivna tidningar som utkommer minst en gång per vecka, vilket inkluderar både prenumerationsbar storstads- och landsortsmorgonpress, tryckt version eller fr o m 2006 internetversion. Fr o m 1998 redovisas också morgontidningsläsningen inklusive dagliga gratis tidningar.

Frågan om läsning under gårdagen ställs alla veckodagar trots att ungefär hälften av morgontidningarna utkommer mindre än sex dagar per vecka. Morgonpressens räckvidd en genomsnittlig vardag 2007 är 76 procent.

Not

1. Före 1998 ingick ej Metro i morgontidningsläsningen.



## Andel som läser en genomsnittlig dag 2007 (procent)

	Totala befolkningen 9-79 år	%	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	%
<b>Totalt</b>		72			72
	Vuxna 18-79 år	78	Tjänstemän		80
	Barn/ungdom 9-17 år	37	Högre tjänstemän/akademiker		90
<b>Kön</b>			Egna företagare		75
	Män 9-79 år	71	Pensionärer		85
	Kvinnor 9-79 år	72	Studierande		65
			Arbetslösa <sup>1</sup>		58
	Män 18-79 år	77	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	71
	Kvinnor 18-79 år	78		Två personer (18 år och äldre)	80
	Pojkar 9-17 år	40		Tre eller fler (18 år och äldre)	74
	Flickor 9-17 år	33			
<b>Ålder</b>					
	9-14 år	26	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	63
	15-19 år	59		Äldre vuxna (45-79 år)	84
	20-24 år	58		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	76
	25-34 år	63		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	71
	35-44 år	77			
	45-54 år	80	Hushåll (9-79 år)	En person	71
	55-64 år	84		Två personer	83
	65-79 år	86		Tre personer	67
				Fyra personer eller fler	63
<b>Utbildning (16-79 år)</b>					
	Förgymnasial utbildning < 9 år	76	Hemort (9-79 år)	Större städer	73
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	78		Södra mellanbygden	73
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	77		Norra tätbygden	75
	Gymnasial utbildning > 2 år	73		Norra glesbygden	62
	Högskola/universitet ≤ 3 år	78		Stockholm, Södertälje A-region	67
	Högskola/universitet > 3 år	84		Göteborgs A-region	71
				Malmö/Lund/Trelleborg	76

## Morgontidningsläsaren

Morgonpressens räckvidd en genomsnittlig dag ligger på en hög nivå, kring 70-80 procent, i så gott som alla grupper utom de yngre. De lägsta siffrorna finns bland barn (26 procent) och ungdomar 15-19 år (59 procent). Generellt ökar andelen morgontidningsläsare med ålder.

Läsandet av morgonpress är mest utbrett bland högre tjänstemän/akademiker, äldre vuxna och pensionärer, men även i andra grupper av vuxna läser en övervägande majoritet morgontidning en genomsnittlig dag.

I fråga om hushåll gäller att morgontidningsläsningen är lägst i enpersonshushåll och tre- eller flerpersonshushåll. Bakom detta ligger ålders- och inkomstskillnader.

### Anmärkning

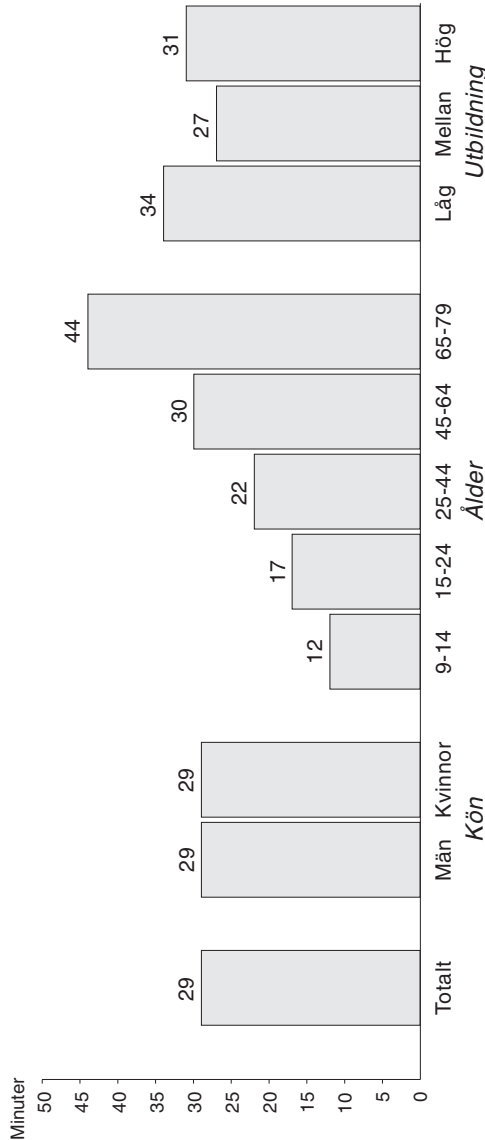
Med morgontidning avses alla morgonutgivna tidningar som utkommer minst en gång per vecka, vilket inkluderar både prenumerationsbar storslags- och landsortsmorgonpress samt dagliga gratisutgåvor, tryckt version eller internetversion.

Frågan om läsning under gårdagen ställs alla veckodagar trots att ungefär hälften av morgontidningarna utkommer mindre än sex dagar per vecka. Morgonpressens räckvidd en genomsnittlig vardag 2007 är 76 procent.

### Not

1. Andelen svartspersoner är mindre än 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Lästid bland läsare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (minuter)



Lästid bland läsare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 1980-2007 (minuter)

År	Kön				Ålder				Utbildning					
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög	Låg	Mellan	Hög
1980	32	33	30	10	22	31	34	44	33	31	38	33	31	38
1981	31	34	28	12	20	30	36	44	32	29	38	32	29	38
1983	32	33	30	13	19	31	35	46	33	28	36	33	28	36
1985	31	34	27	13	20	29	34	48	31	28	37	31	28	37
1987	32	33	31	12	22	30	36	48	35	29	35	35	29	35
1989	31	32	30	12	18	28	36	44	32	30	35	32	30	35
1991	29	32	27	16	21	26	32	44	32	26	35	32	26	35
1993	29	31	26	10	18	24	32	44	32	27	30	32	27	30
1995	31	32	30	10	21	26	33	49	33	28	36	33	28	36
1997	29	30	29	16	19	24	32	45	31	28	33	31	28	33
1999	29	30	29	17	19	24	32	43	33	27	33	33	27	33
2001	30	32	29	16	19	24	32	49	37	27	32	37	27	32
2003	31	32	30	12	19	23	33	49	35	29	33	35	29	33
2004	30	31	30	15	18	25	32	44	36	29	32	36	29	32
2005	29	29	29	12	18	24	31	42	33	27	31	33	27	31
2006	30	31	30	13	17	24	31	48	36	27	34	36	27	34
2007	29	29	29	12	17	22	30	44	34	27	31	34	27	31

## Lästid bland läsarna

Den genomsnittliga lästiden bland morgontidningsläsarna ligger kring 30 minuter. Män och kvinnor läser tidningen under i stort sett lika lång tid. De unga läsarna ägnar tidningen betydligt kortare tid än andra medan de äldsta läser tidningen avsevärt längre än andra åldersgrupper, t ex mer än tre gånger så lång tid som de yngsta. De äldsta är följaktligen inte enbart de mest regelbundna läsarna utan också den grupp som avsätter längst tid åt morgontidningen.

Lästiden har länge varit mycket stabil. En viss minskning av lästiden skedde under 1980-talet bland män och i åldersgruppen 25 till 44 år. Sedan 1990-talets början har lästiden dock legat på samma stabila nivå.

### Anmärkning

Med morgontidning avses alla morgontidningarna som utkommer minst en gång per vecka, vilket inkluderar både prenumerationsbar storslags- och landsortsmorgonpress samt dagliga gratisutgåvor, tryckt version eller fr o m 2006 internetversion.

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

Lästiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna utifrån på förhand angivna tidsintervall fått göra en uppskattning av sin lästid under gårdagen. Intervallen har sedan omräknats till genomsnittlig lästid (se Fakta om undersökningen *Mediebarometern*).

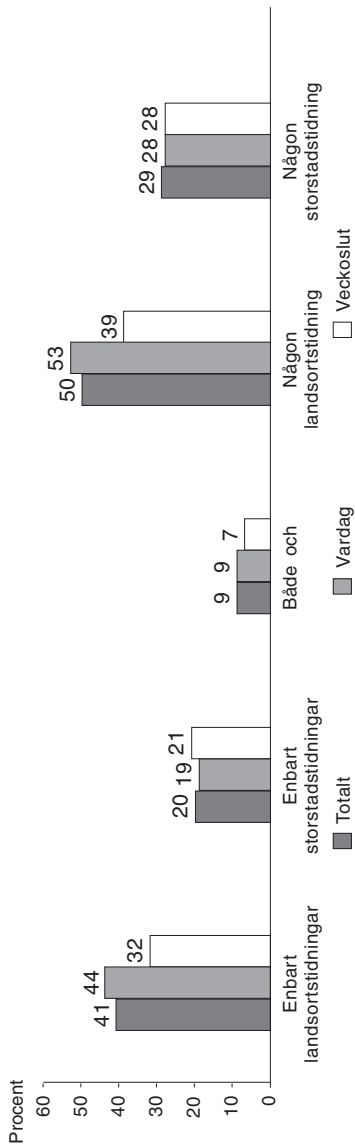
Tabellen redovisar genomsnittlig lästid bland dem som läst morgontidning en genomsnittlig dag.

Not

1. Den genomsnittliga lästiden bland dem som läser morgonpress.

# Morgontidning

## Läsare 9-79 år en genomsnittlig vardag/veckoslut 2007 (procent)



## Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2007 (procent)

	Kön		Ålder					Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Enbart en morgontidning	60	59	61	26	50	61	65	74	69	61	65
Två morgontidningar	10	10	9	1	7	9	13	10	6	11	13
Tre eller fler	2	3	1	-	3	2	3	2	2	2	4
Enbart landsortstidningar	41	39	43	13	31	41	48	48	54	46	36
Enbart storstadstidningar	20	20	19	7	18	21	21	23	14	17	30
Både landsorts- och storstadstidningar	9	10	7	2	6	7	12	11	6	8	13
Enbart papperstidning	66	65	67	26	55	63	75	83	75	69	73
Enbart nättidning	2	2	1	1	2	3	2	1	1	2	3
Både nät- och papperstidning	4	4	3	-	2	5	5	2	1	3	6
Mindre än 1/4 tim	19	18	19	21	32	25	15	6	11	20	19
1/4-1/2 tim	31	31	30	5	21	34	41	28	34	34	35
1/2-1 tim	18	17	18	1	5	12	21	38	25	17	21
1-2 tim	4	4	4	0	0	1	5	14	7	3	6
Mer än 2 tim	1	0	0	-	-	0	0	1	0	0	1
<b>Genomsnittlig vecka</b>	<b>87</b>	<b>88</b>	<b>88</b>	<b>54</b>	<b>85</b>	<b>91</b>	<b>93</b>	<b>93</b>	<b>91</b>	<b>91</b>	<b>93</b>

## Läsning av morgontidning

Det är landsortspressen som står för huvuddelen av den totala morgontidningsläsningen i Sverige. Hälften av befolkningen läser minst en landsortstidning en genomsnittlig dag medan motsvarande andel för storstadsmorgonpressen är 29 procent. Om vi beaktar att de flesta landsortstidningar inte utges på söndagar och utgår från vardagsläsningen ökar andelen för landsortspressen till 53 procent, i jämförelse med 28 procent för storstadsmorgontidningarna. Det är också klart vanligare att man på vardagar läser enbart landsortspress än enbart storstadstidningar.

Drygt 10 procent läser eller tittar i mer än en morgontidning. Andelen är störst bland högutbildade, där närmare 20 procent läser två eller fler morgontidningar. Dessa kombinerar också betydligt oftare storstads- och landsortspress.

Läsning av någon morgontidning på internet en genomsnittlig dag ligger på en relativt låg nivå. Andelen är högst bland 25 till 44-åringar (8 procent) och högutbildade (9 procent).

Halva befolkningen ägnar som mest 30 minuter åt morgonpress en genomsnittlig dag och en dryg fjärdedel av befolkningen ägnar längre tid åt morgonpress. Bland dem som läser tidningen mer än 30 minuter finns framför allt de äldre.

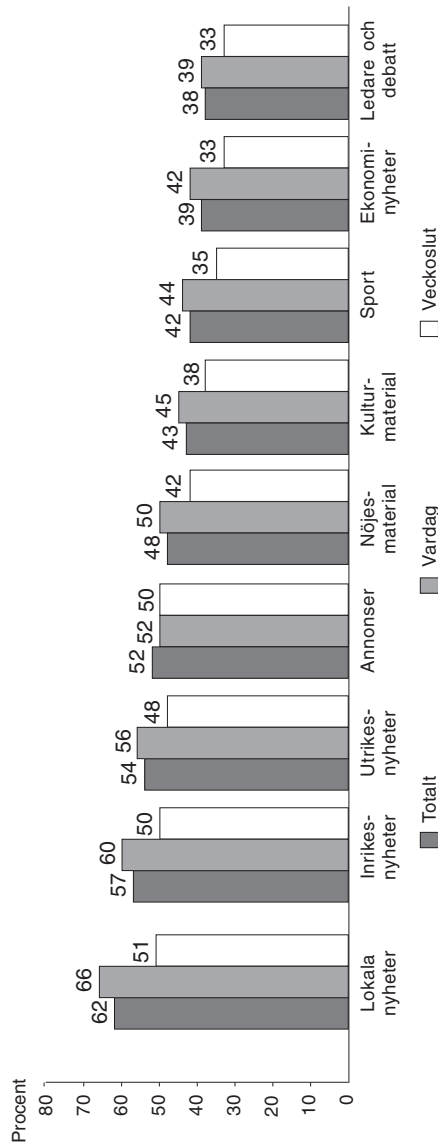
Huvuddelen av befolkningen mellan 9 och 79 år, 87 procent, läser minst en morgontidning en genomsnittlig vecka. Bland 9- till 14-åringar är 54 procent "veckoläsare". Både totalt och i de flesta grupper är det överlag en hög stabilitet under det senaste decenniet.

### Anmärkning

Med morgontidning avses alla morgonutgivna tidningar som utkommer minst en gång per vecka, vilket inkluderar både prenumerationsbar storstads- och landsortsmorgonpress samt dagliga gratisstidningar, tryckt version eller internetversion. Med storstadstidning avses tidning utgiven i Stockholm, Göteborg eller Malmö och med landsortstidning avses tidningar med annan utgivningsort.

# Morgontidning

**Läsare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig vardag/veckoslut 2007: innehållskategorier (procent)**



**Läsare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2007: innehållskategorier (procent)**

Genomsnittlig dag	Kön		Ålder					Utbildning		
	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
	Totalt	59	65	10	42	62	75	80	73	66
Lokala nyheter	57	59	9	36	56	70	77	66	60	69
Inrikesnyheter	54	55	9	32	51	67	72	60	56	66
Utrikesnyheter	52	56	19	34	52	57	57	58	56	50
Annonser	48	52	13	39	46	57	59	52	51	54
Nöjesmaterial	43	48	7	26	38	54	61	46	45	53
Kulturmateriell	42	51	14	33	39	49	52	48	45	44
Sport	39	42	4	18	34	52	57	46	41	49
Ekonominyheter	38	39	4	18	32	48	59	43	39	46
Ledare och debatt	38	39	4	18	32	48	59	43	39	46

## Läsning av morgontidningsinnehåll

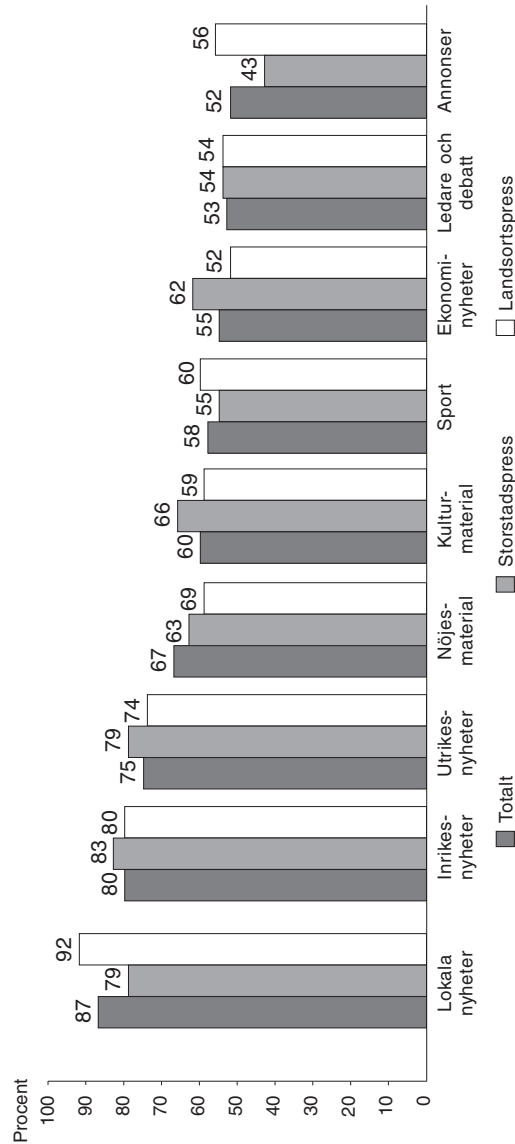
Det mest lästa innehållet i morgontidningarna är lokalityheter (62 procent), inrikesnyheter (57 procent) och utrikesnyheter (54 procent). Nöje, kultur, sport och annonser i morgontidningar läses av 40 till 50 procent av befolkningen. Läsningen är oavsett innehållskategori generellt högre på vardagar än på veckoslut vilket speglar den större morgonpressläsningen under arbetsveckan. Genom att läsningen av landsortspress är större på vardagar kommer innehållstyper som är attraktiva i landsortstidningar att spela en större roll, t ex lokala nyheter, nöjesmaterial och annonser.

Läsningen av i stort sett alla typer av innehåll ökar med ålder. För lokalityheter är skillnaden mellan de yngsta (10 procent) och de äldsta (80 procent) särskilt stor, i fråga om annonser är skillnaden något mindre. Bland högtbildade och lågutbildade ligger ett flertal kategorier högre än bland medelutbildade. Undantaget är läsningen av sport och annonser. Sport (män) och kultur, nöje och annonser (kvinnor) uppvisar störst könsskillnader. Mönstret är stabilt över tid.

### Anmärkning

Siffrorna avser andelen som läst minst något av innehållskategorierna och inte den genomsnittliga publikandelen för kategorierna.

## Läsare av olika innehållskategorier bland läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



## Morgontidningsinnehåll bland läsare

Det mest lästa innehållet bland morgontidningarnas läsare är nyheter. Det gäller främst de lokala nyheterna (87 procent) men även inrikes- och utrikesnyheter med 80 respektive 75 procent. Nöje och kultur ligger något lägre men läses ändå av ca två tredjedelar av läsarna en genomsnittlig dag.

Det finns en relativt klar skillnad i läsmönster mellan storstadsmorgonpressen och landsortstidningarna. I de förra ligger läsning av inrikes- och utrikesnyheter på en hög nivå, i de senare läses lokalnyheter mest. Kultur ligger högre i storstadstidningarna och annonser i landsortstidningarna.

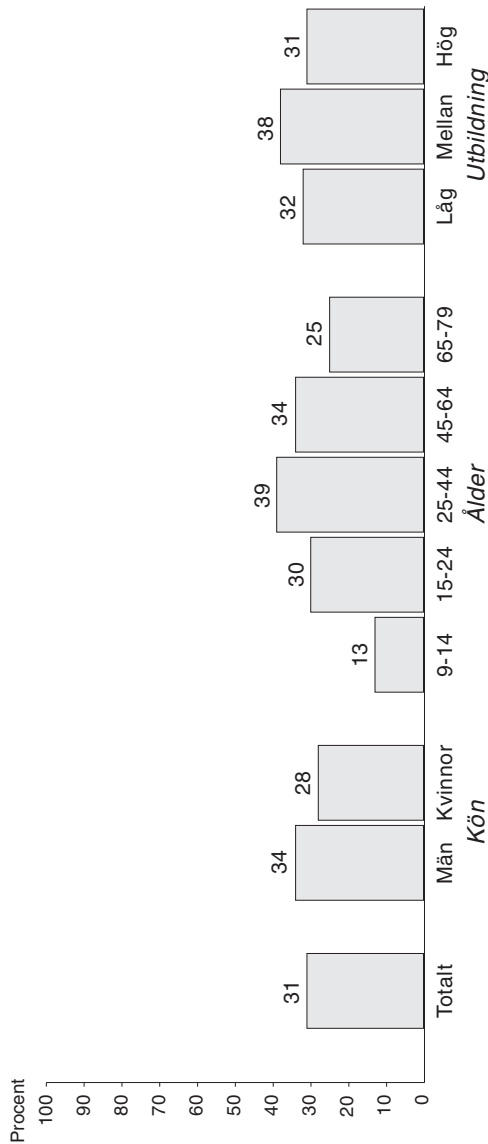
### Anmärkning

Siffrorna avser andelen som läst minst något av innehållskategorin och inte den genomsnittliga publikandelen för kategorin.

## Läsare av olika innehållskategorier bland läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)

Genomsnittlig dag	Totalt	Storstadspress	Landsortspress
Lokala nyheter	87	79	92
Inrikesnyheter	80	83	80
Utrikesnyheter	75	79	74
Nöjesmaterial	67	63	69
Kulturmateriäl	60	66	59
Sport	58	55	60
Ekonominyheter	55	62	52
Ledare och debatt	53	54	54
Annons	52	43	56

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



## Läser kvällstidning

En tredjedel av befolkningen läser en kvällstidning en genomsnittlig dag. Andelen läsare är något högre bland män än kvinnor. De medelålders läser i något större utsträckning än andra åldersgrupper. Bland medelutbildade är kvällstidningsläsningen något mer utbredd än bland låg- och högutbildade.

Sedan början av 1980-talet har kvällspressen tappat läsare. Men den långsiktigt vikande trenden har sedan mitten av 1990-talet stabiliserats och i början av 2000-talet ersatts av en viss uppgång. Minskningen var mest markant bland män, ungdomar och de mellan 25 och 44 år. Det är i den senare gruppen en viss återhämtning främst kan konstateras.

### Anmärkning

Med kvällstidning avses någon av kvällstidningarna Aftonbladet, Expressen, GT och Kvällsposten, tryckt version eller fr o m 2006 internetversion.

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2007 (procent)

År	Kön		Ålder				Utbildning			
	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1979	39	44	28	47	45	40	25	39	44	40
1981	36	41	24	47	39	38	26	38	48	24
1983	35	39	19	38	42	38	22	35	42	34
1985	33	41	27	37	39	35	23	36	36	32
1987	36	40	31	42	41	33	28	35	40	37
1989	34	39	29	40	40	34	24	33	39	34
1991	32	35	29	38	36	33	26	33	39	24
1993	29	33	27	33	33	32	22	29	35	26
1995	27	31	24	30	29	31	18	28	31	22
1997	28	31	25	29	29	31	21	33	31	20
1999	28	30	26	30	30	31	22	27	36	23
2001	29	32	26	30	32	32	24	32	34	25
2003	30	34	27	28	34	32	28	32	36	27
2004	31	34	28	34	33	32	29	33	35	28
2005	31	32	30	27	33	35	27	33	35	30
2006	33	35	30	29	40	36	25	28	40	34
2007	31	34	28	30	39	34	25	32	38	31

## Andel som läser en genomsnittlig dag 2007 (procent)

	Totalt	%	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	%
	Totala befolkningen 9-79 år	31			39
	Vuxna 18-79 år	34	Tjänstemän		38
	Barn/ungdom 9-17 år	16	Högre tjänstemän/akademiker		32
Kön	Män 9-79 år	34	Egna företagare		37
	Kvinnor 9-79 år	28	Pensionärer		26
Ålder	Män 18-79 år	37	Studierande		29
	Kvinnor 18-79 år	30	Arbetslösa <sup>1</sup>		45
	Pojkar 9-17 år	15	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	28
	Flickor 9-17 år	18		Två personer (18 år och äldre)	35
Ålder	9-14 år	13		Tre eller fler (18 år och äldre)	36
	15-19 år	26	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	41
	20-24 år	38		Äldre vuxna (45-79 år)	30
	25-34 år	39		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	36
	35-44 år	39		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	34
	45-54 år	35		Hushåll (9-79 år)	En person
Utbildning (16-79 år)	55-64 år	33		Två personer	35
	65-79 år	25		Tre personer	28
	Förgymnasial utbildning < 9 år	30	Hemort (9-79 år)	Fyra personer eller fler	31
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	36		Större städer	30
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	37		Södra mellanbygden	35
	Gymnasial utbildning > 2 år	38		Norra tätbygden	33
Högskola/universitet ≤ 3 år	34		Norra glesbygden	34	
Högskola/universitet > 3 år	28		Stockholm, Södertälje A-region	31	
			Göteborgs A-region	26	
			Malmö/Lund/Trelleborg	25	

## Kvällstidningsläsaren

Kvällspressens räckvidd varierar mellan olika grupper. I Stockholm var andelen kvällspressläsare länge större än i övriga landet. Några sådana skillnader har inte noterats de senaste fem åren och tendensen är snarast att kvällspressläsningen nu är större utanför storstadsområdena.

Män läser mer än kvinnor och åldersgrupperna unga vuxna och medelålders skiljer ut sig genom en högre andel läsare. De tidigare klara åldersskillnaderna i kvällstidningsläsningen är inte lika tydliga i början av 2000-talet. Kvällstidningsläsningen ligger också traditionellt lägre i Göteborgs- och Malmöregionerna.

Andelen läsare är hög bland arbetare, tjänstemän och egna företagare och låg bland pensionärer. I de demografiska grupper där kvällspressen har sin största andel läsare en genomsnittlig dag är morgonpressen relativt sett något svagare.

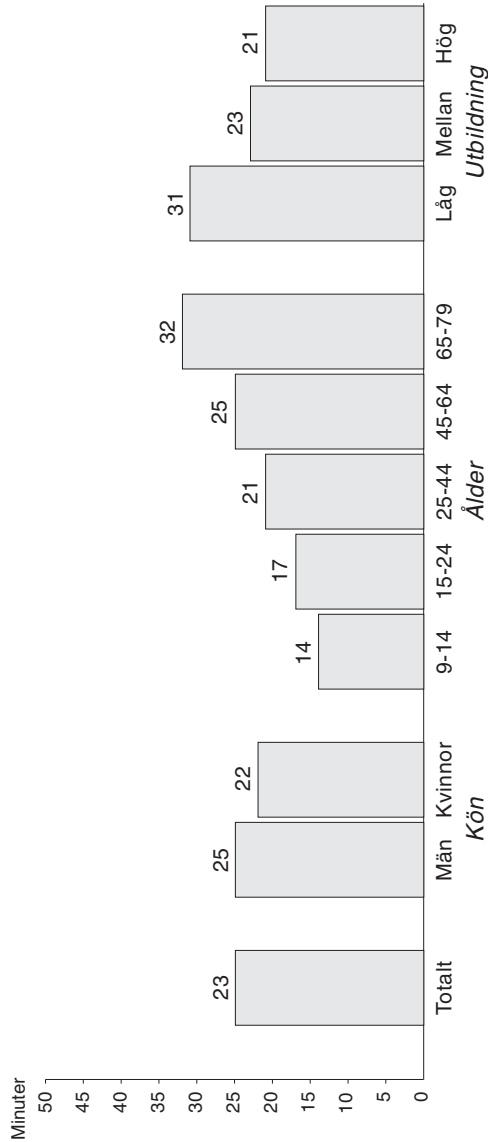
### Anmärkning

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

### Not

1. Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Lästid bland läsare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (minuter)



## Lästid bland läsarna

Den genomsnittliga läsaren ägnar 23 minuter åt kvällspress. Lästiden ökar med ålder – de äldsta läsarna ägnar kvällspressen mer än dubbelt så lång tid som de unga läsarna – och lågutbildade läser kvällstidningen längre tid än medel- och högutbildade.

Lästiden bland kvällspressläsare har minskat något sedan slutet av 1980-talet. En kortare lästid kan noteras för läsning på internet än för den tryckta tidningen, det handlar om ca 10 minuters skillnad.

### Anmärkning

Med kvällstidning avses någon av kvällstidningarna Aftonbladet, Expressen, GT och Kvällsposten, tryckt version eller fr o m 2006 internetversion.

Lästiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna utifrån på förhand angivna tidsintervall fått göra en uppskattning av sin lästid under gårdegen. Intervallen har sedan omräknats till genomsnittlig lästid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*)

Tabellen redovisar genomsnittlig lästid bland dem som läst morgontidning en genomsnittlig dag.

Lästid bland läsare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 1980-2007 (minuter)

År	Kön		Ålder				Utbildning		
	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Hög
1980	29	32	14	24	30	32	38	34	28
1981	30	32	21	22	30	33	46	33	32
1983	29	30	12	24	29	32	36	30	28
1985	33	34	16	24	33	40	35	33	31
1987	29	32	13	24	31	32	36	34	26
1989	26	29	12	20	25	30	34	30	25
1991	26	28	16	21	26	28	32	27	27
1993	26	28	12	19	25	27	40	30	26
1995	26	28	12	22	26	28	39	30	26
1997	27	29	13	21	25	30	40	31	27
1999	25	26	18	19	24	27	33	29	24
2001	26	28	14	18	24	29	39	34	25
2003	26	28	13	19	21	29	36	31	25
2004	26	28	14	22	23	28	36	33	23
2005	24	26	14	20	21	26	34	29	22
2006	23	25	15	17	19	25	36	33	21
2007	23	25	14	17	21	25	32	31	23

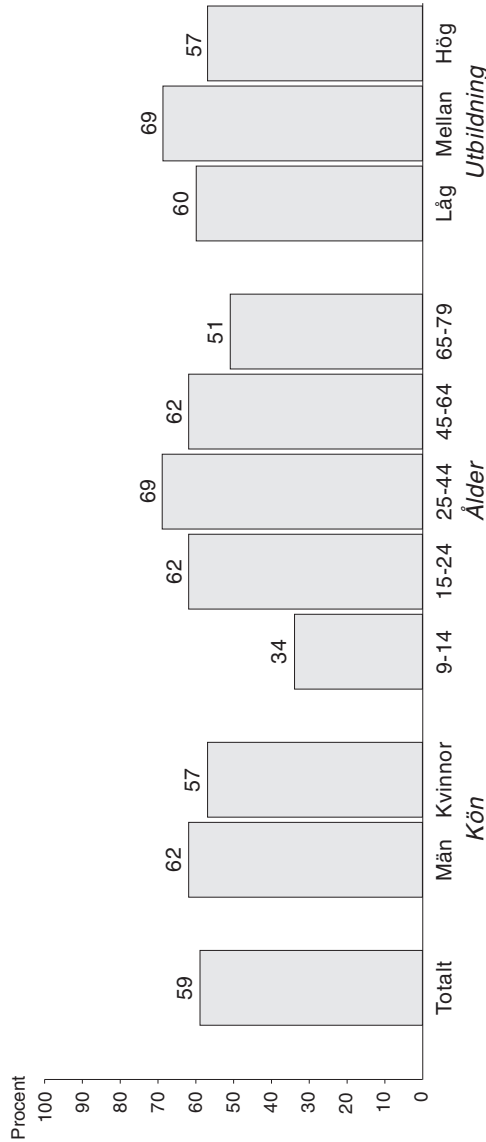
Not

1. Den genomsnittliga lästiden bland dem som läser kvällspress.



# Kvällstidning

Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2007 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)

	Kön		Ålder					Utbildning		
	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
	Totalt									
Enbart en kvällstidning	26	24	12	27	31	28	22	28	32	24
Två eller fler	5	4	1	3	8	6	4	4	6	7
Enbart papperstidning	17	17	10	13	15	21	21	25	21	13
Enbart nättidning	12	10	3	14	20	10	4	5	14	16
Både nät- och papperstidning	2	2	-	2	3	3	1	2	3	3
Mindre än ¼ tim	12	12	9	15	17	12	5	7	15	13
¼-½ tim	13	15	3	13	16	14	12	14	16	13
½-1 tim	5	6	1	2	4	6	7	8	6	4
1-2 tim	1	1	-	0	1	1	1	2	1	1
Mer än 2 tim	0	0	-	-	0	0	0	0	0	-

## Läsning av kvällstidning

Närmare 60 procent av befolkningen läser kvällspress under en genomsnittlig vecka. Grupper med relativt begränsad läsning är de yngsta och de äldsta. Vecko-räckvidden är i stort sett lika hög bland män och kvinnor. Kvällspressens veckoräckvidd liknar i huvudsak det läsmönster som tidigare var vanligt bland dagliga läsare.

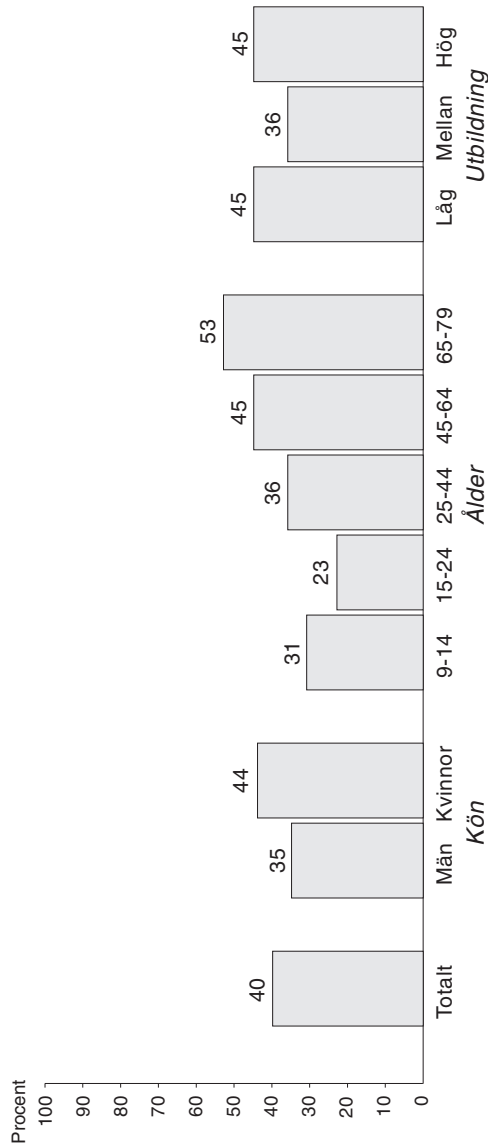
Flerparten kvällstidningsläsare håller sig till en tidning; 5 procent av befolkningen läser dock mer än en kvällstidning en genomsnittlig dag.

Internet spelar en relativt stor roll för kvällspressens räckvidd. En genomsnittlig dag tar 14 procent av befolkningen del av kvällstidningen på internet – 12 procent läser tidningen enbart på nätet och det är främst 25 till 44-åringarna (20 procent). Detta innebär att nästan varannan kvällstidningsläsare tar del av tidningen i elektronisk form. Andelen som enbart tar del av kvällstidning på internet har ökat under de senaste åren. Bland medelålders och högutbildade är andelarna högre jämfört med genomsnittet i befolkningen. Mönstret är detsamma som för 2006.

### Anmärkning

Med kvällstidning avses någon av kvällstidningarna Aftonbladet, Expressen, GT och Kvällsposten, tryckt version eller internetversion. Lästiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna utifrån på förhand angivna tidsintervall fått göra en uppskattning av sin lästid under gårdagen.

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1994-2007 (procent)

År	Kön		Ålder			Utbildning		
	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	Låg	Mellan	Hög
1994	51	52	36	44	49	51	48	67
1995	46	52	33	46	48	48	48	62
1996	46	52	41	44	45	49	45	60
1997	44	48	39	38	43	48	43	55
1998	46	52	34	41	46	50	47	59
1999	47	51	36	35	47	51	51	56
2000	52	56	42	44	51	56	52	62
2001	43	51	40	38	44	49	43	55
2002	36	48	34	31	38	45	41	45
2003	39	47	46	28	39	44	39	48
2004	35	43	38	30	34	40	38	43
2005	41	37	36	36	38	43	40	45
2006	39	34	39	27	34	41	35	44
2007	40	35	31	23	36	45	36	45

## Läser tidskrifter

40 procent av befolkningen läser minst en tidskrift en genomsnittlig dag. Andelen har sjunkit något sedan slutet av 1990-talet men har under de senaste åren stabiliserats. Tendensen måste tolkas med försiktighet eftersom tidskriftsmarknaden är mycket heterogen och rymmer alltifrån traditionella veckotidningar, specialtidningar till små facktidskrifter. Det är sannolikt att befolkningens bedömningar påverkas av hur tidskriftsmarknadens karaktär förändras, särskilt genom att synen på vad som är en tidskrift förskjuts då nya typer av tidningar tillkommer.

Totalt sett läser kvinnor tidskrifter i större utsträckning än män – 44 procent respektive 35 procent – och det är en skillnad som synes ha ökat under senare år. Äldre är överlag flitigare läsare än yngre; bland de yngsta är andelen dock hög. Det finns relativt små skillnader mellan olika utbildningsgrupper.

Mönstret mellan de olika grupperna är i stort detsamma under de senaste åren.

### Anmärkning

Tidskrift innefattar vecko-/månadstidningar och special-/facktidskrifter. Med vecko-/månadstidningar avses såväl den traditionella veckopressen, herrtidningar och ungdomstidningar som månadstidningarna magasin. Med special-/facktidskrifter avses tidskrifter inriktade på fack- och yrkesområden. Specialtidningar är tidskrifter inriktade på ett eller några specialintressen hos läsaren.

## Andel som läser en genomsnittlig dag 2007 (procent)

	Totala befolkningen 9-79 år	%	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	%
<b>Totalt</b>		40			33
	Vuxna 18-79 år	42	Tjänstemän		43
	Barn/ungdom 9-17 år	29	Högre tjänstemän/akademiker		46
<b>Kön</b>			Egna företagare		42
	Män 9-79 år	35	Pensionärer		52
	Kvinnor 9-79 år	44	Studierande		30
			Arbetslösa <sup>1</sup>		31
	Män 18-79 år	38			
	Kvinnor 18-79 år	46	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	43
	Pojkar 9-17 år	23	(18-79 år)	Två personer (18 år och äldre)	43
	Flickor 9-17 år	35		Tre eller fler (18 år och äldre)	36
<b>Ålder</b>					
	9-14 år	31	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	32
	15-19 år	23		Äldre vuxna (45-79 år)	49
	20-24 år	23		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	36
	25-34 år	34		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	35
	35-44 år	37			
	45-54 år	41	Hushåll (9-79 år)	En person	44
	55-64 år	48		Två personer	46
	65-79 år	53		Tre personer	37
				Fyra personer eller fler	33
<b>Utbildning (16-79 år)</b>					
	Förgymnasial utbildning < 9 år	46	Hemort (9-79 år)	Större städer	42
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	43		Södra mellanbygden	39
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	39		Norra tätbygden	41
	Gymnasial utbildning > 2 år	35		Norra glesbygden	40
	Högskola/universitet ≤ 3 år	43		Stockholm, Södertälje A-region	38
	Högskola/universitet > 3 år	47		Göteborgs A-region	39
				Malmö/Lund/Trelleborg	37

## Tidskriftsläsaren

De grupper där tidskriftsläsandet en genomsnittlig dag är högst är bland personer mellan 65 och 79 år (53 procent), högutbildade (47 procent) samt högre/tjänstemän akademiker och kvinnor 18 till 79 år (46 procent).

Det finns relativt små regionala skillnader; läsningen är i stort sett lika spridd i storstad som tätort.

Mönstret i de olika gruppernas läsning är i stort detsamma under de senaste åren. Ungdomarnas läsning av tidskrifter en genomsnittlig dag tenderar dock att minska.

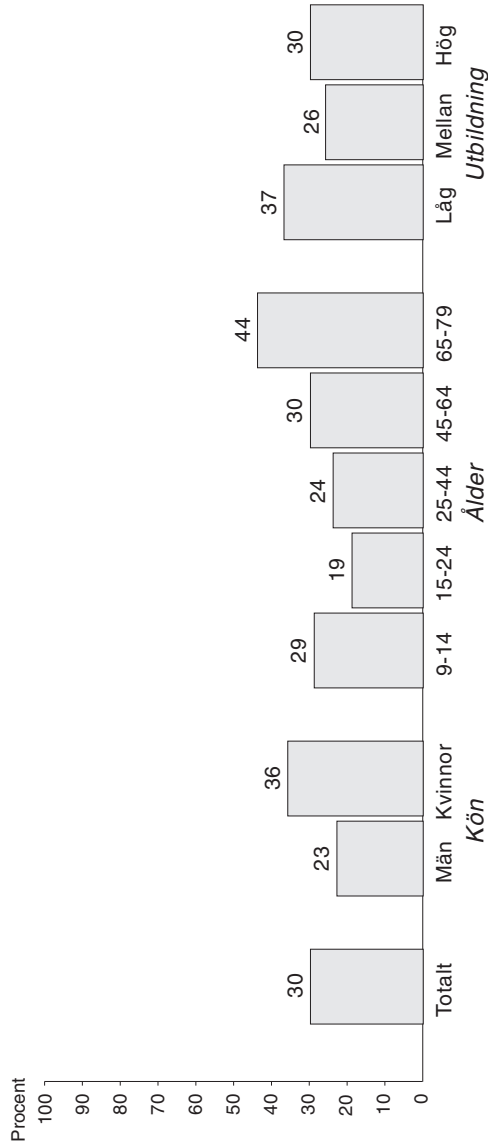
### Anmärkning

Tidskrift innefattar vecko-/månadstidningar och special-/facktidsskrifter. Med vecko-/månadstidningar avses såväl den traditionella veckopressen, herrtidningar 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.

Not

1. Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



## Läser vecko- och månadstidningar

Vecko- och månadstidningar är den mest lästa delen av den totala tidskriftsmarknaden. 30 procent av befolkningen läser någon vecko- eller månadstidning en genomsnittlig dag. Kvinnorna och de äldre uppvisar högst andelar. 44 procent av de äldsta och 36 procent av kvinnorna läser någon vecko- eller månadstidning en genomsnittlig dag. Andelen för män är 23 procent. En svagt vikande trend kan noteras bland ungdomar. Lågutbildade är läsare i större utsträckning än medel- och högutbildade. Detta mönster har varit i stort det samma sedan mitten av 1990-talet.

### Anmärkning

Med vecko- och månadstidning avses såväl den traditionella veckopressen, herrtidningar och ungdomstidningar som månadsutgivna magasin.

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1981-2007 (procent)

År	Kön		Ålder			Utbildning				
	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1981 <sup>1</sup>	23	31	29	24	16	20	39	27	19	13
1983 <sup>1</sup>	30	38	34	32	21	33	39	33	28	21
1985 <sup>1</sup>	22	31	14	19	18	23	42	28	19	16
1987 <sup>1</sup>	22	30	11	24	14	26	39	29	20	15
1989 <sup>1</sup>	19	26	13	15	15	18	36	25	19	13
1991 <sup>1</sup>	18	26	13	15	14	19	31	23	18	12
1993 <sup>1</sup>	22	31	13	19	16	25	37	30	18	16
1995	31	38	24	29	28	30	45	34	29	32
1997	29	34	32	24	22	29	46	35	24	27
1999	31	37	29	25	25	33	47	37	30	29
2001	34	40	37	28	27	36	46	40	32	30
2003	31	37	44	20	24	32	42	37	26	28
2004	28	34	34	23	24	28	39	32	26	28
2005	30	36	33	27	25	29	39	35	28	28
2006	30	36	36	22	23	31	41	34	27	28
2007	30	36	29	19	24	30	44	37	26	30

### Not

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

# Vecko-/månadstidning

## Andel som läser en genomsnittlig dag 2007 (procent)

	%	Systematik	Arbetare	%
<b>Totalt</b>		Sysselsättning (16-79 år)		
Totala befolkningen 9-79 år	30		Arbetare	25
Vuxna 18-79 år	30		Tjänstemän	27
Barn/ungdom 9-17 år	27		Högre tjänstemän/akademiker	28
			Egna företagare	28
<b>Kön</b>			Pensionärer	43
Män 9-79 år	23		Studierande	21
Kvinnor 9-79 år	36		Arbetslösa <sup>1</sup>	19
Män 18-79 år	24	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	30
Kvinnor 18-79 år	36	(18-79 år)	Två personer (18 år och äldre)	31
Pojkar 9-17 år	20		Tre eller fler (18 år och äldre)	25
Flickor 9-17 år	34			
<b>Ålder</b>		Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	21
9-14 år	29		Äldre vuxna (45-79 år)	37
15-19 år	20		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	25
20-24 år	15		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	23
25-34 år	24			
35-44 år	24	Hushåll (9-79 år)	En person	32
45-54 år	27		Två personer	35
55-64 år	34		Tre personer	27
65-79 år	44		Fyra personer eller fler	25
<b>Utbildning (16-79 år)</b>		Hemort (9-79 år)	Större städer	32
Förgymnasial utbildning < 9 år	38		Södra mellanbygden	29
Förgymnasial utbildning 9-10 år	34		Norra tätbygden	31
Gymnasial utbildning ≤ 2 år	29		Norra glesbygden	30
Gymnasial utbildning > 2 år	25		Stockholm, Södertälje A-region	26
Högskola/universitet ≤ 3 år	30		Göteborgs A-region	27
Högskola/universitet > 3 år	30		Malmö/Lund/Trelleborg	27

## Vecko-/månadstidnings-läsaren

Vecko- och månadstidningarna uppvisar en högre räckvidd för grupperna kvinnor och äldre. Bland vuxna kvinnor läser 36 procent någon vecko- eller månadstidning en genomsnittlig dag medan andelen läsare i den äldsta gruppen, 65 till 79 år är 44 procent. Andelen läsare bland män är relativt låg.

Mönstren i olika gruppers läsning är i stort desamma som de senaste åren. En liten minskning kan dock konstateras bland de unga, 15 till 24-åringarna.

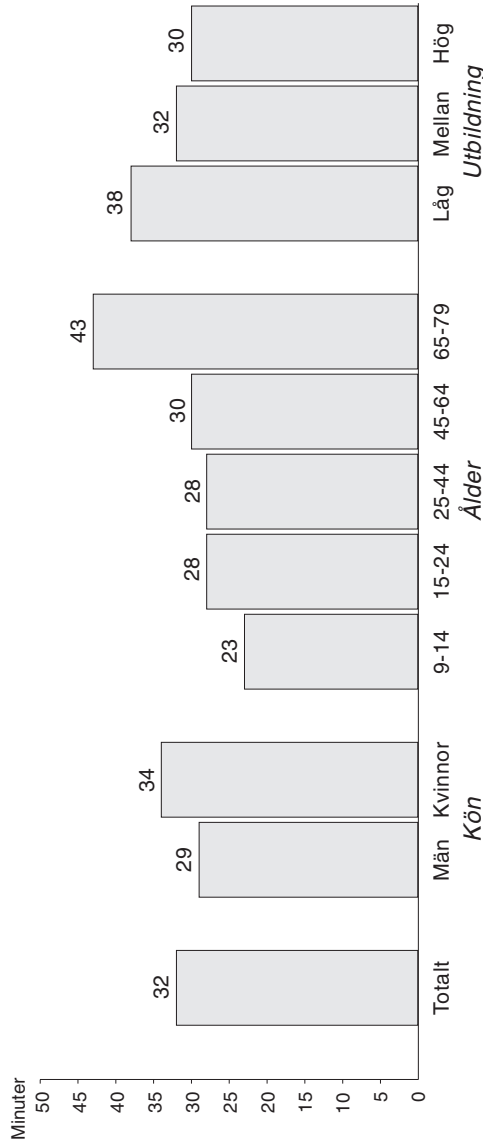
### Anmärkning

Med vecko- och månadstidning avses såväl den traditionella veckopressen, herrtidningar och ungdomstidningar som månadsutgivna magasin.

Not

1. Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

## Lästid bland läsare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (minuter)



## Lästid bland läsare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2007 (minuter)

År	Kön					Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög		
1986 <sup>2</sup>	32	28	34	25	29	26	32	44	38	30	22		
1987 <sup>2</sup>	37	39	36	29	30	33	36	47	41	35	26		
1988 <sup>2</sup>	30	28	31	23	24	27	29	39	35	24	28		
1989 <sup>2</sup>	34	33	35	20	27	23	37	49	42	32	23		
1990 <sup>2</sup>	29	26	30	15	24	24	34	31	33	21	22		
1991 <sup>2</sup>	27	23	29	19	23	27	30	29	30	25	28		
1993 <sup>2</sup>	32	27	34	22	26	24	32	46	38	29	27		
1995	34	32	35	24	33	29	34	44	38	31	35		
1997	33	30	35	26	26	28	31	48	41	30	29		
1999	32	32	33	23	26	31	31	44	36	33	32		
2001	36	32	39	27	31	35	32	51	43	36	34		
2003	34	35	34	29	36	27	35	43	38	36	30		
2004	34	33	35	31	33	30	35	38	39	34	32		
2005	32	29	34	26	27	27	33	44	36	33	30		
2006	34	31	36	29	27	27	33	47	42	32	32		
2007	32	29	34	23	28	28	30	43	38	32	30		

## Lästid bland läsarna

Läsarna avsätter i genomsnitt 32 minuter åt vecko-/månadspress under en genomsnittlig dag. Lästiden är något längre bland pensionärerna, men i övrigt är ålderskillnaderna inte särskilt stora. Även utbildningsskillnaderna i lästid är relativt små.

De senaste åren har lästiden legat på samma nivå med små fluktuationer mellan åren. Detta mönster kan skönjas i så gott som alla grupper.

### Anmärkning

Med vecko- och månadstidning avses såväl den traditionella vecko-pressen, herrtidningar och ungdomstidningar som månadstidningarna.

Lästiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna utifrån på förhand angivna tidsintervall fått göra en uppskattning av sin lästid under gårdegen. Intervallen har sedan omräknats till genomsnittlig lästid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*).

Tabellen redovisar genomsnittlig lästid bland dem som läst vecko- eller månadspress en genomsnittlig dag.

Observera att tabellen enbart baseras på dem som läst en genomsnittlig dag, vilket innebär att antalet svarspersoner är relativt litet och att siffrorna därför bör tolkas med försiktighet.

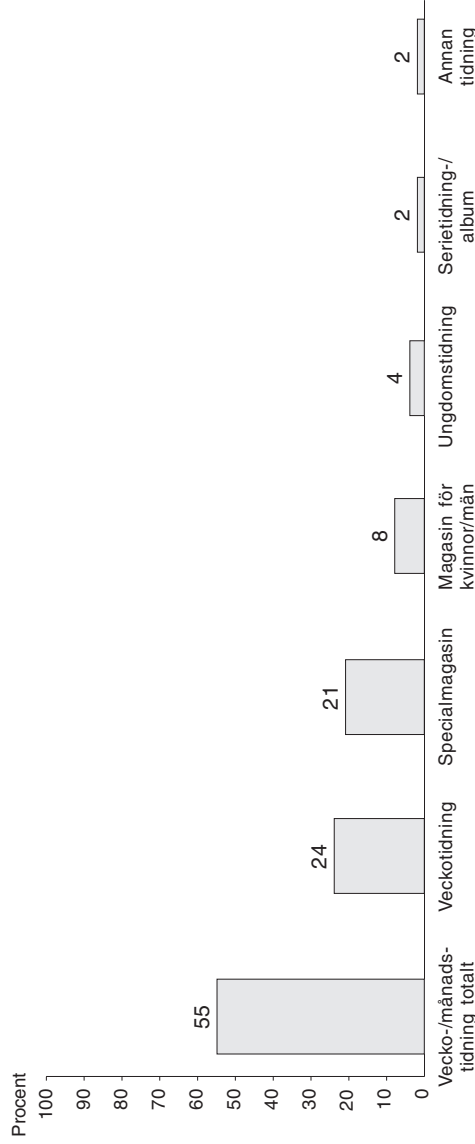
### Noter

1. Den genomsnittliga lästiden bland dem som läser vecko-/månadspress.
2. Fram till och med 1993 sades i intervjun att frågan gällde veckotidningar, från och med 1994 har med tanke på tidskriftsmarknadens förändring även månadstidningar explicit angivits i frågan.



# Vecko-/månadstidning

## Läsare av olika vecko-/månadstidningar 9-79 år en genomsnittlig vecka 2007 (procent)



## Läsare av olika vecko-/månadstidningar 9-79 år en genomsnittlig vecka 2007 (procent)

Typ av tidning	Kön		Ålder					Utbildning		
	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Veckotidning <sup>1</sup>	24	34	4	15	20	26	43	43	24	20
Specialmagasin <sup>2</sup>	21	15	7	11	28	25	17	11	22	31
Magasin för kvinnor/män <sup>3</sup>	8	13	2	10	10	9	6	4	9	11
Ungdomstidning	4	6	20	11	0	0	0	1	2	0
Serietidning-/album	2	3	1	15	1	0	0	-	1	0
Annan tidning	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2

## Läsning av olika vecko-/månadstidningar

Det som kallas veckopressen har traditionellt dominerats av familje- och damtidningar. Under 1980-talet utökades gruppen med det som kom att kallas magasin, oftast inriktade på män eller kvinnor, samt med specialmagasin inriktade på olika ämnesområden som barn, mat, heminredning, datorer, fiske etc. Denna marknad har ytterligare expanderat under senare år.

Närmare en fjärdedel av befolkningen har tagit del av en veckotidning en genomsnittlig vecka. En dryg femtedel läser specialmagasin inriktade på olika intresseområden. Magasin inriktade på kvinnor/män läser 8 procent av befolkningen.

Läsningen av både veckotidningar och magasin ligger klart högre bland kvinnor (34 respektive 13 procent) än män (13 respektive 2 procent). Veckotidningsläsningen ligger även högre bland äldre än yngre och högre bland lågutbildade än högutbildade.

Specialmagasinen uppvisar ett närmast omvänt mönster. Här är det män, medelålders och högutbildade som är överrepresenterade bland läsarna. Var tredje högutbildad har under en genomsnittlig vecka tagit del av ett specialmagasin.

Bland de yngre står, inte oväntat, serie- och ungdomstidningar mycket starkt. Sådana tidningar når tillsammans 35 procent av barnen mellan 9 och 14 år under en genomsnittlig vecka.

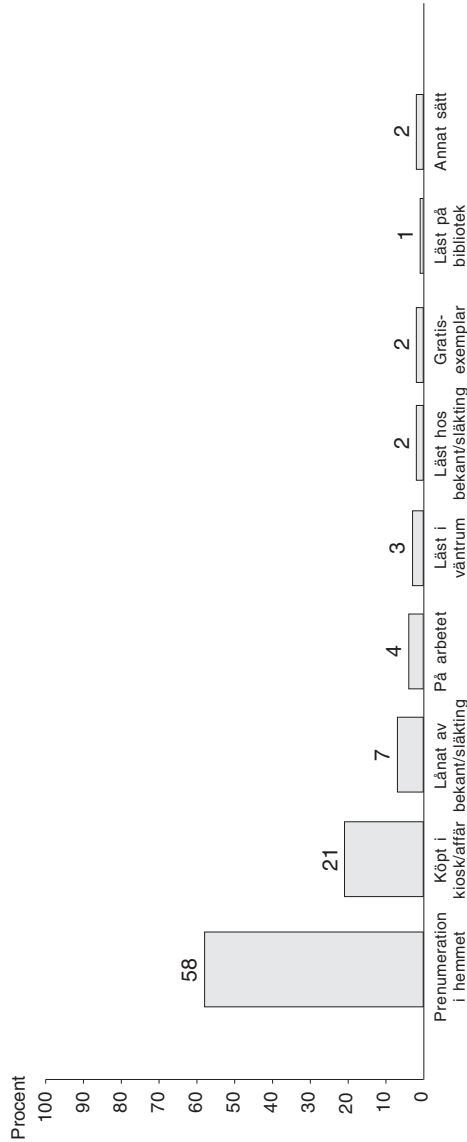
### Noter

1. Med veckotidning avses familjetidning, käändstidning och annan veckotidning.
2. Med specialmagasin avses specialmagasin med inriktning på hem/mat/barn, data/IT/motor/teknik, idrott/motion/hälsa/friluftsliv och med inriktning på ekonomi.
3. Med magasin för kvinnor/män avses magasin för kvinnor/damtidning och magasin för män.



# Vecko-/månadstidning

## Anskaffning av vecko-/månadstidningar bland dem som läst någon vecko-/månadstidning 9-79 år den senaste veckan 2007 (procent)



## Anskaffning av vecko-/månadstidningar bland dem som läst någon vecko-/månadstidning 9-79 år den senaste veckan 2007 (procent)

	Kön		Ålder					Utbildning		
	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<b>Anskaffning bland läsare</b>										
Prenumeration i hemmet	58	63	55	52	33	49	63	75	67	60
Köpt i kiosk/affär	21	16	24	29	43	25	16	9	13	20
Lånat av bekant/släktning	7	5	9	7	8	9	7	7	8	7
På arbetet	4	4	5	-	6	6	6	0	2	5
Läst i vantrum	3	2	3	2	2	4	3	1	3	3
Läst hos bekant/släktning	2	2	2	1	3	4	1	1	2	2
Gratisexemplar	2	3	1	3	1	2	2	2	2	2
Läst på bibliotek	1	1	0	2	0	1	1	1	0	1
Internet	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Annat sätt	2	2	2	5	2	1	1	1	2	1

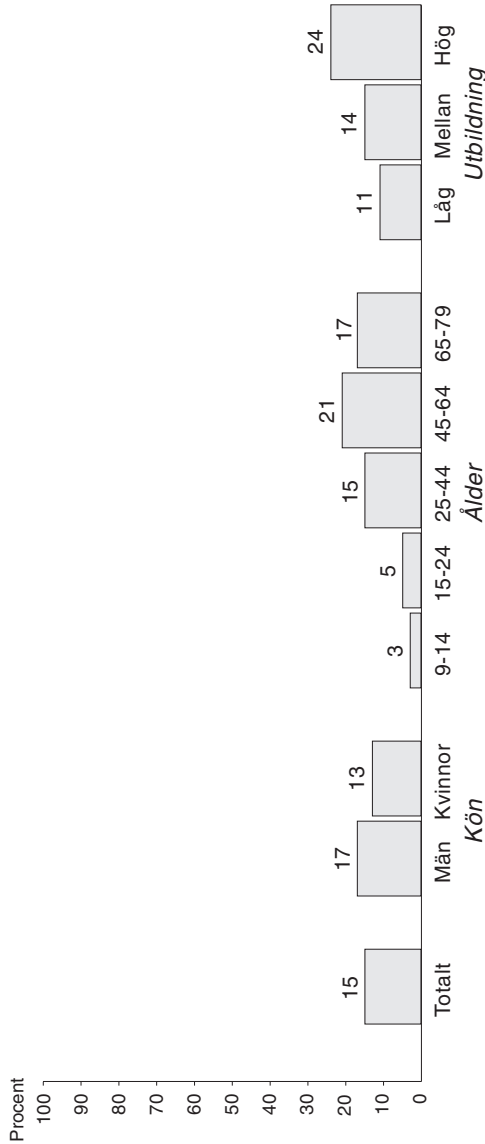
## Anskaffning

Flerparten läsare av vecko-/månadstidningar prenumererar på en tidning (58 procent) eller köper den i kiosk/affär (21 procent). Prenumeration och lösnummerköp uppvisar tydliga skillnader efter kön och mellan åldersgrupper. Män prenumererar oftare medan kvinnor oftare köper lösnummer. Prenumeration är klart vanligare bland pensionärer (75 procent) och dem som är 45 till 64 år (63 procent). I dessa grupper ligger andelen lösnummerköpare på endast 9 respektive 16 procent. I åldersgruppen 15 till 24 år är lösnummerköparna fler än andelen prenumeranter (43 och 33 procent). Andelarna har varit relativt stabila under de senaste åren men en viss ökning av köpta tidningar kan noteras.

Andelen som läst en vecko-/månadstidning som lånats av bekant eller släkting ligger på 7 procent och 4 procent har haft tillgång till tidningen på arbetet. Anskaffning via bekant är något vanligare bland låg- och medelutbildade och kvinnor jämfört med övriga grupper.

Tillgång på arbetet är vanligare bland medel- och högutbildade än lågutbildade. Förhållandevis få personer uppger att de haft tillgång till tidningen i ett vantrum, fått ett gratisexemplar eller läst på bibliotek. Vecko-/månadstidningar på internet spelar än så länge

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1981-2007 (procent)

År	Kön				Ålder				Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög	Hög
1981	22	26	16	12	18	26	27	12	16	24	39	39
1983	27	33	22	13	24	34	35	13	24	30	41	41
1985	26	32	20	6	25	32	32	17	23	28	44	44
1987	26	30	22	12	23	31	30	19	17	31	44	44
1989	24	29	19	9	22	25	33	18	21	23	36	36
1991	26	30	22	12	21	31	30	20	19	30	43	43
1993	28	34	23	13	25	29	36	22	22	30	43	43
1995	29	34	24	10	26	31	36	23	22	29	47	47
1997	26	31	23	12	19	28	33	24	21	26	41	41
1999	28	31	25	10	18	30	36	29	24	31	41	41
2001 <sup>1</sup>	21	24	19	6	16	24	27	18	16	20	35	35
2003 <sup>1</sup>	19	21	17	6	10	20	24	18	13	19	28	28
2004 <sup>1</sup>	16	17	14	5	8	17	19	18	12	17	23	23
2005 <sup>1</sup>	17	18	16	6	12	18	22	15	12	18	25	25
2006 <sup>1</sup>	15	17	13	5	7	15	20	16	10	13	24	24
2007 <sup>1</sup>	15	17	13	3	5	15	21	17	11	14	24	24

## Läser special- och facktidsskrifter

15 procent av befolkningen läser en genomsnittlig dag någon special- eller facktidsskrift. Sådana tidsskrifter var tidigare i första hand människors medium. De senaste årens resultat pekar dock på en utjämning mellan män och kvinnor. Läsningen är mest utbredd bland medelålders personer och pensionärer. Andelen läsare ökar med utbildning: 24 procent av alla högt utbildade läser någon special- eller facktidsskrift en genomsnittlig dag jämfört med 11 procent bland de lågt utbildade. En liten nedgång i läsningen under senare år kan noteras och det är främst ungdomarnas läsning av special- och facktidsskrifter en genomsnittlig dag som har minskat.

### Anmärkning

Med facktidsskrifter avses tidsskrifter inriktade på fack- och yrkesområdet. Specialtidningar är tidsskrifter inriktade på ett eller några specialintressen hos läsaren. Förändringen av frågan beträffande vecko- och månadstidningar kan även ha påverkat svaren ifråga om special- och facktidningar.

År 2001 utökades svarsalternativen på frågan om vecko/månadstidningar ytterligare. Detta har sannolikt påverkat den uppgivna läsningen av special-/facktidsskrifter.

### Not

1. I frågeformuleringen har sedan 2001 ingått förtydliganden när det gäller typ av vecko-/månadstidning vilket sannolikt har bidragit till en uppgiven minskad användning av special-/facktidsskrifter.

## Andel som läser en genomsnittlig dag 2007 (procent)

	%	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	%
<b>Totalt</b>				
Totala befolkningen 9-79 år	15			13
Vuxna 18-79 år	17	Tjänstemän		21
Barn/ungdom 9-17 år	3	Högre tjänstemän/akademiker		27
		Egna företagare		21
<b>Kön</b>		Pensionärer		16
Män 9-79 år	17	Studierande		10
Kvinnor 9-79 år	13	Arbetslösa <sup>1</sup>		12
Män 18-79 år	20	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	19
Kvinnor 18-79 år	15	(18-79 år)	Två personer (18 år och äldre)	17
Pojkar 9-17 år	3		Tre eller fler (18 år och äldre)	14
Flickor 9-17 år	3			
<b>Ålder</b>		Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	14
9-14 år	3		Äldre vuxna (45-79 år)	20
15-19 år	4		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	15
20-24 år	9		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	16
25-34 år	14			
35-44 år	16	Hushåll (9-79 år)	En person	19
45-54 år	21		Två personer	18
55-64 år	22		Tre personer	15
65-79 år	17		Fyra personer eller fler	11
<b>Utbildning (16-79 år)</b>		Hemort (9-79 år)	Större städer	16
Förgymnasial utbildning < 9 år	11		Södra mellanbygden	13
Förgymnasial utbildning 9-10 år	12		Norra tätbygden	15
Gymnasial utbildning ≤ 2 år	16		Norra glesbygden	14
Gymnasial utbildning > 2 år	14		Stockholm, Södertälje A-region	17
Högskola/universitet ≤ 3 år	21		Göteborgs A-region	15
Högskola/universitet > 3 år	26		Malmö/Lund/Trelleborg	14

## Special- och facktidsskriftsläsaren

Såväl utbildning och ålder som kön och sociala faktorer inverkar på benägenheten att läsa special- och facktidsskrifter. Störst andel läsare finner vi bland högt utbildade (26 procent). Bland yrkesverksamma är andelen läsare större än i andra grupper. De högsta andelarna finner vi bland högre tjänstemän och akademiker (27 procent) samt egna företagare och tjänstemän (21 procent), medan andelen bland studerande är 10 procent. Detta torde ha att göra med att facktidsskrifter normalt är knutna till yrkesverksamhet.

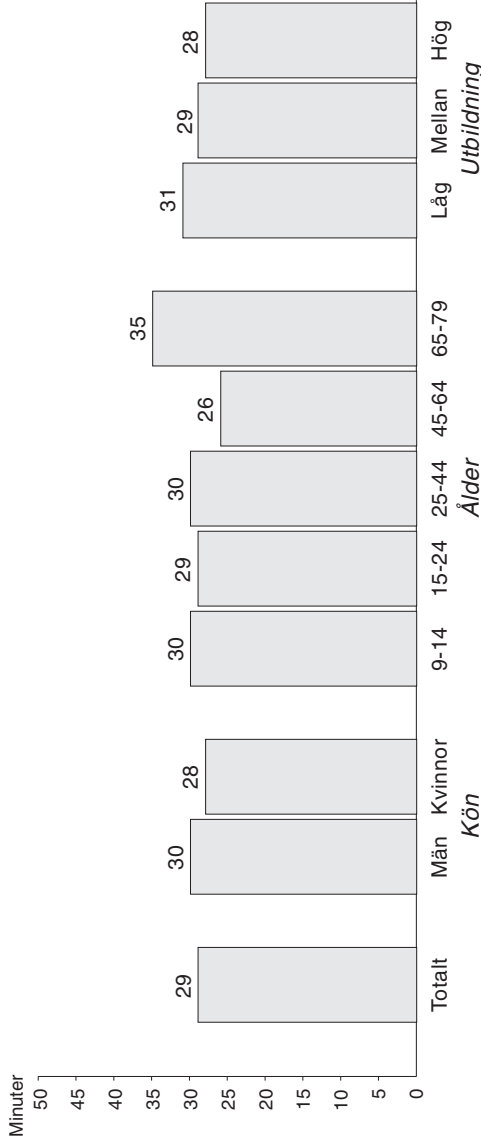
### Anmärkning

Med facktidsskrifter avses tidskrifter inriktade på fack- och yrkesområden. Specialtidsskrifter är tidskrifter inriktade på ett eller några specialintressen hos läsaren.

### Not

1. Antalet svartspersoner är mindre än 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

## Lästid bland läsare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (minuter)



## Lästid bland läsare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2007 (minuter)

År	Kön		Ålder		Utbildning	
	Män	Kvinnor	9-14	15-24	Låg	Hög
1986	31	29	25	27	33	30
1987	31	31	35	27	31	29
1989	27	25	22	28	26	27
1991	28	24	18	32	27	28
1993	27	25	21	27	28	27
1995	28	27	32	32	27	30
1997	30	27	26	29	30	31
1999	28	29	18	23	30	31
2001 <sup>2</sup>	26	24	25	19	27	27
2003 <sup>2</sup>	26	25	24	28	29	25
2004 <sup>2</sup>	27	25	23	34	28	26
2005 <sup>2</sup>	23	24	20	22	23	24
2006 <sup>2</sup>	28	29	32	35	32	29
2007 <sup>2</sup>	29	28	30	29	31	28

## Lästid bland läsarna

Den som läser special- och facktidskrifter avsätter i genomsnitt 29 minuter åt dessa under en genomsnittlig dag. Lästiden varierar endast marginellt mellan olika grupper.

Lästiden låg för tio år sedan kring 30 minuter och minskade därefter något. 2007 ligger lästiden återigen omkring 30 minuter. Det är framförallt bland män och de yngre åldersgrupperna som lästiden har fluktuerat medan den bland kvinnor och medelålders har varit mer stabil.

### Anmärkning

Med facktidskrifter avses tidskrifter inriktade på fack- och yrkesområden. Specialtidningar är tidskrifter inriktade på ett eller några specialintressen hos läsaren.

Lästiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna utifrån på förhand angivna tidsintervall fått göra en uppskattning av sin lästid under gårdagen. Intervallen har sedan omräknats till genomsnittlig lästid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*).

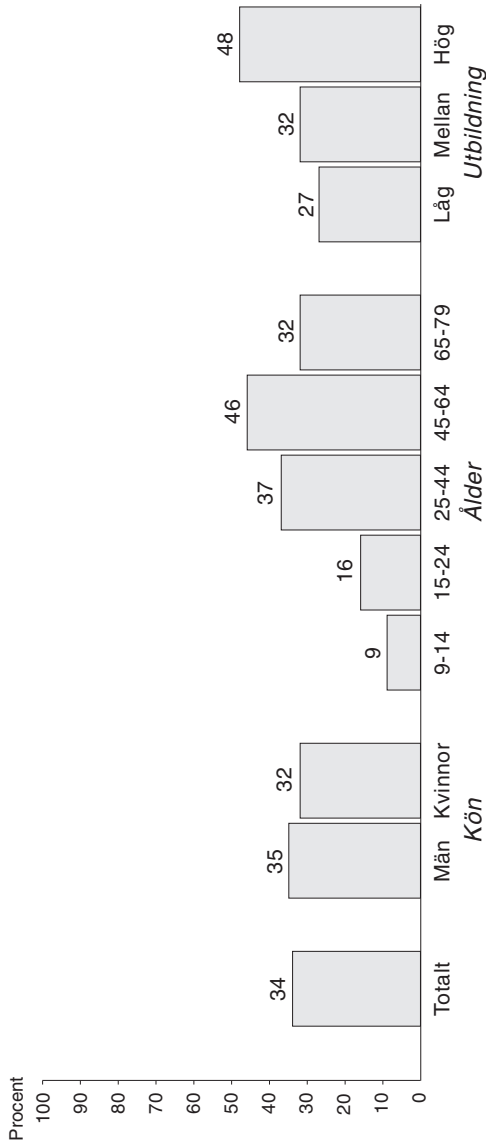
Tabellen redovisar genomsnittlig lästid bland dem som läst special- eller fackpress en genomsnittlig dag.

Observera att tabellen enbart baseras på dem som läst en genomsnittlig dag, vilket innebär att antalet svarspersoner är relativt litet och att siffrorna därför bör tolkas med försiktighet.

### Noter

1. Den genomsnittliga lästiden bland dem som läser special-/fackpress.
2. I frågeformuleringen har fr o m 2001 ingått förtydliganden när det gäller typ av vecko-/månadsfrågning vilket sannolikt har bidragit till en uppgiven minskad användning av special-/facktidskrifter.

## Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2007 (procent)



## Läsning av special- och facktidsskrifter

En tredjedel av befolkningen läser eller tittar i minst någon special- eller facktidsskrift en genomsnittlig vecka. Bland personer mellan 45 och 64 år och bland högt utbildade är andelen "veckoläsare" 46 och 48 procent. Flertalet special- och tidskriftsläsare tittar i enbart en tidskrift en genomsnittlig dag.

10 procent av befolkningen läser special- och facktidsskrifter som mest 30 minuter en genomsnittlig dag medan 5 procent läser mer än 30 minuter. Äldre och högt utbildade utmärker sig genom att de i större utsträckning läser mer än 30 minuter.

Andelen läsare av minst en tidskrift under en månad är 56 procent. Variationerna mellan olika grupper är stor – från 18 procent i åldersgruppen 9 till 14 år till 73 procent bland de högt utbildade.

## Läsning 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2007 (procent)

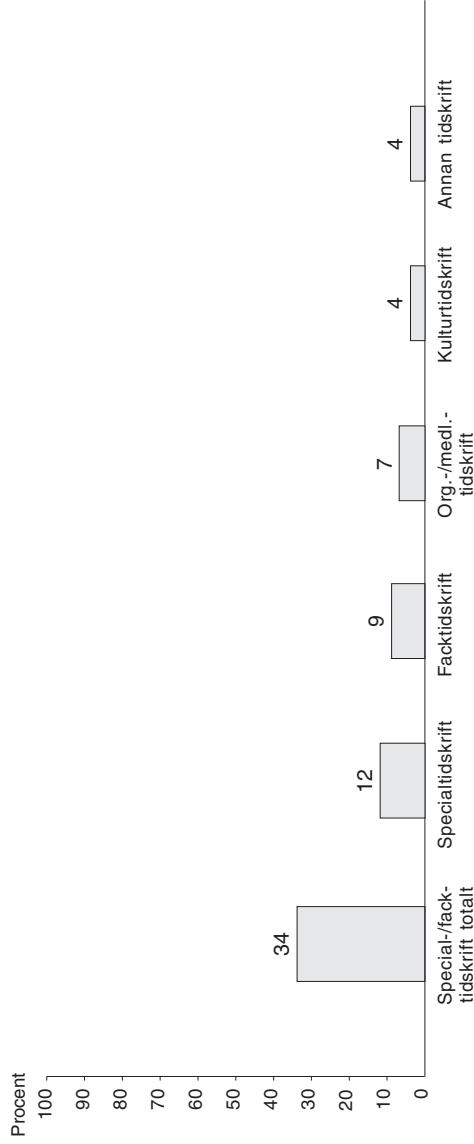
Genomsnittlig dag	Kön		Ålder					Utbildning			
	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög	
Enbart en special-/facktidsskrift	14	15	12	3	5	14	19	15	10	13	21
Två eller fler special-/facktidsskrifter	2	2	1	–	0	2	3	2	1	2	3
Mindre än ½ tim	10	11	9	3	4	11	16	9	7	10	16
½-1 tim	4	4	3	–	1	3	4	6	3	3	6
1-2 tim	1	1	1	–	1	1	1	2	1	1	1
Mer än 2 tim	0	0	0	0	–	0	0	0	–	0	0
Genomsnittlig vecka	34	35	32	9	16	37	46	32	27	32	48
Genomsnittlig månad	56	59	53	18	38	66	68	52	47	58	73

### Anmärkning

Med facktidsskrifter avses tidskrifter inriktade på fack- och yrkesområden. Specialtidningar är tidskrifter inriktade på ett eller några specialintressen hos läsaren. Läsfreden är baserad på en fråga, där svarspersonerna fått göra en uppskattning av sin lästid under gårdagen.

# Special-/facktidsskrift

## Läsare av olika special-/facktidsskrifter 9-79 år en genomsnittlig vecka 2007 (procent)



## Läsare av olika special-/facktidsskrifter 9-79 år en genomsnittlig vecka 2007 (procent)

Typ av tidskrift	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Specialtidsskrift inriktad på intresseområde	12	15	9	5	9	13	15	11	8	12	17
Facktidsskrift inriktad på yrkesområde	9	9	10	1	2	11	14	7	7	8	16
Organisations-/medlemstidsskrift	7	6	9	1	2	7	11	8	8	7	10
Kulturtidsskrift <sup>1</sup>	4	4	4	1	3	4	5	4	2	3	6
Annan tidskrift	4	5	4	1	1	5	6	5	3	5	6

## Läsning av olika tidskriftstyper

Special- och facktidsskriftsmarknaden uppvisar betydande variationer. Den rymmer både de renodlade facktidsskrifterna som är inriktade på ett ämnes- eller yrkesområde och de något bredare organisations- och medlemstidsskrifterna. Det är också dessa två som har störst veckoräckvidd av alla tidskrifter.

Bland 45 till 64 år och högtbildade är räckvidden för facktidsskrifterna klart störst (14 respektive 16 procent). Organisations- och medlemstidsskrifterna har en jämnare spridning och endast de yngre skiljer ut sig med låga andelar. Detta är också att förvänta mot bakgrund av statistik om organisationsmedlemskap.

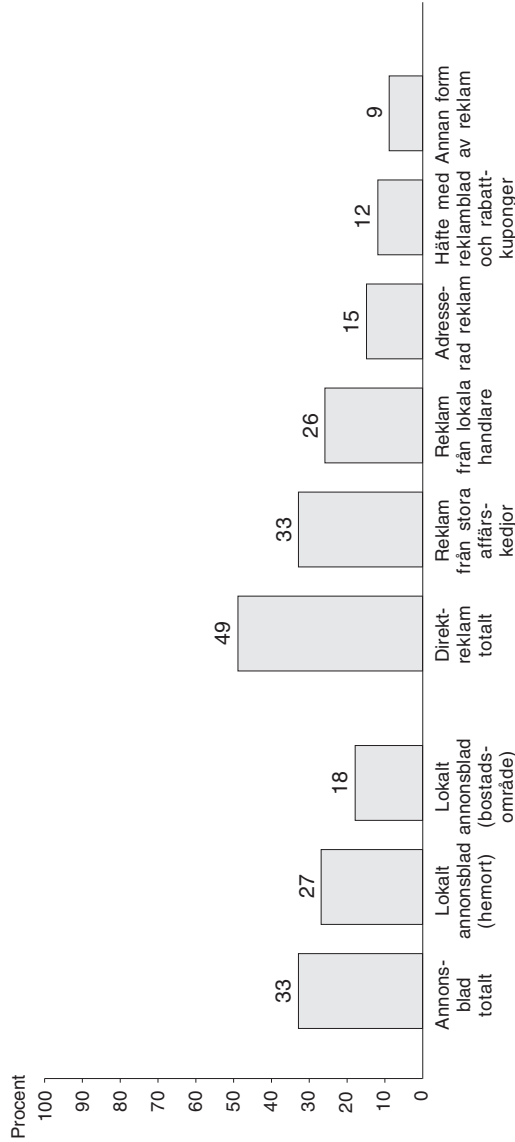
Med det som här kallas specialtidsskrifter avses sådana som är inriktade på olika intresseområden. Denna typ av tidskrifter expanderade i början på 1990-talet. De senaste åren har pekat mot en vikande trend vad gäller läsningen och de når 2007 under en genomsnittlig vecka 12 procent av befolkningen. Specialtidsskrifter har en relativt sett högre spridning bland män och högtbildade.

Not

1. Kulturtidsskrift inkluderar även politisk tidskrift och vetenskaplig tidskrift.

# Annonsblad/direktreklam

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)

	Kön		Ålder					Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Annonsblad	33	31	36	9	23	38	38	39	39	38	36
Lokalt annonsblad (hemort)	27	25	29	4	18	32	31	30	30	31	29
Lokalt annonsblad (bostadsområde)	18	17	19	6	11	18	20	24	23	19	19
Direktreklam	49	46	51	31	44	52	51	54	53	53	49
Reklam från stora affärskedjor	33	32	34	17	26	36	35	37	40	36	33
Reklam från lokala handlare	26	24	27	9	14	29	28	32	32	28	27
Adresserad reklam	15	14	16	9	16	17	15	16	14	17	16
Häfte med reklamblad och rabattkuponger	12	11	12	7	12	13	11	13	13	13	12
Annan form av reklam	9	10	9	6	9	10	9	10	9	11	9

## Läser

### annonsblad/direktreklam

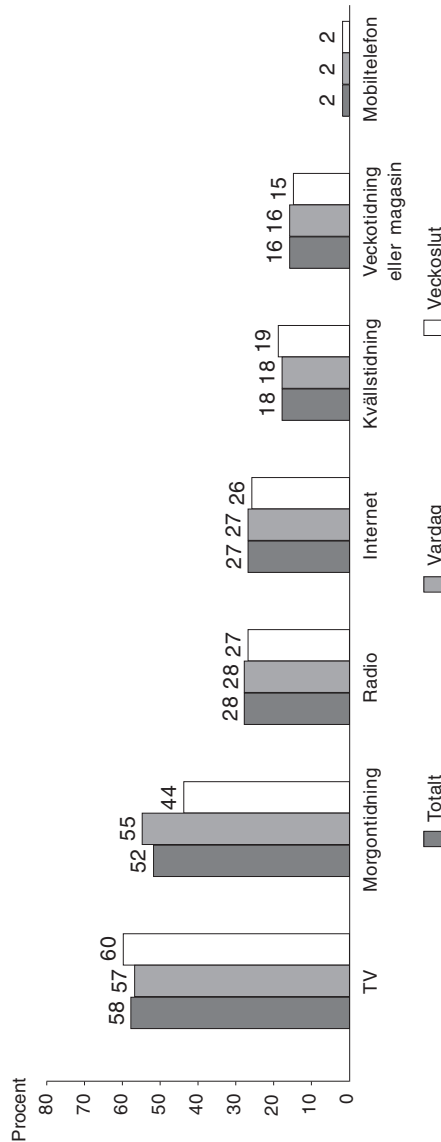
Befolkningens läsning av annonsblad och andra reklammedier är svårbedömd, eftersom området är mycket heterogent och kategorierna inte alltid entydiga. I den gruppering som gjorts är det direktreklam som dominerar tillsammans med lokala annonsblad.

Användning av direktreklam från stora affärskedjor är vanligare än från lokala handlare. I fråga om annonsblad är det vanligare att man tar del av blad som täcker bostadsorten än de som täcker bara bostadsområdet. Adresserad reklam når 15 procent av befolkningen en genomsnittlig dag.

För de flesta reklamformer är räckvidden högre bland kvinnor än män, även om skillnaderna ofta är relativt små. I fråga om ålder finns en tendens att räckvidden är högre bland äldre än yngre. För utbildning finns inget entydigt räckviddsmönster.

Definitionsproblem gör det något osäkert att bedöma räckvidden för reklammedier över tid. Andelarna för de senaste åren visar dock för flertalet reklammedier på en klar ökning av räckvidden en genomsnittlig dag.

## Andel som tagit del av reklam i olika medier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig vardag/veckoslut 2007 (procent)



## Andel som tagit del av reklam i olika medier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder							Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög		
TV	58	59	56	70	63	61	54	50	51	62	53		
Morgontidning	52	51	53	12	40	55	62	59	52	56	63		
Radio	28	28	27	22	34	37	24	20	22	32	27		
Internet	14	19	10	14	30	19	10	2	4	14	19		
2004	20	25	15	22	41	25	14	3	6	22	22		
2006	24	30	18	24	45	32	18	8	8	26	28		
2007	27	31	22	20	49	39	20	7	9	29	33		
Kvällstidning	18	19	17	4	17	25	20	14	19	23	19		
Veckotidning eller magasin	16	12	18	6	14	16	17	18	15	17	17		
Mobiltelefon	2	2	2	2	5	3	1	0	1	3	2		

## Reklam i olika medier

Reklam i TV och morgontidningar ligger klart högre än reklam i andra medier. Över hälften av befolkningen har tagit del av minst någon reklam i TV en genomsnittlig dag, 58 procent, och minst någon annons i morgonpressen, 52 procent. På vardagar är skillnaderna mindre mellan morgonpress och TV (55 procent och 57 procent) än på helgdagar. TV-reklamen når fler i åldersgrupperna under 45 år, medan morgontidningarna når fler i åldersgruppen över 45 år. Högutbildade nås i högre grad av annonser i morgonpress än i andra medier.

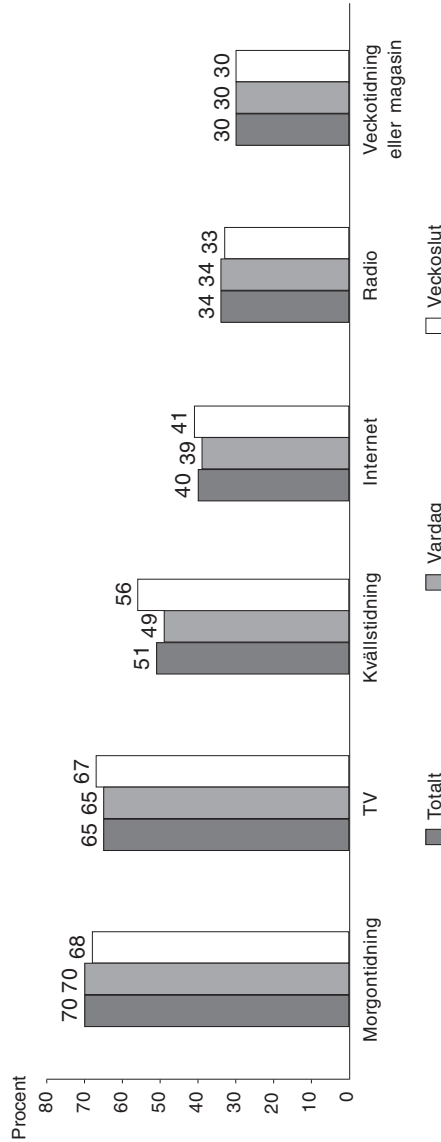
I övrigt ligger reklam i radio på 28 procent, internet på 27 procent, kvällspress 18 procent och veckotidning eller magasin 16 procent. Andelarna som tagit del av reklam via internet har ökat under de senaste åren, särskilt bland ungdomar och 25 till 44-åringar. 2007 är andelarna i dessa grupper 49 och 39 procent. Män väljer i större utsträckning än kvinnor reklam på internet och högutbildade väljer internetreklam i större utsträckning än lågutbildade. Reklam via mobiltelefon ligger fortfarande på en mycket låg nivå i samtliga grupper.

Räckvidden är idag högre för flertalet reklammedier än för bara några år sedan.



# Reklam

## Andel som tagit del av reklam i olika medier bland användare 9-79 år en genomsnittlig vardag/veckoslut 2007 (procent)



## Reklam användarna

Även när det gäller hur stor andel av dem som tar del av de enskilda medierna och som också uppmärksammar reklamen i dessa dominerar television och morgontidningar. Morgontidningsläsare uppmärksammar reklam i det egna mediet något mer än vad TV-tittare gör (70 respektive 65 procent). Skillnaden mellan vardag och veckoslut är liten.

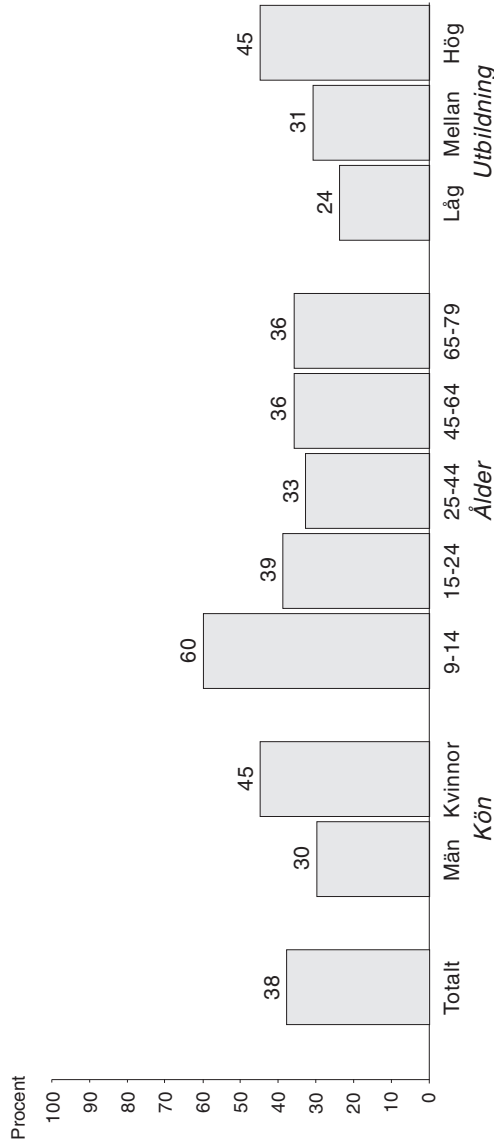
Hälften av kvällstidningsläsarna tar del av reklamen i tidningen. Internet ligger totalt något högre (40 procent) än radio (34 procent). Vecko-/månadstidningar ligger lägre (30 procent).

Uppmärksamheten för reklam i TV och morgontidningar är i stort sett densamma i alla grupper, morgontidningarnas annonser uppmärksammas dock i låg utsträckning av de yngsta – och TV-reklamen uppmärksammas relativt sett mindre av de äldsta som till stor del är SVT-tittare. I ungdomsgruppen 15 till 24 år dominerar tittande på reklam i TV, 73 procent, och internet, 55 procent.

## Andel som tagit del av reklam i olika medier bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)

Mediegrupp	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Morgontidning	70	68	72	34	60	75	73	67	65	72	75
TV	65	66	65	72	73	72	62	54	56	69	64
Kvällstidning	51	49	53	26	51	58	50	45	48	54	54
Internet	40	44	35	28	55	49	30	21	25	41	42
Radio	34	34	34	32	49	45	28	22	25	39	33
Veckotidning eller magasin	30	27	33	15	33	33	32	27	28	36	30

### Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



### Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2007 (procent)

År	Kön		Ålder					Utbildning		
	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1979 <sup>1</sup>	29	33	50	31	28	25	23	16	33	56
1981 <sup>1</sup>	29	33	51	36	28	24	19	16	34	46
1983 <sup>1</sup>	31	36	52	40	33	21	20	19	34	50
1985 <sup>1</sup>	31	35	54	43	31	21	18	17	35	48
1987 <sup>1</sup>	35	40	53	40	35	30	24	21	35	54
1989 <sup>1</sup>	31	25	46	35	33	2	25	19	33	44
1991 <sup>1</sup>	32	28	53	41	32	21	25	21	32	43
1993 <sup>1</sup>	31	26	37	51	37	31	25	20	28	46
1995	44	38	50	74	56	41	35	27	43	58
1997	38	31	43	63	47	37	32	22	35	52
1999	37	31	44	62	43	35	30	24	29	46
2001	38	33	43	62	45	37	31	23	33	47
2003	35	27	42	55	40	32	33	19	30	45
2004	37	29	45	55	43	35	34	21	30	50
2005	38	32	44	59	39	34	37	25	30	49
2006 <sup>2</sup>	38	31	45	61	39	33	35	26	30	45
2007 <sup>2</sup>	38	30	45	60	39	33	36	24	31	45

## Läser böcker

Andelen läsare en genomsnittlig dag uppgår till 38 procent. 45 procent av kvinnorna är bokläsare medan andelen bland män är 30 procent. Bland barn och ungdomar i skolåldern är andelen bokläsare klart högre än bland vuxna. I barngruppen (9 till 14 år) är bokläsningen utbredd än i någon annan åldersgrupp. Bokläsningen är särskilt utbredd bland högtbildade, där 45 procent har läst eller tittat i en bok en genomsnittlig dag.

En svagt vikande trend för bokläsningen konstaterades i mitten av 1990-talet men en viss återhämtning gjordes, inte minst bland ungdomar, äldre och lågutbildade, i början av 2000-talet. Under det senaste decenniet har bokläsningen legat stabilt kring 38 procent.

### Anmärkning

Med böcker avses såväl skön- och facklitteratur som barn-/ungdoms- och läroböcker, tryckt bok eller fr o m 2006 ljudbok.

### Not

1. 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.
2. I frågan om bokläsning gjordes 2006 ett förtydligande för att betona att även böcker man lyssnat till ingår.

## Andel som läser en genomsnittlig dag 2007 (procent)

	Totala befolkningen 9-79 år	%	Sysselsättning (16-79 år)	Arbete	%
	Vuxna 18-79 år	38	Tjänstemän		24
	Barn/ungdom 9-17 år	35	Högre tjänstemän/akademiker		40
		55	Egna företagare		47
Kön	Män 9-79 år	30	Pensionärer		34
	Kvinnor 9-79 år	45	Studierande		35
			Arbetslösa <sup>1</sup>		42
	Män 18-79 år	27	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	33
	Kvinnor 18-79 år	42		Två personer (18 år och äldre)	36
	Pojkar 9-17 år	50		Tre eller fler (18 år och äldre)	32
	Flickor 9-17 år	61			
Ålder	9-14 år	60	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	32
	15-19 år	42		Äldre vuxna (45-79 år)	36
	20-24 år	34		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	34
	25-34 år	33		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	33
	35-44 år	33	Hushåll (9-79 år)	En person	33
	45-54 år	34		Två personer	37
	55-64 år	37		Tre personer	33
	65-79 år	36		Fyra personer eller fler	42
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	21	Hemort (9-79 år)	Större städer	36
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	30		Södra mellanbygden	33
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	29		Norra tätbygden	37
	Gymnasial utbildning > 2 år	32		Norra glesbygden	38
	Högskola/universitet ≤ 3 år	41		Stockholm, Södertälje A-region	45
	Högskola/universitet > 3 år	49		Göteborgs A-region	39
				Malmö/Lund/Trelleborg	42

## Bokläsaren

Den stora skillnaden i bokläsning går efter ålder och kön. Unga läser böcker i betydligt högre grad än äldre, inte minst genom skolan, och kvinnor läser böcker i större utsträckning än vad män gör (45 respektive 30 procent). Den verkliga gruppen högkonsumer är unga flickor med 61 procent läsare en genomsnittlig dag. Även pojkar 9 till 17 år ligger över genomsnittet för bokläsning (50 procent). Utbildningsnivån har också betydelse för bokläsningen. Högutbildade är flitigare bokläsare än de med lägre utbildning. Bland högre tjänstemän/akademiker är bokläsning dubbelt så vanlig som bland arbetare. Bokläsningen är också något mera utbredd i storstadsområdena än i landsorten.

Det samlade mönstret uppvisar små skillnader i jämförelse med de senaste åren.

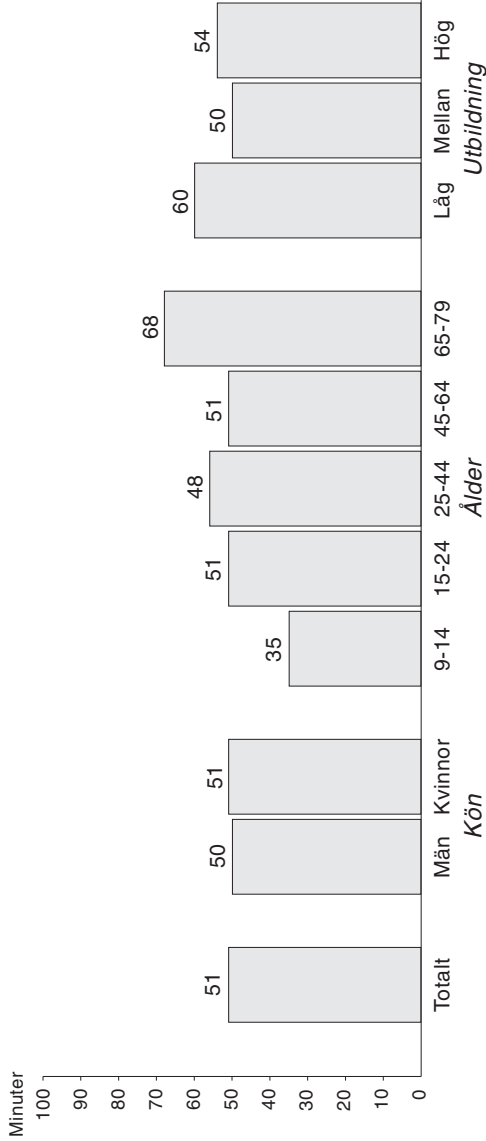
### Anmärkning

Med böcker avses såväl skön- och facklitteratur som barn-/ungdoms- och läroböcker, tryckt bok eller fr o m 2006 ljudbok.

### Not

1. Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

### Lästid bland läsare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (minuter)



### Lästid bland läsarna

Lästiden bland dem som läst eller tittat i minst en bok ligger omkring 50 minuter en genomsnittlig dag. Lästiden varierar förhållandevis lite mellan olika grupper av befolkningen. Skolbarn, som alltså i större utsträckning än andra grupper läser böcker, avsätter dock kortare tid för bokläsning.

Lästiden har minskat något sedan slutet av 1990-talet, men mönstret mellan olika grupper är i stort sett detsamma de senaste åren.

#### Anmärkning

Med böcker avses såväl skön- och facklitteratur som barn-/ungdoms- och läroböcker, tryckt bok eller fr o m 2006 ljudbok.

Lästiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna utifrån på förhand angivna tidsintervall fått göra en uppskattning av sin lästid under gårdagen. Intervallen har sedan omräknats till genomsnittlig lästid (se *Fakta om undersökningen Medlebarometern*)

Tabellen redovisar genomsnittlig lästid bland dem som läst böcker en genomsnittlig dag.

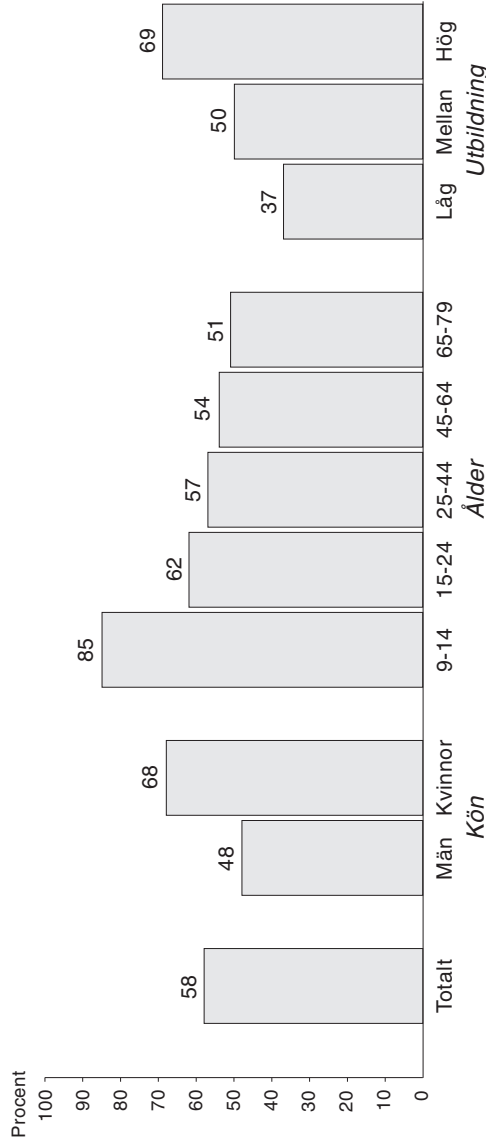
### Lästid bland läsare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2007 (minuter)

År	Kön		Ålder					Utbildning		
	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1986 <sup>2</sup>	68	69	46	82	71	64	65	64	79	71
1987 <sup>2</sup>	64	65	44	72	62	70	72	60	76	66
1989 <sup>2</sup>	61	64	41	68	63	69	59	68	57	70
1991 <sup>2</sup>	58	64	46	72	53	52	68	49	58	74
1993 <sup>2</sup>	59	60	42	75	57	57	61	58	57	66
1995	64	59	51	89	60	57	65	64	68	68
1997	61	57	51	72	60	57	69	67	61	61
1999	55	54	37	76	54	56	59	59	52	62
2001	62	57	52	77	60	58	66	56	64	65
2002	55	50	38	66	55	51	65	52	57	59
2003	55	54	44	61	56	56	62	59	57	58
2004	54	52	42	68	51	54	60	63	55	54
2005	56	51	34	59	56	56	67	62	55	60
2006 <sup>3</sup>	53	51	38	60	46	54	67	67	52	53
2007 <sup>3</sup>	51	50	35	51	48	51	68	60	50	54

#### Noter

1. Den genomsnittliga lästiden bland dem som läser böcker.
2. 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.
3. I frågan om bokläsning gjordes 2006 ett förtydligande för att betona att även böcker man lyssnat till ingår.

## Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2007 (procent)



## Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka/dag 1995-2007 (procent)

Genomsnittlig vecka	Kön		Ålder				Utbildning				
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1995	63	57	69	96	74	63	54	47	43	61	83
1997	59	51	66	91	69	57	52	48	38	55	79
1999	58	50	67	86	65	57	52	45	37	49	74
2001	60	53	66	87	71	60	52	51	38	54	75
2003	56	46	66	88	58	54	54	47	36	50	69
2005	60	51	68	89	65	58	57	51	39	52	72
2006 <sup>1</sup>	60	51	69	87	63	58	56	55	40	50	71
2007 <sup>1</sup>	58	48	68	85	62	57	54	51	37	50	69
Genomsnittlig dag											
Enbart en bok	34	28	41	53	33	30	33	34	23	28	41
Två böcker	2	2	2	4	3	2	1	1	1	2	2
Tre eller fler	1	1	2	3	3	1	1	0	0	1	2
Mindre än ½ tim	13	11	14	32	14	12	11	6	6	10	13
½-1 tim	15	11	18	20	14	12	16	14	9	12	18
1-2 tim	7	5	9	6	6	6	6	11	5	6	9
Mer än 2 tim	2	2	2	1	3	1	2	4	2	1	3
Genomsnittlig vecka	5	5	5	3	3	7	7	3	3	6	7
Någon ljudbok											

## Veckoläsning av böcker

Närmare 60 procent av befolkningen mellan 9 och 79 år läser böcker under en genomsnittlig vecka. Mönstret i olika grupper liknar i hög grad det som gäller en genomsnittlig dag vilket ger en antydning om att bokläsning ofta är en vana. Andelen "veckoläsare" är förhållandevis stabil över tid.

"Veckoläsning" är mer utbredd bland kvinnor (68 procent), de yngsta (85 procent) och högutbildade (69 procent). De mönster som visat sig i läsning en genomsnittlig dag förstärks följaktligen i "veckoläsningen".

Endast 3 procent av befolkningen tar del av mer än en bok en genomsnittlig dag. Andelen som läser många böcker är störst bland barn och ungdom, där skolgången troligen innebär att de ofta kommer att läsa i flera böcker.

Nästan 30 procent av befolkningen ägnar böcker som mest en timma en genomsnittlig dag och omkring 10 procent läser mer än en timma. Bland dem som ägnar en timma eller mer åt bokläsning är pensionärer och högutbildade överrepresenterade.

Andelen som tagit del av ljudbok uppgår till 5 procent en genomsnittlig vecka och de högsta andelarna finns bland vuxna i åldern 25-64 år och högutbildade (7 procent). När det gäller lyssnande till ljudbok märks inga skillnader mellan könen.

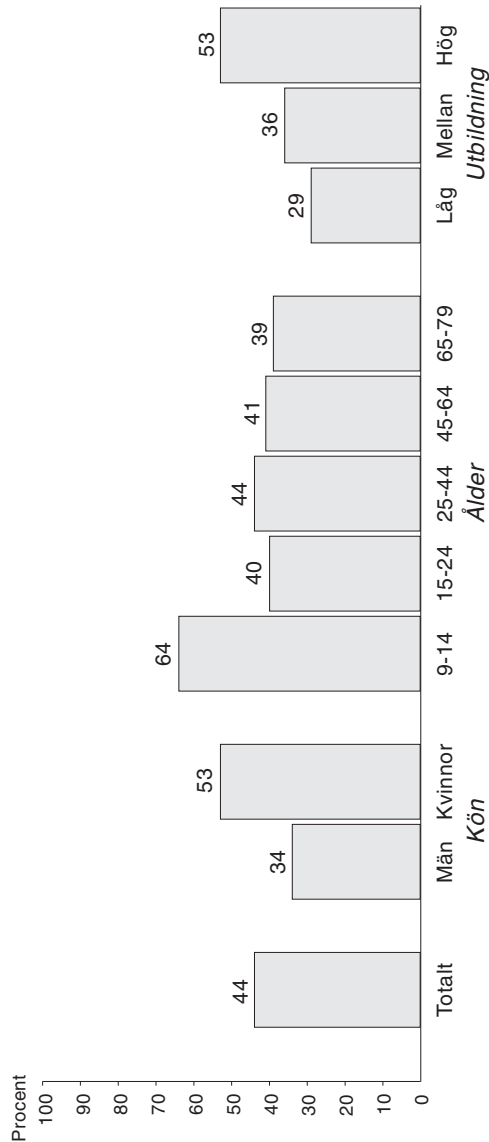
### Anmärkning

Med böcker avses såväl skön- och facklitteratur som barn-/ungdoms- och läroböcker, tryckt bok eller fr o m 2006 ljudbok. Läsfreden är baserad på en fråga, där svarspersonerna utifrån på förhand angivna tidsintervall fått göra en uppskattning av sin lästid under gårdagen.

### Not

1. I frågan om bokläsning gjordes 2006 ett förtydligande för att betona att även böcker man lyssnat till ingår.

## Läsare 9-79 år skönlitteratur/barn- och ungdomslitteratur en genomsnittlig vecka 2007 (procent)



## Läsare av skönlitteratur, barn- och ungdomslitteratur

Skönlitteratur är den klart dominerande genren i befolkningen, 37 procent läser skönlitteratur en genomsnittlig vecka. Om kategorin vidgas med barn- och ungdomslitteratur ökar andelen till 44 procent. Läsning av skönlitteratur har visat på en svagt uppåtgående trend sedan slutet av 1990-talet som nu förefaller ha stabiliserats. Även läsningen av barn- och ungdomslitteratur är oförändrat stabil.

Läsning av skönlitteratur är betydligt mer utbredd bland kvinnor (46 procent) än män (27 procent). Barn- och ungdomsböcker läses framför allt av dem mellan 9 och 14 år (51 procent).

Med högre utbildning ökar vanan att läsa skönlitteratur. Andelen läsare i olika åldersgrupper ligger jämnt bortsett från den högre andelen i den unga "bokslukargruppen".

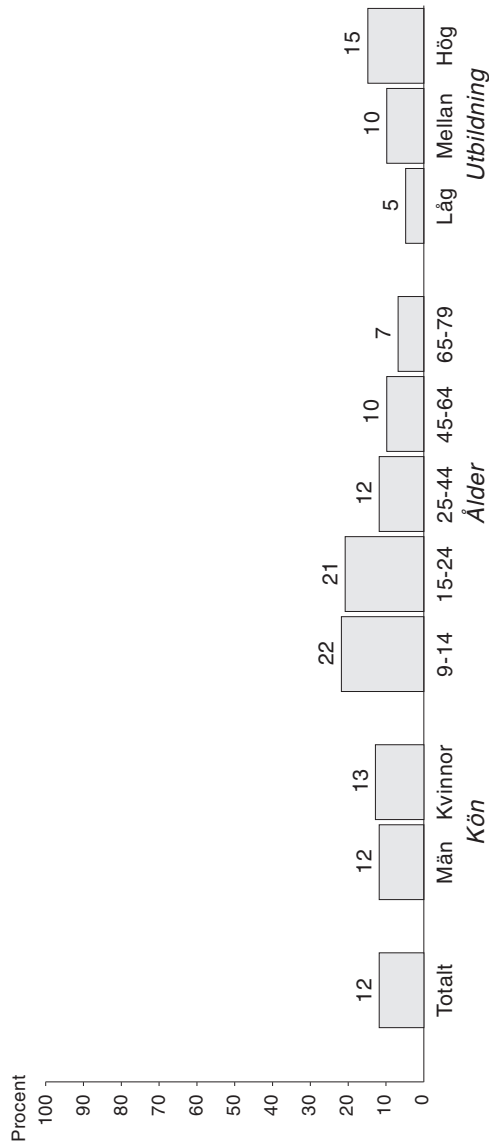
## Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 1999-2007 (procent)

	Kön		Ålder					Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<b>Skönlitteratur</b>											
1999	31	24	39	16	30	33	36	33	26	30	45
2001	38	29	45	12	39	42	39	39	29	39	52
2003	37	28	46	18	37	38	42	38	27	38	49
2005	39	30	48	17	40	39	44	40	31	38	51
2007 <sup>1</sup>	37	27	46	13	34	41	40	39	28	35	51
<b>Barn-/ungdomslitteratur</b>											
1999	8	5	10	49	6	7	1	1	1	3	5
2001	8	6	10	56	7	7	1	1	0	4	4
2003	8	6	9	60	5	4	1	0	1	2	3
2005	7	5	8	49	5	5	2	1	1	2	4
2007 <sup>1</sup>	7	7	7	51	7	4	1	0	1	2	3
<b>Skönlitteratur/barn- och ungdomslitteratur</b>											
1999	39	29	49	55	36	39	37	33	27	34	50
2001	45	35	54	68	45	46	40	40	29	42	55
2003	45	34	54	77	42	42	43	38	29	40	52
2005	46	35	56	66	45	43	45	41	32	40	54
2007 <sup>1</sup>	44	34	53	64	40	44	41	39	29	36	53

Not

1. I frågan om bokläsning gjordes 2006 ett förtydligande för att betona att även böcker man lyssnat till ingår.

## Läsare 9-79 år av facklitteratur/kurs-/lärobok en genomsnittlig vecka 2007 (procent)



## Läsare av facklitteratur

12 procent av befolkningen läser facklitteratur och/eller någon kurs-/lärobok en genomsnittlig vecka. Läsningen av facklitteratur/kurs-/lärobok har uppvisat en nedgång sedan slutet av 1990-talet, vilket säkerligen har att göra med att internet används i allt större utsträckning för motsvarande behov. Läsningen är högst bland barn och ungdomar (24 procent respektive 23 procent) vilket är en avspeglning av läroboksläsning. Med högre utbildning ökar vanan att läsa facklitteratur. Intresset för facklitteratur faller med stigande ålder. För facklitteratur finns ingen könsskillnad.

## Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 1999-2007 (procent)

Facklitteratur/kurs-/lärobok	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1999	22	22	22	37	39	23	14	9	9	16	30
2001	18	20	16	25	35	19	12	9	8	14	26
2003	11	11	11	12	16	13	9	8	5	9	18
2004	12	13	11	13	23	13	9	8	5	8	19
2005	16	17	16	24	26	17	14	9	7	13	23
2006 <sup>1</sup>	14	14	14	24	23	14	11	9	7	9	19
2007 <sup>1</sup>	12	12	13	22	21	12	10	7	5	10	15

Not

1. I frågan om bokläsning gjordes 2006 ett förtydligande för att betona att även böcker man lyssnat till ingår.

## Andel som läser skönlitteratur/barn- och ungdomslitteratur (S) samt facklitteratur/kurs- och lärobok (F) en genomsnittlig vecka 2007 (procent)

	S	F	S	F
<b>Totalt</b>				
Totala befolkningen 9-79 år	44	12	33	7
Vuxna 18-79 år	41	11	49	10
Barn/ungdom 9-17 år	58	22	56	17
			42	10
<b>Kön</b>				
Män 9-79 år	34	12	38	6
Kvinnor 9-79 år	53	13	35	32
			38	12
Män 18-79 år	31	10		
Kvinnor 18-79 år	51	11	39	12
Pojkar 9-17 år	53	21	42	10
Flickor 9-17 år	64	24	38	12
<b>Ålder</b>				
9-14 år	64	22	42	18
15-19 år	40	23	40	8
20-24 år	39	18	42	12
25-34 år	42	14	41	10
35-44 år	46	10		
45-54 år	42	10	40	12
55-64 år	40	10	42	10
65-79 år	39	7	39	14
			48	14
<b>Utbildning (16-79 år)</b>				
Förgymnasial utbildning < 9 år	58	5	39	14
Förgymnasial utbildning 9-10 år	25	5	42	10
Gymnasial utbildning ≤ 2 år	38	7	44	9
Gymnasial utbildning > 2 år	35	11	40	13
Högskola/universitet ≤ 3 år	37	13	51	14
Högskola/universitet > 3 år	50	17	45	13
			50	14

Not

1. Antalet svartspersoner är mindre än 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

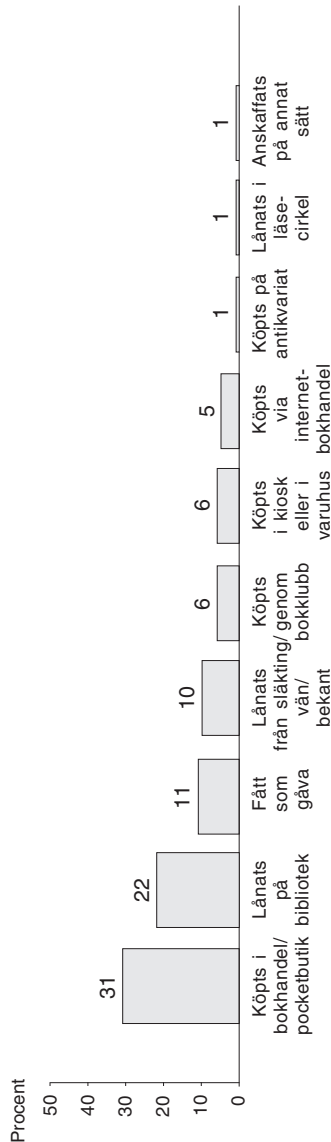
## Läsare av skön- och facklitteratur

Utmärkande för andelen läsare av skönlitteratur och/eller barn- och ungdomslitteratur är den höga läsningen bland unga flickor (64 procent) och högre tjänstemän/akademiker (56 procent) och den lägre läsningen bland vuxna män (31 procent).

Andelen läsare av facklitteratur/kurs- och läroböcker är 12 procent och uppvisar inte något lika entydigt mönster. De flitigaste läsarna återfinns bland unga (23 procent) och naturligt nog studerande (32 procent). Lågutbildade, pensionärer och arbetare läser i mindre omfattning (5, 6 och 7 procent). Mönstret är i stort sett detsamma som de senaste åren.



## Anskaffning av böcker bland dem som läst någon bok 9-79 år den senaste veckan 2007 (procent)



## Anskaffning av böcker bland dem som läst någon bok 9-79 år den senaste veckan 2007 (procent)

Anskaffning bland läsare	Kön		Ålder					Utbildning		
	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Köpts i bokhandel/ pocketbutik	33	30	12	24	38	35	29	31	41	
Lånats på bibliotek	21	23	43	35	13	14	23	21	15	
Fått som gåva	12	10	20	8	10	9	10	10	9	
Lånats från släkt/ vän/bekant	7	13	4	8	13	12	10	13	12	
Köpts genom bokklubb	5	7	1	1	5	9	10	10	6	
Köpts i kiosk eller i varuhus	6	5	2	3	9	8	4	7	5	
Köpts via internet- bokhandel	6	4	1	6	7	5	2	2	7	
Köpts på antikvariat	1	1	1	1	0	1	2	1	2	
Lånats i läsecirkel	1	1	1	1	1	2	1	1	1	
Anskaffats på annat sätt	1	0	-	0	1	1	0	0	1	

## Anskaffning

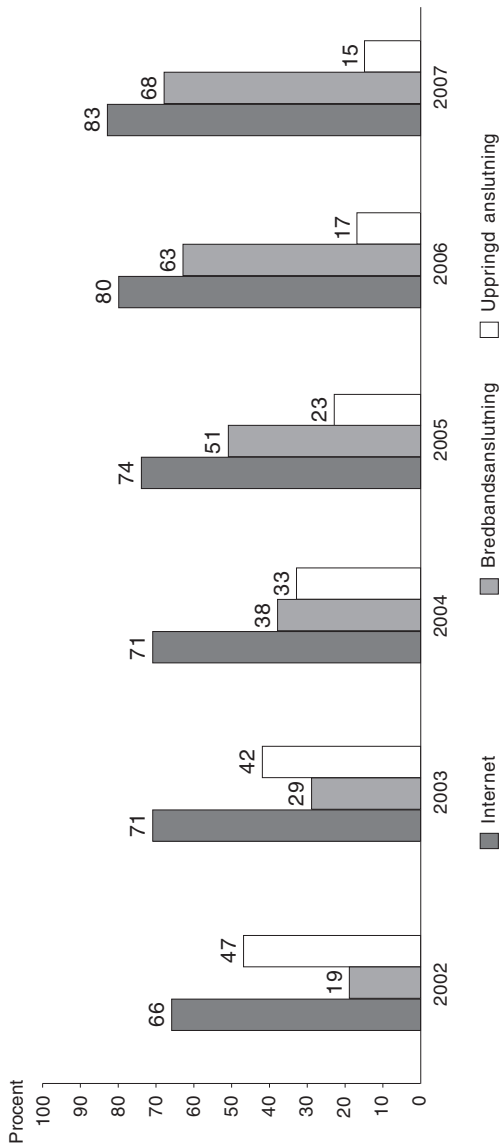
De flesta bokläsare skaffar böcker från bokhandel eller pocketbutik (31 procent) och bibliotek (22 procent). Bibliotekens roll försvagades efter 1999, men nedgångens förefaller ha stabiliserats. I övrigt är anskaffningsmönstren stabila över tid.

Högt utbildade, medelålders och äldre personer köper i förhållandevis stor utsträckning böcker i bokhandeln medan barn och ungdomar lånar på bibliotek.

Andelen som läser en bok som man fått som gåva respektive har lånat från vänner och bekanta ligger på 11 respektive 10 procent medan andelen som läser böcker de köpt via bokklubb är 6 procent. Såväl lån från bekanta som köp via bokklubb är vanligare bland kvinnor än män. Barn och män är de som oftast fått boken som gåva. Att köpa via internetbokhandel har blivit något vanligare, andelen ligger på 5 procent och är högst bland yngre medelålders och högt utbildade (7 procent).

Få personer införskaffar böcker via läsecirkel eller antikvariat.

## Andel 9-79 år som har tillgång till internet i hemmet 2002-2007 (procent)



## Andel 9-79 år som har tillgång till internet i hemmet 2007 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Internet	83	85	80	86	95	94	86	50	55	88	91
Bredbandsanslutning	68	71	66	78	89	82	68	30	35	73	77
Uppringd anslutning	15	14	15	8	6	12	18	20	19	15	14

## Tillgång till internet och bredband i hemmet

Drygt 80 procent av befolkningen har tillgång till internet i hemmet. Tillgången till internet är högst bland högre tjänstemän/akademiker (96 procent), små- och skolbarnsföräldrar (95 procent). Lägst är tillgången till internet bland pensionärer (50 procent) och lågutbildade (55 procent).

Omfattningen av internetanvändningen är i hög grad kopplad till tillgången till bredband. Andelen som har tillgång till internet via bredband har ökat från 19 procent år 2002 till 68 procent 2007.

Tillgången till bredband är högst, med andelar på närmare 90 procent bland ungdomar, och lägst bland pensionärer och lågutbildade, ca 30 procent. Även om det under senare år skett en viss social utjämning i tillgången till internet är en social snedfördelning märkbar när det gäller tillgången till bredband.

### Anmärkning

Med användning avses all personatoranvändning i hemmet vilket betyder att arbetsrelaterad användning i hemmet är inkluderad.

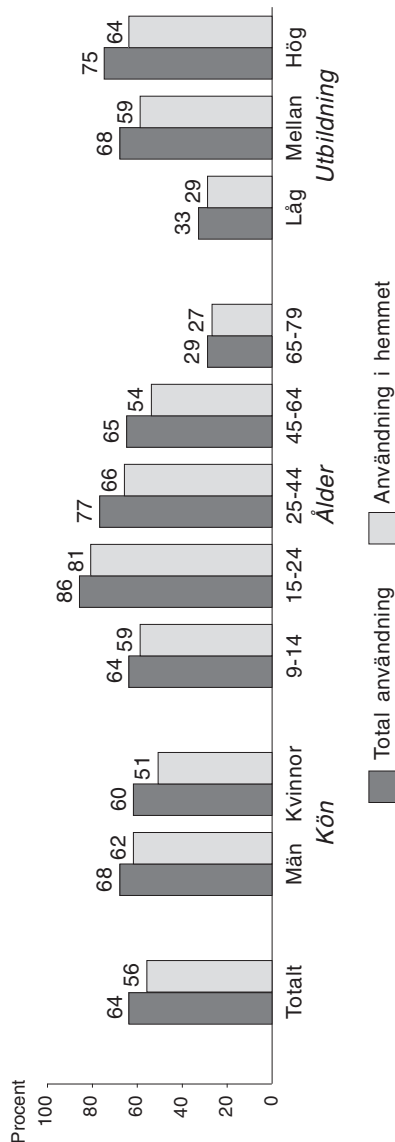
## Andel som har tillgång till internet i hemmet (A) (varav med bredband) och bredband i befolkningen (B) 2007 (procent)

	A		B	
<b>Totalt</b>				
Totala befolkningen 9-79 år	83	(79)	68	
<b>Kön</b>				
Vuxna 18-79 år	82	(78)	66	
Barn/ungdom 9-17 år	89	(84)	82	
Män 9-79 år	85	(80)	71	
Kvinnor 9-79 år	80	(78)	66	
<b>Ålder</b>				
Män 18-79 år	84	(79)	69	
Kvinnor 18-79 år	79	(77)	63	
Pojkar 9-17 år	91	(86)	84	
Flickor 9-17 år	88	(82)	80	
9-14 år	86	(80)	78	
15-19 år	95	(91)	89	
20-24 år	94	(92)	89	
25-34 år	95	(87)	85	
35-44 år	94	(84)	80	
45-54 år	92	(81)	77	
55-64 år	80	(70)	59	
65-79 år	50	(54)	30	
<b>Utbildning (16-79 år)</b>				
Förgymnasial utbildning < 9 år	50	(57)	31	
Förgymnasial utbildning 9-10 år	67	(66)	47	
Gymnasial utbildning ≤ 2 år	87	(77)	68	
Gymnasial utbildning > 2 år	88	(82)	75	
Högskola/universitet ≤ 3 år	90	(82)	76	
Högskola/universitet > 3 år	92	(82)	78	
<b>Sysselsättning (16-79 år)</b>				
Arbetare	87	(78)		70
Tjänstemän	93	(81)		78
Högre tjänstemän/akademiker	96	(87)		86
Egna företagare	92	(86)		81
Pensionärer	53	(56)		32
Studierande	94	(90)		88
Arbetslösa <sup>1</sup>	87	(84)		75
<b>Hushåll (9-79 år)</b>				
En person (18 år och äldre)	64	(73)		51
Två personer (18 år och äldre)	84	(76)		66
Tre eller fler (18 år och äldre)	94	(87)		84
<b>Familj (18-79 år)</b>				
Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	93	(90)		86
Äldre vuxna (45-79 år)	68	(66)		48
Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	95	(86)		84
Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	95	(83)		80
<b>Hushåll (9-79 år)</b>				
En person	59	(72)		47
Två personer	76	(70)		56
Tre personer	92	(84)		81
Fyra personer eller fler	94	(85)		83
<b>Hemort (9-79 år)</b>				
Större städer	83	(76)		66
Södra mellanbygden	80	(75)		64
Norra tätbygden	85	(80)		71
Norra glesbygden	73	(73)		58
Stockholm, Södertälje A-region	84	(84)		75
Göteborgs A-region	88	(86)		78
Malmö/Lund/Trelleborg	88	(84)		78

### Not

1. Antalet svaretpersoner är under 100 och uppgifterna bör därför tolkas med försiktighet.

## Användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



## Internetanvändningen

64 procent av befolkningen använder internet en genomsnittlig dag. Detta avser den totala användningen oavsett om den sker i bostaden, på arbetet eller i skolan, och oavsett om den ingår i ett arbete eller om den är av privat karaktär. Det är fler män än kvinnor bland internetanvändarna, fler unga än äldre och fler högt utbildade än lågutbildade. Bland de äldsta är det 29 procent som använder internet en genomsnittlig dag och bland de högt utbildade är andelen 75 procent. Den sociala ojämlikheten är fortfarande klart märkbar.

Andelen som en genomsnittlig dag använder internet i hemmet är 56 procent. Under senare år har användningen av internet i hemmet ökat. En ökning som till stora delar kan rubriceras som en bredbandsseffekt. Mönstren i användningen liknar i huvudsak de som redovisas för den totala internetanvändningen.

### Anmärkning

Andelen för total internetanvändning bygger på en sammanvägning av användare i hemmet, på arbetet, i skolan och andelen användare på annan plats.

## Användare 9-79 år totalt och i hemmet en genomsnittlig dag/vecka 1999-2007 (procent)

	Total användning		Användning i hemmet		Utbildning		
	Män	Kvinnor	Män	Kvinnor	Låg	Mellan	Hög
<b>1999</b>	31	26	15	9	10	31	50
<b>2001</b>	35	30	29	21	13	37	51
<b>2003</b>	33	29	28	18	14	37	43
<b>2005</b>	42	38	34	24	15	46	53
<b>2006</b>	62	57	63	46	26	64	73
<b>2007</b>	64	60	64	51	29	68	75
<b>Användning i hemmet</b>							
<b>1999</b>	12	9	13	9	5	14	18
<b>2001</b>	25	21	20	35	7	26	35
<b>2003</b>	21	24	19	23	10	23	26
<b>2005</b>	27	30	23	32	15	28	32
<b>2006</b>	52	58	59	77	25	54	60
<b>2007</b>	56	62	59	81	29	59	64
<b>Genomsnittlig vecka i hemmet</b>							
<b>2001</b>	43	50	41	60	17	48	58
<b>2002</b>	48	53	50	70	21	52	59
<b>2003</b>	52	59	55	69	25	55	66
<b>2005</b>	59	63	60	77	32	64	70
<b>2006</b>	69	74	76	88	37	72	80
<b>2007</b>	73	76	74	92	40	78	82

## Andel användare totalt (A) och i hemmet (B) en genomsnittlig dag 2007 (procent)

	A	B		A	B
<b>Totalt</b>			Sysselsättning (16-79 år)	63	52
	64	56	Arbete	78	64
	63	54	Tjänstemän	87	70
	71	67	Högre tjänstemän/akademiker	76	66
	68	62	Egna företagare	30	29
	60	51	Pensionärer	85	81
	67	60	Studierande	75	71
	59	49	Arbetslösa <sup>1</sup>		
	74	70			
	69	63			
	64	59			
	85	81			
	88	82			
	79	69			
	75	63			
	71	60			
	60	48			
	29	27			
	29	25			
	43	37			
	60	53			
	71	63			
	73	62			
	78	66			

### Andelen internetanvändare

Den totala internetanvändningen en genomsnittlig dag skiljer sig markant mellan olika grupper. De högsta andelarna användare finns bland unga 20 till 24 år (88 procent) och högre tjänstemän/akademiker (87 procent). De lägsta andelarna användare återfinns bland lågutbildade och pensionärer (29 procent).

Mönstren för internetanvändning i hemmet ligger, naturligt nog, på en något lägre nivå än den totala och skillnaderna mellan olika grupper är något mindre. Också här ligger andelen internetanvändare förhållandevis högt bland högre tjänstemän/akademiker och ungdomar samt särskilt lågt bland pensionärer.

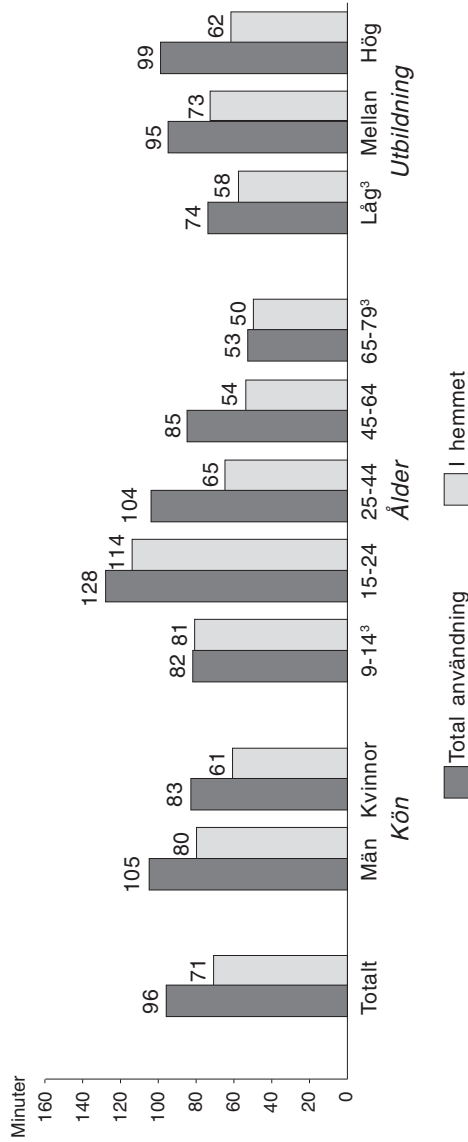
### Anmärkning

Andelen för total internetanvändning bygger på en sammanvägning av användare i hemmet, arbetet, skolan och andelen användare på annan plats.

### Not

1. Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Användartid bland internetanvändare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (minuter)



Användartid bland internetanvändare<sup>1</sup> 9-79 år totalt och i hemmet en genomsnittlig dag 1999-2007 (minuter)

	Kön		Ålder				Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	Ålder				Låg <sup>3</sup>	Mellan	Hög
				9-14	15-24	25-44	45-64			
<i>Total användning</i>										
1999	62	65	57	46 <sup>2</sup>	63	69	60	62 <sup>2</sup>	61	68
2001	65	71	58	54 <sup>2</sup>	77	66	61	55 <sup>2</sup>	63	71
2003	72	76	65	50 <sup>2</sup>	76	80	68	53 <sup>2</sup>	81	71
2004	72	79	65	55 <sup>2</sup>	76	79	68	67 <sup>2</sup>	73	74
2005	75	85	64	62 <sup>2</sup>	85	79	73	58 <sup>2</sup>	78	77
2006 <sup>2</sup>	90	100	79	77	132	94	76	77	89	90
2007 <sup>2</sup>	96	105	83	82	128	104	85	74	95	99
<i>Användning i hemmet</i>										
1999	41	43	37	39 <sup>2</sup>	49	42	37	44 <sup>2</sup>	37	41
2001	47	52	40	58 <sup>2</sup>	63	46	38	49 <sup>2</sup>	47	42
2003	48	56	39	47 <sup>2</sup>	84	49	35	36 <sup>2</sup>	60	36
2004	52	60	44	53 <sup>2</sup>	72	53	42	55 <sup>2</sup>	49	46
2005	55	60	48	73 <sup>2</sup>	88	53	39	46 <sup>2</sup>	51	48
2006 <sup>2</sup>	73	83	61	75	121	70	48	68	70	66
2007 <sup>2</sup>	71	80	61	81	114	65	54	58	73	62
<i>I bredbandshushåll</i>										
2006	79	90	65	77	125	75	56	76	76	72
2007	74	84	63	81	115	67	56	63	76	64

## Den totala tiden för internetanvändning

Den totala tiden för internetanvändning bland nätanvändare – oavsett användningsplats och användningsområde – är 96 minuter en genomsnittlig dag. Motsvarande siffra för internetanvändning i hemmet är 71 minuter. Tiden för internetanvändning har ökat i de flesta grupper jämfört med 2006. Undantaget är åldersgruppen 15-24 år där tiden för internetanvändning redan är relativt lång en genomsnittlig dag, ca två timmar och tio minuter.

Inom användargruppen framträder vissa skillnader mellan mäns och kvinnors internettid och mellan olika ålders- och utbildningsgrupper. Den samlade användningstiden är kortare bland kvinnor än män och bland de äldsta samt bland de lågutbildade. Mönstret är i stort sett detsamma för internetanvändningen i hemmet.

I bredbandshushållen förstärks skillnaderna mellan den tid män och kvinnor ägnar internet.

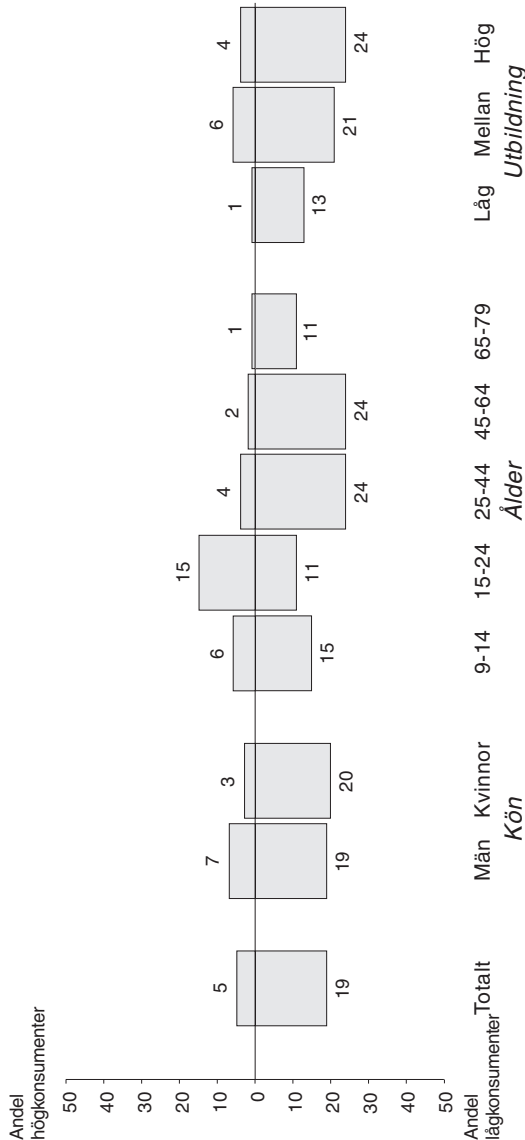
### Anmärkning

Svarspersonerna har utifrån på förhand angivna svarsintervall fått ange hur länge de använt Internet under gårdagen. Intervallen har sedan omräknats till en genomsnittlig användartid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometer*) bland dem som använt internet en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga användartiden totalt i hela befolkningen, där även de som inte använder internet inkluderas, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2007: Befolkningens medietid*.

### 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.

## Hög- och lågkonsumenter<sup>1</sup> 9-79 år i hemmet en genomsnittlig dag 2007 (procent)



### Anmärkning

Andelen för total internetanvändning bygger på en sammanvägning av användare i hemmet, på arbetet, i skolan och andelen användare på annan plats.

## Internetanvändningen

Det finns betydligt fler lågkonsumenter av internet än högkonsumenter. Andelen relativa högkonsumenter av internet i hemmet – de som en vanlig dag använder internet tre timmar eller mer – är 5 procent. Flest högkonsumenter återfinns bland unga (11 procent) och män (4 procent). Bland kvinnor, äldre och lågutbildade är högkonsumenterna få.

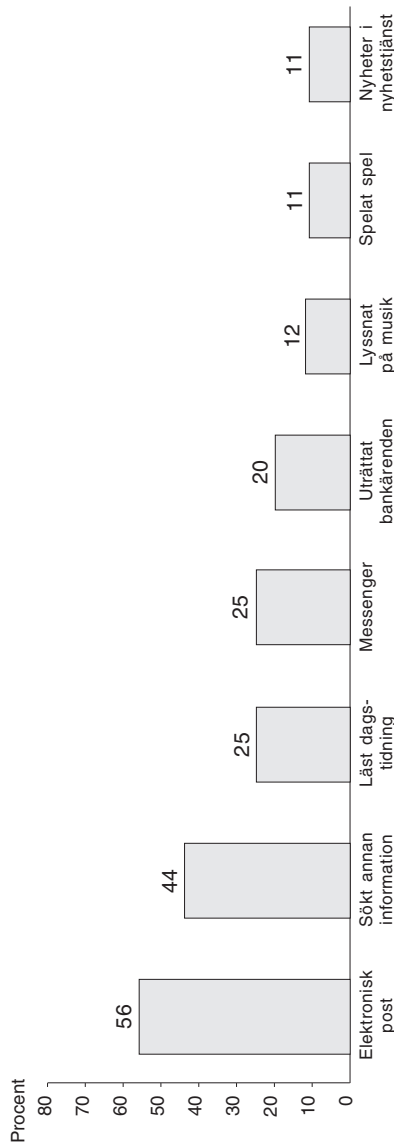
## Internetanvändare 9-79 år i hemmet en genomsnittlig dag 2007 (procent)

Genomsnittlig dag i hemmet	Kön		Ålder					Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Mindre än ½ tim	19	19	20	15	11	24	24	11	13	21	24
½-1 tim	17	18	15	18	19	19	16	11	8	17	21
1-2 tim	11	12	9	14	22	13	8	3	5	10	11
2-3 tim	5	6	4	6	13	5	3	2	2	5	5
3-4 tim	2	3	1	4	5	2	1	1	1	3	2
4-5 tim	1	2	1	2	5	1	1	1	0	1	1
Mer än 5 tim	2	2	1	1	6	1	1	–	1	2	1

### Not

1. Med "högkonsumenter" avses de som tagit del av internet tre timmar eller mer en genomsnittlig dag. Och med "lågkonsumenter" avses de som tagit del av internet 30 minuter eller mindre en genomsnittlig dag.

## Användningsområden bland användare 9-79 år i hemmet en genomsnittlig dag 2007 (procent)



## Användningsområden bland användare 9-79 år i hemmet en genomsnittlig dag 2007 (procent)

	Kön		Ålder							Utbildning		
	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög		
Elektronisk post	56	59	20	53	62	61	65	50	61	67		
Sökt annan information	44	44	17	34	49	51	53	50	46	53		
Läst dagstidning	25	22	6	21	32	29	23	26	28	30		
Messenger	25	26	60	69	16	4	1	10	25	10		
Uträttat bankkårenden	20	19	-	9	23	28	27	25	23	23		
Lyssnat på musik	12	10	17	30	10	4	1	7	13	7		
Spelat spel	11	15	7	43	22	6	3	2	6	9		
Nyheter i nyhetstjänst	11	14	1	10	13	12	10	7	14	12		
Tittat på film/korta videoklipp	7	9	4	10	16	5	3	1	5	7		
Tagit del av någon blogg	6	7	5	13	8	3	2	2	7	7		
Deltagit i diskussions-/chattgrupp	5	5	7	14	4	2	2	4	5	4		
Beställt varor/bokat resor	5	4	0	3	6	5	4	5	5	6		
Laddat ned musik, film, TV- eller radioprogram	5	2	3	13	4	1	0	3	6	2		
Lyssnat på radio	4	3	2	6	5	2	2	3	4	3		
Läst någon populär- eller facktidsskrift	2	3	1	2	2	2	2	1	2	3		
Tittat på något TV-program	2	3	1	3	2	1	1	2	2	2		
IP-telefoni	1	1	0	1	1	1	0	-	1	1		
Annat	12	13	10	11	7	11	14	16	17	11		

## Användningsområden i hemmet

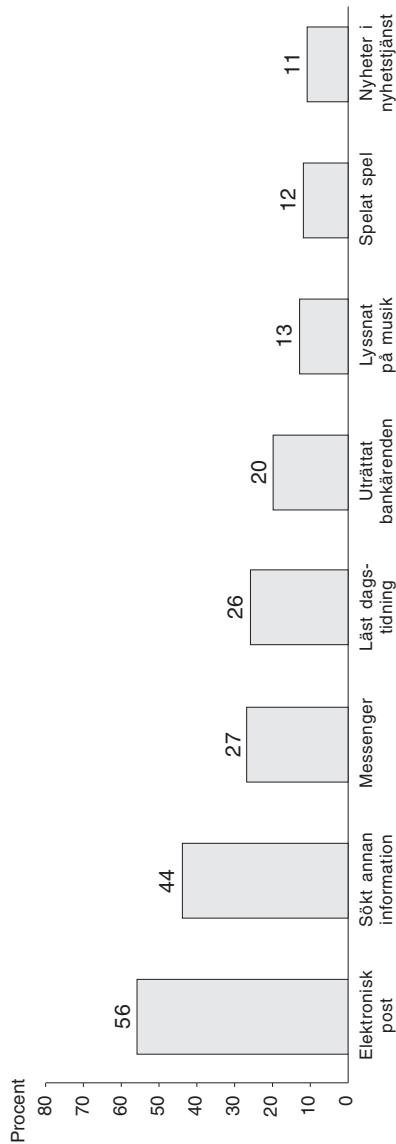
Den dagliga internetanvändningen i hemmet gäller främst e-post (56 procent) och fakta-/informations-sökning (44 procent). Andelen som läst någon dags-tidning är 25 procent och lika många har tagit del av en "messenger"-tjänst. 20 procent har använt internet för bankkårenden en genomsnittlig dag och drygt 10 procent har lyssnat på musik, spelat spel eller använt någon nyhetstjänst. Andelen som tagit del av blogg eller deltagit i någon diskussions-/chattgrupp är 6 respektive 5 procent.

Användningsområden bland användarna varierar något mellan olika grupper men skillnaderna är inte särskilt stora utom när det gäller barn och ungdomars användning. Ungdomar använder internet för mes-senger-tjänster, e-post, musikklyssnande och spel i större utsträckning än vuxna. De tittar på videoklipp deltar i diskussions-/chattgrupper, läser bloggar och laddar ner musik, film, radio eller TV i högre utsträck-ning än äldre. Barn nyttjar internet till relativt få aktivite-ter. Det är messenger-tjänster och spel som dominerar. Läsning av dagstidningar på internet är vanligare bland medelålders och äldre än bland yngre.

Användningen av internet kan inte i huvudsak rub-riceras som traditionell medieanvändning och de akti-viteter som ökar gäller främst interaktivt individanvänd-ning, t ex 'social networking', 'messaging' och sökning efter specifik information.



## Användningsområden bland användare 9-79 år i bredbandshushåll en genomsnittlig dag 2007 (procent)

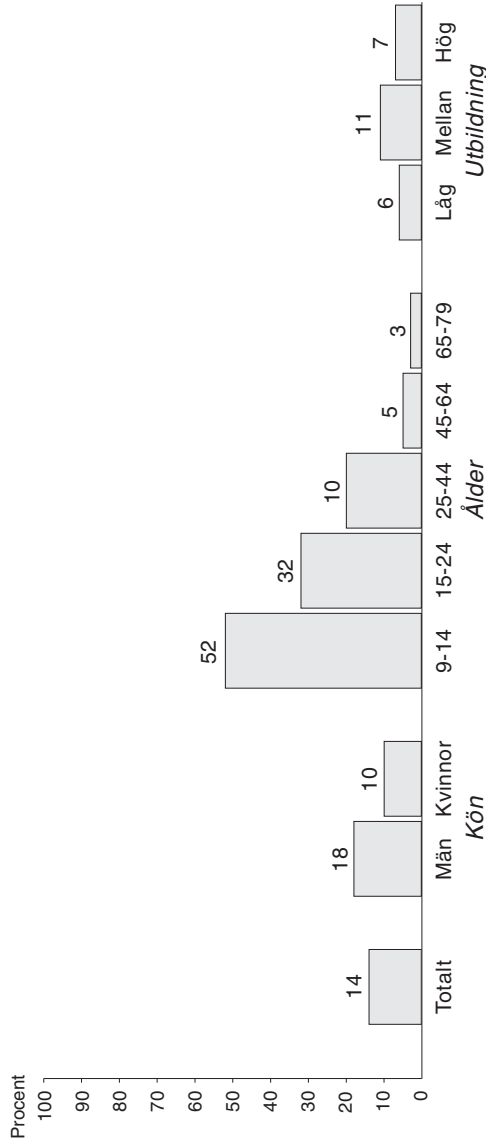


## Användningsområden bland användare 9-79 år i bredbandshushåll en genomsnittlig dag 2007 (procent)

	Kön		Ålder					Utbildning		
	Män	Kvinnor	9-14 <sup>1</sup>	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Elektronisk post	56	60	20	53	62	62	70	51	62	66
Sökt annan information	44	44	18	34	49	52	57	54	46	53
Messenger	27	28	59	69	16	4	2	12	26	11
Läst dagstidning	26	23	6	21	33	30	24	26	30	31
Uträttat bankkårenden	20	19	-	9	24	27	29	26	23	24
Lyssnat på musik	13	14	11	31	10	4	2	8	13	7
Spelat spel	12	7	42	22	6	3	3	5	9	4
Nyheter i nyhets-tjänst	11	14	1	10	13	12	11	7	15	12
Tittade på film/videoklipp	7	5	10	16	6	4	1	4	8	5
Tagit del av någon blogg	7	8	5	13	8	3	1	2	7	7
Deltagit i diskussions-/chatgrupp	6	6	7	14	5	2	2	5	5	5
Laddat ned musik, film, TV- eller radioprogram	5	2	3	13	5	1		3	7	2
Beställt varor/bokat resor	5	4	0	4	6	5	4	6	5	6
Lyssnat på radio	4	4	2	6	5	3	3	3	5	3
Läst någon populär- eller facktidningskrift	2	3	-	2	2	3	2	2	2	3
Tittat på något TV-program	2	3	1	3	2	1	1	1	2	2
IP-telefoni	1	1	-	1	1	1	1	1	1	1
Annat	12	13	12	7	10	15	18	18	11	13

# Dator-/TV-/internetspel

## Dator-/TV-/internetspelanvändare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



## Dator-/TV- och internetspel

En genomsnittlig vecka spelar 28 procent av befolkningen något dator-/TV- eller internetbaserat spel. En genomsnittlig dag är andelen 14 procent. Spelen är framförallt en sysselsättning för barn och unga. Drygt hälften av barnen och en tredjedel av ungdomarna spelar en genomsnittlig dag. Under en vecka har 86 procent av barnen och 55 procent av ungdomarna spelat. Vad gäller veckan har även en fjärdedel av 25 till 44-åringarna spelat något spel. Endast 3 procent av pensionärerna spelar en genomsnittlig dag och under veckan ligger andelen på 6 procent. Spelandet är också vanligare bland män än bland kvinnor och medelutbildade spelar i större utsträckning än låg- och högutbildade.

### Anmärkning

Svarspersonerna har utifrån på förhand angivna intervall fått ange hur länge de spelade under gårdagen. Intervallen har sedan omräknats till genomsnittlig speltid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*). Tabellen redovisar genomsnittlig speltid bland dem som spelar dator-/TV- eller internetspel en genomsnittlig dag.

## Dator-/TV-/internetspelanvändare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2004-2007 (minuter)

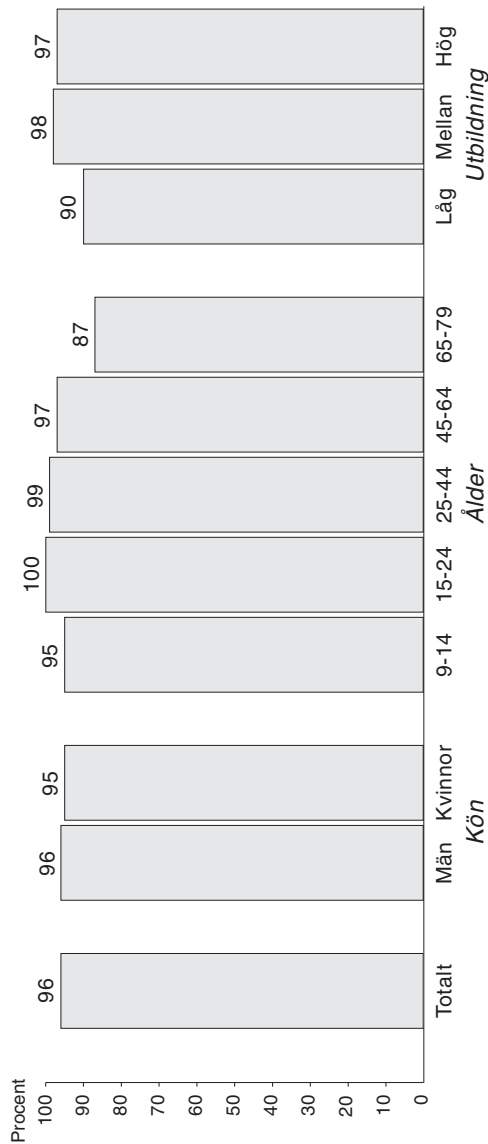
Dator-TV- och internetspel: Genomsnittlig dag	Kön		Ålder					Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
2004	7	10	4	24	16	6	2	2	3	6	3
2005	9	14	5	39	18	7	3	3	3	7	5
2007	14	18	10	52	32	10	5	3	6	11	7
Genomsnittlig vecka											
2004	17	24	11	69	38	15	6	4	6	15	8
2005	20	28	12	75	39	18	7	6	9	17	11
2007	28	33	22	86	55	26	14	6	12	26	17
Speltid bland spelare (minuter): Genomsnittlig dag 2007	87	105	55	95	109	73	43	-1	-1	94	53

Not

1. Siffran redovisas ej då antalet svarspersoner är mycket lågt.

# Mobiltelefon

## Andel 9-79 år som har tillgång till mobiltelefon 2007 (procent)



## Mobiltelefon

Mobiltelefonen innehåller en rad mediefunktioner – mp3-spelare, radio och internet. Närmare 40 procent av befolkningen har tillgång till radio i mobiltelefonen, 36 procent kan lyssna på mp3-filer och 5 procent kan titta på TV.

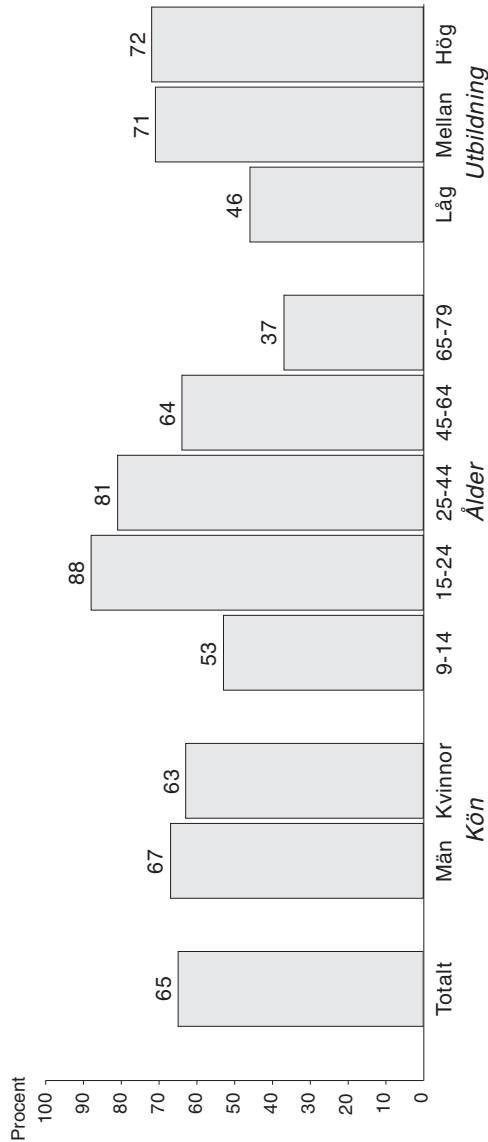
Skillnader i tillgång till olika funktioner är kopplade såväl till kön och ålder som utbildning. Män, medelålders samt medel- och högutbildade har telefoner som kombinerar olika medier i högre utsträckning än äldre, lågutbildade och kvinnor.

## Tillgång till olika mobiltelefonfunktioner bland innehavare 9-79 år 2007 (procent)

	Kön		Ålder					Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Spel	74	76	72	83	94	88	69	40	53	78	76
FM-radio	38	45	32	36	55	50	35	13	23	43	39
Mp3-filer	36	43	30	52	69	48	24	6	15	40	34
Elektronisk post	29	34	24	24	45	40	24	8	14	33	30
Videosamtal	21	24	17	21	34	29	17	5	12	24	20
Messenger/MSN	19	21	16	15	28	23	20	6	11	20	20
Mobil-TV	5	7	3	3	8	8	4	1	3	6	6
Andra internetfunktioner	19	23	16	18	39	28	12	2	6	22	19

# Mobiltelefon

## Mobiltelefonanvändare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)



## Använder mobiltelefon

Drygt 80 procent av användarna använder mobiltelefonen för vanliga telefonsamtal en genomsnittlig dag och drygt 60 procent skickar SMS. Barn och unga använder telefonen i lika stor utsträckning till SMS som vanliga telefonsamtal. Den medierelaterade användningen är marginell med undantag för lyssnande på radio, i åldersgruppen 15 till 24 år är det 7 procent av användarna som lyssnat på radio via mobiltelefonen en genomsnittlig dag.

## Användningsområden bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2007 (procent)

	Kön		Ålder				Utbildning				
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Vanligt telefonsamtal	82	84	80	63	80	81	86	90	82	84	84
SMS	62	56	68	62	84	72	50	31	46	63	64
Mp3-filer	8	10	7	29	21	6	2	0	3	7	4
MMS	6	7	5	4	10	8	5	1	5	7	6
Spel	4	5	4	21	10	2	1	-	1	3	2
FM-radio	4	5	3	5	7	5	3	1	2	5	4
Messenger/MSN	2	2	2	4	6	1	1	-	0	1	1
Elektronisk post	2	3	1	1	1	3	2	0	-	2	2
Videoklipp	1	1	1	2	3	1	0	-	0	1	1
Videosamtal	1	1	1	-	2	1	0	1	1	1	1
Nyhetsjänst	1	1	0	-	1	1	0	-	1	1	1
Mobil-TV	0	0	0	-	1	0	0	-	-	0	0
Andra internetfunktioner	1	2	1	-	2	1	1	-	0	1	2

# Tillgång till olika medier

# Medieinnehav 2007

## Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till olika medier i hemmet 2007 (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	70	69	71	52	63	62	77	83	74	69	75	
enbart en	63	62	64	49	58	58	69	73	70	63	65	
två eller fler	7	7	6	3	5	4	8	10	4	6	10	
Radio	100	99	100	99	99	100	100	99	99	100	99	
TV-apparat	97	97	98	99	97	95	98	98	98	97	96	
enbart en	32	30	34	10	16	33	32	51	45	29	36	
två	36	37	35	36	30	35	38	37	36	37	36	
tre eller fler	30	30	29	53	51	27	28	10	17	32	23	
Text-TV	94	94	94	91	95	95	96	91	93	96	94	
Multi-TV totalt	89	90	87	80	87	91	91	87	89	91	89	
via kabel	45	42	46	35	45	48	42	49	42	46	49	
via parabol	29	32	27	34	34	27	31	24	29	32	24	
via mark (Boxer)	29	30	27	23	25	30	31	26	31	30	28	
via bredband/IP-TV	3	3	3	2	3	3	4	3	1	2	3	
Digital-TV	66	69	62	62	64	68	69	58	66	68	63	
DVD-spelare	84	86	82	96	97	94	85	50	60	88	87	
enbart en	57	55	58	59	52	61	63	43	49	58	61	
två eller fler	27	30	23	37	45	33	22	6	11	31	26	
Video	65	64	65	81	70	62	67	53	54	65	64	
enbart en	55	53	56	65	51	53	57	49	51	53	55	
två eller fler	11	12	9	16	19	8	10	3	2	12	9	
PVR/hårddiskmottagare	12	13	11	12	17	14	13	3	5	14	12	
Persondator totalt	87	89	84	97	96	96	89	55	58	91	94	
enbart en	38	36	40	26	30	40	41	42	42	42	37	
två eller fler	49	53	45	72	68	56	49	14	17	49	58	
Portabel dator	44	46	42	48	53	55	46	17	18	43	58	
Internet	83	85	80	86	95	94	86	50	55	88	91	
Bredbandsanslutning	68	71	66	78	89	82	68	30	35	73	77	
Handdator	7	9	5	5	8	11	8	2	3	7	10	
Mediacenter/PC med TV-mottagare	9	9	8	8	14	11	9	2	2	10	10	
Mp3-spelare	54	56	53	82	91	68	45	11	22	57	56	
Konsol för TV-spel	37	42	33	74	66	49	25	3	12	41	33	
Bärbart spel/bärbar DVD-spelare	36	39	33	45	53	45	33	13	19	38	38	
Mobiltelefon	96	96	95	95	100	99	97	87	90	98	97	

# Medieinnehav 1995-2007

Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till olika medier i hemmet 1995-2007 (%)

Har tillgång i hemmet till	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Prenumerering på dagstidning	..	74	75	74	71	72	73	72	73	72	74	72	70
enbart en	..	68	68	67	64	64	66	66	68	67	67	65	63
två eller fler	..	6	7	7	7	8	6	6	5	4	6	7	7
Radio	..	..	..	..	..	..	99	98	98	98	97	98	100
TV-apparat	..	..	..	..	98	97	97	97	98	97	98	98	97
enbart en	..	..	..	..	37	33	34	37	33	32	30	30	32
två	..	..	..	..	39	40	39	36	36	38	36	36	36
tre eller fler	..	..	..	..	20	24	24	24	29	27	32	32	30
Text-TV	75	80	82	85	85	88	88	88	91	90	92	93	94
Multikanal-TV totalt <sup>1</sup>	55	58	56	60	58	59	59	60	60	65	74	84	89
via kabel <sup>2</sup>	35	35	33	37	37	38	37	37	38	31	35	36	45
via parabol <sup>2</sup>	20	23	23	23	23	23	24	22	22	21	23	23	29
via mark (Boxer) <sup>2</sup>	..	..	..	..	..	..	..	..	..	13	18	23	29
via bredband/IP-TV	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	3
Digital-TV	..	..	..	..	2	5	12	20	22	35	45	54	66
DVD-spelare	..	..	..	..	..	7	12	22	37	53	67	78	84
enbart en	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	55	58	57
två eller fler	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	12	20	27
Video	75	81	80	83	85	85	86	83	87	86	84	81	85
enbart en	..	..	68	70	69	65	63	69	73	74	70	65	55
två eller fler	..	..	13	13	16	20	22	15	15	12	14	16	11
PVR/hårddiskmottagare	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	2	12
Persondator totalt	27	38	42	50	63	64	69	73	79	82	83	85	87
enbart en	..	..	33	41	45	44	48	47	47	48	43	41	38
två eller fler	..	..	9	9	18	20	21	26	32	34	39	45	49
Portabel dator	..	..	..	9	9	9	13	20	21	24	30	38	44
Internet	3	8	17	31	47	52	60	66	71	71	74	80	83
Bredbandsanslutning	..	..	..	..	..	..	..	19	29	38	51	63	68
Handdator	..	..	..	..	..	..	4	4	5	6	7	6	7
Mediacenter/PC med TV-mottagare	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	6	9
Mp3-spelare	..	..	..	..	..	..	..	..	..	21	32	47	54
Konsol för TV-spel	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	35	37
Bärbart spel/bärbär DVD-spelare	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	14	36
Mobiltelefon	38	50	54	64	73	80	85	87	90	92	93	95	96

1. Med multikanal-TV avses TV med fler kanaler än de tre markkanalerna SVT1, SVT2 och TV4. I oktober 2007 släcktes det analoga marknätet, därefter sänds enbart digital-TV i marknätet.

2. Fr o m 2004 bygger uppgiften på en sammanställning av vilka leverantörer som svarspersonerna angivit för digital-TV samt en fråga om satellit-TV via kabel eller hushållsparabol. Tidigare fick svars-





# Fakta om undersökningen Mediebarometern

## Undersökningen 2007

Mediebarometerens huvudsakliga syfte har sedan starten 1979 varit att belysa massmediers räckvidd en genomsnittlig dag. Ett obundet slumpmässigt urval av Sveriges befolkning, baserat på befolkningsregistret, i åldern 9-79 år intervjuas via telefon. Frågorna gäller i vilken utsträckning de tagit del av olika massmedier under gårdagen.

Nordicom-Sverige har sedan 1994 samordningsansvar för Mediebarometern. Datainsamlingen 2007 har efter sedvanlig upphandling genomförts av Pilen AB. Mediebarometern 2007 innefattar de medier som redovisas i det följande.

**Radio:** Avser all radio oavsett om lyssnandet är aktivt eller mer passivt, vilket betyder att exempelvis arbetsplatslyssnande och radiolyssnande i bilen inkluderas.

**CD-skivor:** Avser all användning av CD-/grammofonskivor, vilket även inkluderar annat lyssnande än musiklyssnande.

**Mp3:** Avser lyssnande på mp3-spelare, vilket även inkluderar annat lyssnande än musiklyssnande.

**Kassetband:** Avser all användning av ljudkassetter, vilket även inkluderar exempelvis lyssnande vid bilkörning, på talböcker och på andra ljudkassetter.

**Television:** Avser all TV, vilket inkluderar såväl svenska och utländska kanaler som kabel-, satellit- och betal-TV. Användning av video och text-TV ingår emellertid inte.

**Text-TV:** Avser all text-TV, vilket inkluderar användning av informationssidor och användning av särskild programtextning som finns för vissa program.

**Video/DVD:** Avser såväl inspelade TV-program som hyr- och köpvideofilm.

**Bio:** Avser alla biografbesök, oavsett om det är ordinarie föreställningar, visningar för skolklasser, i filmklubbar, på filmfestivaler eller något annat sätt.

**Morgontidning:** Avser alla morgonutgivna tidningar som utkommer minst en gång i veckan, vilket inkluderar både storstads- och landsortspress samt gratisutdelade morgontidningar.

**Kvällstidning:** Avser någon av Aftonbladet, Expressen/GT/Kvällsposten.

**Reklam:** Avser annonsblad, lokala annonsblad, handlares annonsblad, lösa reklamblad med rabattkuponger, adresserad reklam, utomhusreklam.

**Vecko-/månadstidning:** Avser såväl den traditionella veckopressen, herrtidningar och ungdomstidningar som månadsutgivna magasin.

**Special-/facktidsskrift:** Avser såväl facktidsskrifter inriktade på fack- och yrkesområden som specialtidsskrifter inriktade på ett eller några specialintressen hos läsaren.

**Böcker:** Avser såväl skön- och facklitteratur som barn/ungdoms- och läroböcker/kurslitteratur.

**Internet:** Avser användning av internet i hemmet och på skola/arbete, och annan plats oavsett om den ingår i arbete eller är av privat karaktär.

**Dator-/TV-spel:** Avser olika spel för persondator på internet och som ansluts till TV-apparaten.

**Medieinnehav:** Avser tillgång till olika typer av medier och medieteknologi.

Telefonintervjuerna har genomförts under 42 slumpmässigt utvalda dagar under perioderna 30/1 till 13/6 och 19/8 till 12/12 2007. Urvalet av intervjudagar stratifierades för att uppnå en jämn fördelning mellan olika veckodagar, vilket innebär att intervjuerna genomförts under 6 över året utspridda måndagar, tisdagar, onsdagar o s v.

### Urval och bortfall

Urvalet bestod av ett obundet slumpmässigt individurval av Sveriges befolkning i åldern 9 till 79 år. Urvalet drogs ur SPARs befolkningsregister och omfattade 7 154 personer boende i Sverige. Bortfall bestående av ej telefonnummersatta urvalsenheter, felaktiga nummer, ej målgrupp och bortresta under hela perioden osv, gav ett nettourval på 6 419 personer. Av dessa har intervjuer genomförts med 4 187 personer. Detta betyder att undersökningen har en svarsfrekvens på 65 procent. Andelen uttalade svarsvägrare uppgick till 16 procent medan resterande bortfall består av ej anträffade, korttidssjuka m.m.

### Bostadsort: H-regioner

Från och med Mediebarometern 2001 har indelningen för bostadsort, med undantag för storstadsregionerna, övergått till det av Statistiska Centralbyrån definierade begreppet H-regioner. H-region är ett begrepp som bygger på antal invånare inom en radie av 30 kilometer från kommuncentrum (som kommuncentrum räknas den folkräkaste församlingen) samt antal invånare inom 100 kilometers radie). Begreppen är inte geografiskt bindande, t ex innefattar den norra glesbygden även två områden i södra Sverige, men rubriceringen är i stort rättvisande och den bygger på följande princip:

- Större städer = Kommuner med mer än 90 000 invånare inom 30 km radie från kommuncentrum.
- Södra mellanbygden = Kommuner med mer än 27 000 invånare och mindre än 90 000 invånare inom 30 km radie från kommuncentrum samt med mer än 300 000 invånare inom 100 km radie från samma punkt.
- Norra tätbygden = Kommuner med mer än 27 000 invånare och mindre än 90 000 invånare inom 30 km radie från kommuncentrum samt med mindre än 300 000 invånare inom 100 km radie från samma punkt.
- Norra glesbygden = Kommuner med mindre än 27 000 invånare inom 30 km radie från kommuncentrum.

## Beräkning av genomsnittlig användartid

Svaren inom respektive tidsintervall klassificeras enligt nedanstående mallar för att sedan omräknas till genomsnittliga användartider för respektive medium.

### Radio

Ej lyssnat på radio = 0 minuter  
 Lyssnat mindre än 30 minuter = 15 minuter  
 Lyssnat 30 - 60 minuter = 45 minuter  
 Lyssnat 60 - 120 minuter = 90 minuter  
 Lyssnat 120 - 180 minuter = 150 minuter  
 Lyssnat 180 - 240 minuter = 210 minuter  
 Lyssnat 240 - 300 minuter = 270 minuter  
 Lyssnat 300 - 360 minuter = 330 minuter  
 Lyssnat mer än 360 minuter = 420 minuter

### CD-skiva, mp3 och kassettband

Ej lyssnat = 0 minuter  
 Lyssnat mindre än 30 minuter = 15 minuter  
 Lyssnat 30 - 60 minuter = 45 minuter  
 Lyssnat 60 - 120 minuter = 90 minuter  
 Lyssnat mer än 120 minuter = 180 minuter

### Television

Ej tittat på TV = 0 minuter  
 Tittat mindre än 30 minuter = 15 minuter  
 Tittat 30 - 60 minuter = 45 minuter  
 Tittat 60 - 120 minuter = 90 minuter  
 Tittat 120 - 180 minuter = 150 minuter  
 Tittat 180 - 240 minuter = 210 minuter  
 Tittat 240 - 300 minuter = 270 minuter  
 Tittat mer än 300 minuter = 360 minuter

### Text-TV

Ej använt text-TV = 0 minuter  
 Använt mindre än 5 minuter = 2,5 minuter  
 Använt 5 - 15 minuter = 10 minuter  
 Använt 15 - 30 minuter = 22,5 minuter  
 Använt 30 - 45 minuter = 37,5 minuter  
 Använt 45 - 60 minuter = 52,5 minuter  
 Använt mer än 60 minuter = 60 minuter

### Video/DVD

Ej tittat på video = 0 minuter  
 Tittat mindre än 30 minuter = 15 minuter  
 Tittat 30 - 60 minuter = 45 minuter  
 Tittat 60 - 120 minuter = 90 minuter  
 Tittat 120 - 180 minuter = 150 minuter  
 Tittat 180 - 240 minuter = 210 minuter  
 Tittat mer än 240 minuter = 300 minuter

### Morgon- och kvällstidning

Ej läst = 0 minuter  
 Läst mindre än 15 minuter = 8 minuter  
 Läst 15 - 30 minuter = 23 minuter  
 Läst 30 - 60 minuter = 45 minuter  
 Läst 60 - 120 minuter = 90 minuter  
 Läst mer än 120 minuter = 180 minuter

### Vecko-/månadstidningar, special-/facktidsskrifter och böcker

Ej läst = 0 minuter  
 Läst mindre än 30 minuter = 15 minuter  
 Läst 30 - 60 minuter = 45 minuter  
 Läst 60 - 120 minuter = 90 minuter  
 Läst mer än 120 minuter = 180 minuter

### Dator-/TV-spel

Ej spelat dator-/TV-spel = 0 minuter  
 Spelat mindre än 30 minuter = 15 minuter  
 Spelat 30 - 60 minuter = 45 minuter  
 Spelat 60 - 120 minuter = 90 minuter  
 Spelat 120 - 180 minuter = 150 minuter  
 Spelat mer än 180 minuter = 210 minuter

### Internet

Ej använt internet = 0 minuter  
 Använt mindre än 30 minuter = 15 minuter  
 Använt 30 - 60 minuter = 45 minuter  
 Använt 60 - 120 minuter = 90 minuter  
 Använt 120 - 180 minuter = 150 minuter  
 Använt 180 - 240 minuter = 210 minuter  
 Använt 240 - 300 minuter = 270 minuter  
 Använt mer än 300 minuter = 360 minuter

## Antal svar i olika grupper av befolkningen

Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	4 187	Sysse/sättning (16-79 år)	Arbetare	871
	Vuxna 18-79 år	3 579		Tjänstemän	675
	Barn/ungdom 9-17 år	608		Högre tjänstemän/akademiker	407
Kön	Män 9-79 år	2 053	Vuxna i hushållet (18-79 år)	Egna företagare	212
				Kvinnor 9-79 år	2 134
	Män 18-79 år	1 738		Pensionärer	782
				Kvinnor 18-79 år	1 841
	Pojkar 9-17 år	315		Arbetslösa	84
	Flickor 9-17 år	293		En person (18 år och äldre)	686
				Två personer (18 år och äldre)	2 295
		Tre eller fler (18 år och äldre)	596		
Ålder	9-14 år	398	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	501
	15-19 år	371		Äldre vuxna (45-79 år)	1 753
	20-24 år	179		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	812
	25-34 år	443		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	503
	35-44 år	648	Hushåll (9-79 år)	En person	578
	45-54 år	669		Två personer	1 446
	55-64 år	722		Tre personer	645
	65-79 år	757		Fyra personer eller fler	1 516
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	553	Hemort (9-79 år)	Större städer	1 234
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	214		Södra mellanbygden	1 018
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	448		Norra tätbygden	358
	Gymnasial utbildning > 2 år	933		Norra glesbygden	280
	Högskola/universitet ≤ 3 år	633		Stockholm, Södertälje A-regionen	689
	Högskola/universitet > 3 år	748		Göteborg A-regionen	386
				Malmö/Lund/Trelleborg	222

# Mediebarometern 1979-2007

Mediebarometern startades 1979 som ett samarbetsprojekt mellan PUB, Sveriges Radio, och Dagspresskollegiet, Göteborgs universitet. PUB, Sveriges Radio, svarade för utförandet av undersökningen och utgav varje år en översiktspublikation. Nordicom övertog samordningsansvaret 1994 då PUB stod inför nedläggning.

Undersökningen genomfördes till en början under en höstvecka varje år. 1983 utökades insamlingsperioden till två veckor på hösten. Mediebarometern blev årsrepresentativ först 1985 genom att de 14 undersökningsdagarna slumpmässigt spreds över året. Från och med 1988 har Mediebarometern genomförts över ett kalenderår med första mät dagen i januari och den sista i december. Under juli har emellertid aldrig några intervjuer gjorts. Undersökningsperioden utökades 1990 till 21 dagar, 1993 till 28 dagar, och år 2002 utökades Mediebarometern till 42 dagar spridda över året. Redan från starten har intervjuerna genomförts alla veckodagar, vilket betyder att antalet måndagar, tisdagar, onsdagar o s v alltid varit lika stort.

Antalet genomförda intervjuer utökades till 2 600 när Nordicom övertog Mediebarometern 1994. Med tanke på dagens medielandskap som är betydligt mer komplext än för bara tio år sedan genomfördes en utökning av urvalet 2002 och ytterligare en utökning 2006. Antalet genomförda intervjuer är numera cirka 4 200 per undersökningsår.

I Mediebarometern 1979-1992 hämtades uppgifterna för användningstid för TV- och videotittande samt om radiolyssnande från Sveriges Radios publik- och programforskningsavdelnings (PUB) kontinuerliga publikräkningar. Svartspersonerna har här mer i detalj fått ange vilka program de tittat respektive lyssnat på under gårdagen. Från dessa svar har tittar- och lyssnartiden räknats ut för varje svartsperson genom att summera tiden för de program de tittat på. När Nordicom-Sverige övertog ansvaret 1994 blev Mediebarometern för första gången en samlad undersökning. Från och med 1994 års Mediebarometer har svartspersonerna, på samma vis som de tidigare år gjort med övriga medier, fått göra en uppskattning av hur lång tid de ägnat åt radio, TV och video under gårdagen. Det innebär att den tid som ägnas åt respektive medium är direkt jämförbar mellan samtliga medier fr o m 1993.

Nordicom fann det vid övertagandet 1994 angeläget att även inkludera frågor som gäller användning av text-TV och biobesök. Vidare har sedan 1996, med anledning av de genomgripande förändringar som det svenska medielandskapet genomgått, Mediebarometerns frågeformulär utökats med frågor om användning av persondator, internet samt tillgång till ny medieteknologi. För att fånga användarnas konsumtion av olika och nya medieteknologier utvärderas och utvecklas formuläret på kontinuerlig basis.

## Lathund för uträkning av statistiska felmarginaler

Procent	Urvalsstorlek									
	50	100	150	200	400	600	800	1000	2000	3000
50 (50)	13,9	9,8	8,0	6,9	4,9	4,0	3,5	3,1	2,2	1,8
35 (65)	13,2	9,4	7,6	6,6	4,8	3,8	3,3	3,0	2,1	1,7
25 (75)	12,0	8,5	6,9	6,0	4,2	3,5	3,0	2,7	1,9	1,5
20 (80)	11,1	7,8	6,4	5,5	3,9	3,2	2,8	2,5	1,8	1,4
10 (90)	9,9	7,0	5,7	4,9	3,5	2,8	2,5	2,2	1,6	1,3
8 (92)	8,3	5,9	4,8	4,2	3,0	2,4	2,1	1,9	1,3	1,1
7 (93)	–	5,3	4,3	3,8	2,7	2,2	1,9	1,7	1,2	1,1
6 (94)	–	4,7	3,8	3,3	2,3	1,9	1,7	1,5	1,0	1,0
5 (95)	–	4,3	3,5	3,0	2,1	1,7	1,5	1,4	1,0	0,8
4 (96)	–	–	3,1	2,7	1,9	1,5	1,4	1,2	0,9	0,7
3 (97)	–	–	–	2,4	1,7	1,4	1,2	1,1	0,7	0,6
2 (98)	–	–	–	–	1,4	1,1	1,0	0,9	0,6	0,5
1 (99)	–	–	–	–	1,0	0,8	0,7	0,6	0,4	0,4

– Förutsättningar för att räkna ut felmarginalen föreligger ej.

Källa: SR/PUB.

*Kommentar:* Lathunden skall läsas enligt följande: Om antalet svartspersoner är 2 000 och tabellen anger att 80 procent av Sveriges befolkning tittat på TV en genomsnittlig dag är den statistiska felmarginalen med 95-procentig säkerhet +/- 1,8 procent. Exemplet skall alltså tolkas som att med 95 procents säkerhet tittar mellan 78,2 och 81,8 procent på TV en genomsnittlig dag.





## Ledning och administration

---

Institutionschef:  
Ulla Carlsson  
Telefon: +46 31 786 12 19  
Fax: +46 31 786 46 55  
ulla.carlsson@nordicom.gu.se

Administratör (beställningar m m):  
Anne Claesson  
Telefon: +46 31 786 12 16  
Fax: +46 31 786 46 55  
anne.claesson@nordicom.gu.se

Teknisk redigering och webbansvarig:  
Per Nilsson  
Telefon: +46 31 786 46 54  
Fax: +46 31 786 46 55  
per.nilsson@nordicom.gu.se

## Verksamhetsområden

---

### Medie- och kommunikationsforskning

#### Publikationsverksamhet

Redaktör: Ulla Carlsson  
Telefon: +46 31 786 12 19  
Fax: +46 31 786 46 55  
ulla.carlsson@nordicom.gu.se

#### Forskningsdokumentation

Nordisk koordinatör:  
Claus Kragh Hansen  
Statsbiblioteket  
Universitetsparken  
DK-8000 Aarhus C

Telefon: +45 89 46 20 69  
Fax: +45 89 46 20 50  
ckh@statsbiblioteket.dk

### Medieutveckling och mediestatistik

#### Nordic Media Trends

Nordisk koordinatör:  
Eva Harrie  
Telefon: +46 31 786 46 58  
Fax: +46 31 786 46 55  
eva.harrie@nordicom.gu.se

#### Medier i Norden

Redaktör: Terje Flisen  
terjef@nordicmedia.info

#### Outlook Europe & International

Redaktör: Anna Celsing  
anna.celsing@skynet.be

### The International Clearinghouse on Children, Youth and Media

Vetenskaplig koordinatör:  
Cecilia von Feilitzen  
Telefon: +46 8 608 48 58  
Fax: +46 8 608 46 40  
cecilia.von.feilitzen@sh.se

Forskningsinformatör:  
Catharina Bucht  
Telefon: +46 31 786 49 53  
Fax: +46 31 786 46 55  
catharina.bucht@nordicom.gu.se

## Nationella centraler

---

### Nordicom-Danmark

Statsbiblioteket  
Universitetsparken  
DK-8000 Aarhus C

### Medie- och kommunikationsforskning

Ditte Laursen  
Telefon: +45 89 46 20 68  
Fax: +45 89 46 20 50  
dla@statsbiblioteket.dk

### Nordicom-Finland

Department of Journalism  
and Mass Communication  
University of Tampere  
FI-33014 Tampere

### Medie- och kommunikationsforskning

Eija Poteri  
Telefon: +358 3 3551 70 45  
Fax: +358 3 3551 62 48  
eija.poteri@uta.fi

### Nordicom-Island

Háskóli Íslands,  
Félagsvísindadeild  
IS-101 Reykjavík

### Medie- och kommunikationsforskning

Guðbjörg Hildur Kolbeins  
Telefon: +354 525 42 29  
Fax: +354 552 68 06  
kolbeins@hi.is

### Nordicom-Norge

Institutt for informasjons-  
og medievitenskap  
Universitetet i Bergen  
Postboks 7800  
NO-5020 Bergen

### Medie- och kommunikationsforskning

Håvard Legreid  
Telefon: +47 55 58 91 40  
Fax: +47 55 58 91 49  
havard.legreid@infomedia.uib.no

### Medieutveckling och mediestatistik

medienorge  
Nina Bjørnstad  
Telefon: +47 55 58 91 26  
Fax: +47 55 58 91 49  
nina.bjornstad@infomedia.uib.no

### Nordicom-Sverige

Göteborgs universitet  
Box 713  
SE-405 30 Göteborg  
Fax: +46 31 786 46 55

### Medie- och kommunikationsforskning

Roger Palmqvist  
Telefon: +46 31 786 12 20  
roger.palmqvist@nordicom.gu.se

Karin Poulsen  
Telefon: +46 31 786 44 19  
karin.poulsen@nordicom.gu.se

### Medieutveckling och mediestatistik

MedieSverige  
Ulrika Facht  
Telefon: +46 31 786 13 06  
ulrika.facht@nordicom.gu.se

Karin Hellingwerf  
Telefon: +46 31 786 19 92  
karin.hellingwerf@nordicom.gu.se

Staffan Sundin  
Telefon: +46 36 16 45 82  
staffan.sundin@nordicom.gu.se

### Ledning och administration:

#### NORDICOM

Göteborgs universitet  
Box 713  
SE-405 30 Göteborg  
Sverige  
Tel.: +46 31 786 00 00  
Fax: +46 31 786 46 55  
info@nordicom.gu.se

# NORDICOM

Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning

Göteborgs universitet

Box 713, SE 405 30 Göteborg, Sverige

Telefon: +46 31 786 00 00 • Fax: +46 31 786 46 55

E-post: [info@nordicom.gu.se](mailto:info@nordicom.gu.se)

[www.nordicom.gu.se](http://www.nordicom.gu.se)

ISSN 1101-4539

ISBN 978-91-89471-62-7

