Nordicom-Sveriges

Medie barometer 2012

i samverkan med

Dagens Nyheter

Göteborgs-Posten

.SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur)

Sveriges Radio

Sveriges Television

Utbildningsradion

MEDIENOTISER

NORDICOM-Sverige
Göteborgs universitet
Nr. 1, 2013

NORDICOM

Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning

MedieNotiser nr 1/2013

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

Ale Tryckteam AB, Bohus

ISSN 1101-4539
ISBN 978-91-86523-66-4

© Nordicom 2013

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 medieägande 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 mediekunnighet 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

Nordicom-Sveriges

Medie barometer 2012

i samverkan med

Dagens Nyheter

Göteborgs-Posten

.SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur)

Sveriges Radio

Sveriges Television

Utbildningsradion

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, 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 medier. 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 mediesystem.

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 2012

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, bok och bio. De personer som 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* även redovisa en veckoräckvidd.

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 femton år tillbaka ställs också frågor om när på dagen man tar del av olika medier.

Med dagens komplexa medielandskap och mediekultur blir det allt mer problematiskt 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 att utveckla och förfina intervjufrågorna. Varje år genomförs ett mer omfattande utvecklingsarbete. I *Mediebarometern 2009* redovisades för första gången den ’nya’ mediedagen som även inkluderar räckvidden för såväl traditionella medier på nätet som ’sociala medier’ och i *Mediebarometern 2012* har denna redovisning vidareutvecklats med nya tabeller och figurer.

Undersökningen Mediebarometern 2012

Mediebarometern 2012 har en uppläggning som gör att den blir helt jämförbar med tidigare undersökningar. 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 konsumtion (inkl innehav) av medier under föregående dag/vecka/månad/halvår/år
- den inkluderar ett antal sociala bakgrundsfrågor (demografi, familjeförhållanden, social position)
- den avser mediekonsumtion under totalt 42 slumpmässigt valda dagar över hela året (med undantag av juli), där en stratifiering har genomförts så att varje veckodag förekommer 6 gånger
- den baseras på cirka 4 500 genomförda telefonintervjuer
- den omfattar följande frågor:

Medium	Innehav	Antal	Senaste användnings-tillfälle	Kanal/ typ	Tid	Platt-form	Tid-punkt	Användnings-område	Plats
Morgontidning	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej
Kvällstidning	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej
Vecko- eller månadstidning	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej
Special- eller facktidskrift	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej
Bok	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej
Radio	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja
CD-skiva	Nej	Nej	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej
Mp3/Ipod	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej
TV	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej
Text-TV	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej
Dator-/TV-/internetspel	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej
Video/DVD/PVR/VOD	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej
Bio	Nej	Nej	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej
Reklam	Nej	Nej	Ja	Nej	Nej	Ja	Nej	Nej	Nej
Persondator	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej
Internet	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Sociala medier	Ja	Nej	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej	Ja	Ja
Mobiltelefon	Ja	Nej	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	Ja	Nej
Övrig medieteknologi	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej

Det är också viktigt att i en tid då mediesystemet genomgår drastiska förändringar påminna om att skillnader mellan enskilda år alltid skall tolkas med stor försiktighet, det är de långsiktiga tidsserierna som står i centrum och skall bedömas. De senaste årens teknologiutveckling med ökad mobilitet har dessutom tvingat fram vissa omarbetningar av de ställda frågorna, vilket i en del fall kan få till följd att fullödig jämförelse mellan åren bakåt inte alltid kan erhållas. I analysen uppmärksammas sådana förhållanden och de innefattas i tolkningen av resultaten. Under den senaste tioårsperioden har även antalet intervjuade fördubblats i syfte att ytterligare säkerställa *Mediebarometerns* resultat.

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.
- Ansvaret 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.

Intressenter i 2012 års Mediebarometer är Dagens Nyheter, Göteborgs-Posten, .SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur), Sveriges Radio, Sveriges Television och Utbildningsradion. Bidragsgivare är bl a Carat Sverige, Svenska Dagbladet, Svenska Förläggareföreningen och Sveriges Tidskrifter.

Pilen AB har haft uppdraget att genomföra fältarbetet för *Mediebarometern 2012*. Materialet har bearbetats av Karin Hellingwerf och Ulrika Facht.

Avslutningsvis riktas ett stort tack till samtliga intressenter, bidragsgivare och Kulturdepartementet som gjort det ekonomiskt möjligt att genomföra *Mediebarometern 2012.*

Göteborg i maj 2013

Ulla Carlsson

Innehåll

Den samlade medieanvändningen 2012
Mediedagen 2012 (procent) 10
Mediedagen 1979-2012 (procent) 14
Dagliga medier och tidpunkter för användning 2012 (procent) 16
Internet och tidpunkter för användning 2012 (procent) 19
Mediedagen 2012 (minuter) 20
Mediedagen 1979-2012 (minuter) 21
Mediedagen 1985-2012: Bruttotid (procent) 22
Mediedagen 2012: Bruttotid (minuter) 23
Mediedagen 2012: Befolkningens medietid (minuter) 24
Mediedagen 2012: Män och kvinnor (procent) 25
Mediedagen 2012: Barn och ungdom (procent) 26
Mediedagen 2012: Vuxna (procent) 27
Mediedagen 2012: Medier och kanaler (procent) 28
Medieveckan 2012 (procent) 29
Medieveckan 1991-2012 (procent) 30

Användning av enskilda medier 2012
Radio 32
CD-skiva och mp3 40
CD-skiva 42
Mp3 46

Television 50
Text-TV 62
Video/DVD 66
Bio 70

Dagspress 72
Morgontidning 76
Kvällstidning 82
Tidskrift 88
Vecko-/månadstidning 90
Special-/facktidskrift 96
Annonsblad-/direktreklam 101
Reklam 102
Bok 104

Dator-/TV-/internetspel 114
Internet 116
Mobiltelefon 124

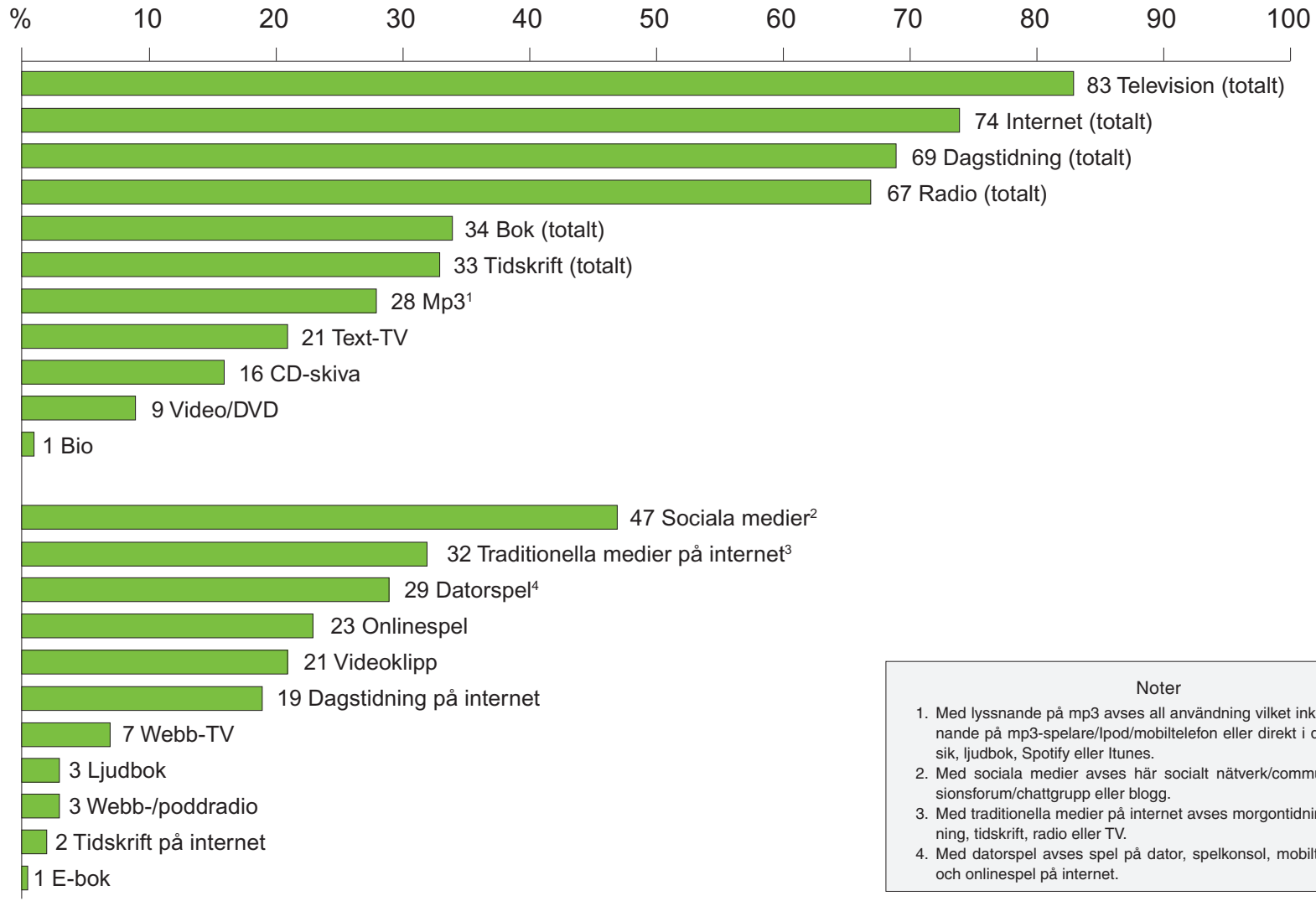
Tillgång till olika medier 2012 127

Fakta om undersökningen Mediebarometern 2012 131

Samlad medieanvändning

Mediedagen 2012

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 2012 (%)

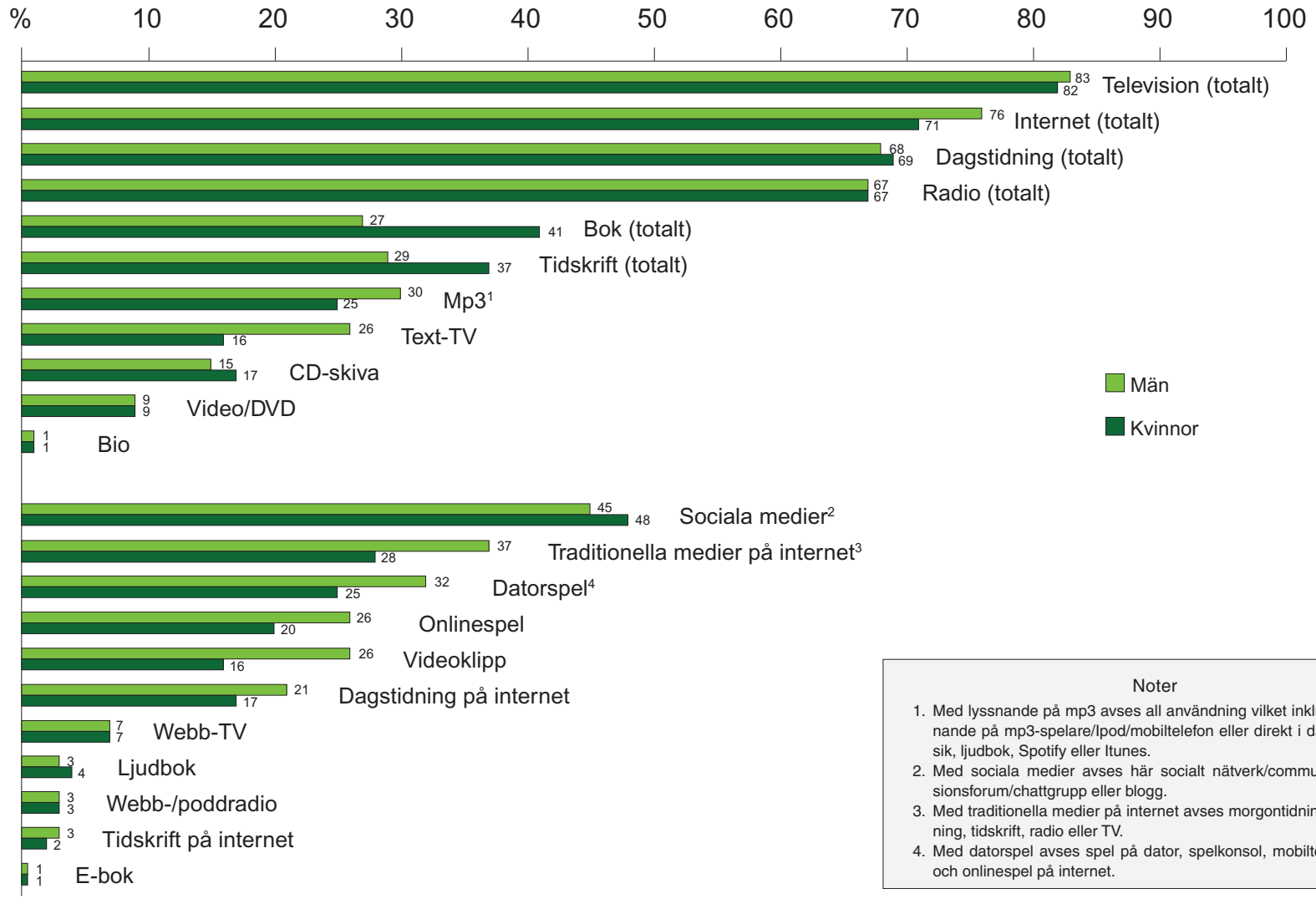


Noter

1. Med lyssnande på mp3 avses all användning vilket inkluderar lyssnande på mp3-spelare/Ipod/mobiltelefon eller direkt i dator på musik, ljudbok, Spotify eller Itunes.
2. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.
3. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, tidskrift, radio eller TV.
4. Med datorspel avses spel på dator, spelkonsol, mobiltelefon, Ipod och onlinespel på internet.

Mediedagen 2012

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 2012 (%)



Noter

1. Med lyssnande på mp3 avses all användning vilket inkluderar lyssnande på mp3-spelare/Ipod/mobiltelefon eller direkt i dator på musik, ljudbok, Spotify eller Itunes.
2. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.
3. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, tidskrift, radio eller TV.
4. Med datorspel avses spel på dator, spelkonsol, mobiltelefon, Ipod och onlinespel på internet.

Mediedagen 2012

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 2012 (%)

		Kön		*Ålder*					*Utbildning*		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Television (totalt)	83	83	82	88	75	77	84	89	86	82	80
Internet (totalt)	74	76	71	71	91	88	75	48	45	77	81
Dagstidning (totalt)	69	68	69	29	47	67	79	88	79	70	77
Radio (totalt)	67	67	67	41	47	68	75	78	73	71	71
Bok (totalt)	34	27	41	58	34	30	30	36	20	27	40
Tidskrift (totalt)	33	29	37	19	18	32	36	45	39	29	39
Mp3[1]	28	30	25	50	65	34	15	7	9	27	25
Text-TV	21	26	16	11	8	21	25	28	26	23	22
CD-skiva	16	15	17	14	9	16	20	16	16	16	18
Video/DVD	9	9	9	10	11	14	7	6	6	9	10
Bio	1	1	1	1	2	1	1	0	0	1	1
Sociala medier[2]	47	45	48	54	84	64	35	18	20	48	49
Traditionella medier på internet[3]	32	37	28	14	38	48	32	20	19	35	40
Datorspel[4] (totalt)	29	32	25	69	54	33	14	10	13	27	21
Onlinespel	23	26	20	55	45	26	12	7	9	22	17
Videoklipp	21	26	16	42	53	25	10	4	6	19	18
Dagstidning på internet	19	21	17	6	22	30	20	11	9	22	24
Webb-TV	7	7	7	8	13	10	5	5	4	7	9
Ljudbok	3	3	4	3	3	4	3	3	1	3	4
Webb-/poddradio	3	3	3	1	4	5	3	1	2	3	4
Tidskrift på internet	2	3	2	2	3	3	3	0	1	2	3
E-bok	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1

1. Med lyssnande på mp3 avses all användning vilket inkluderar lyssnande på mp3-spelare/Ipod/mobiltelefon eller direkt i dator på musik, ljudbok, Spotify eller Itunes.
2. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.
3. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, tidskrift, radio eller TV.
4. Med datorspel avses spel på dator, spelkonsol, mobiltelefon, Ipod och onlinespel på internet.

Mediedagen 1979-2012

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 1979-2012 (%)

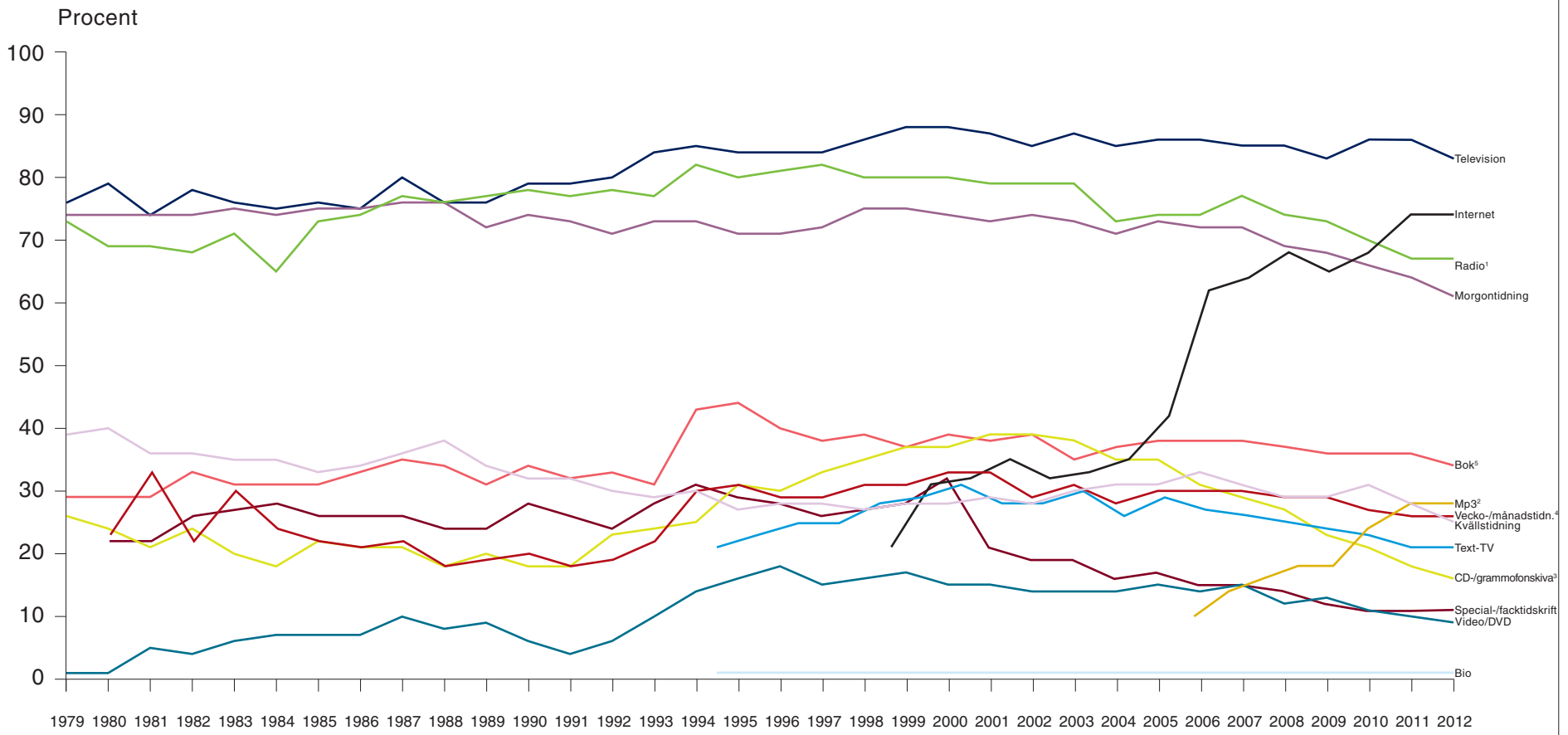
	1979	1981	1983	1985	1987	1989	1991	1993	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2010	2011	2012
Radio	73	69	71	73	77	77	77	77	80	82	80	79	79	74	77	73	70	67	67
Fonogram	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	43	41	36	40	42	40
Kassettband	30	34	38	38	39	35	37	32	25	19	14	9	5	4	3	..	..	..	..
CD-/grammofonskiva[1]	26	21	20	22	21	20	18	24	31	33	37	39	38	35	29	23	21	18	16
Mp3[2]	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	10	16	18	24	28	28
TV	76	74	76	76	80	76	79	84	84	84	88	87	87	86	85	83	86	85	83
Text-TV	..	..	..	..	..	..	..	..	23	25	29	28	30	29	26	24	23	21	21
Video/DVD	1	5	6	7	10	9	4	10	16	15	17	15	14	15	15	13	11	10	9
Internet	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	31	35	33	42	64	65	68	74	74
Sociala medier[3]	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	26	35	42	47
Traditionella medier på internet[4]	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	25	28	31	32
Dagstidning	..	..	..	..	..	..	..	..	80	81	82	81	81	81	80	77	75	73	69
Morgontidning	74	74	75	75	76	72	73	73	71	72	75	73	73	73	72	68	66	64	61
Kvällstidning	39	36	35	33	36	34	32	29	27	28	28	29	30	31	31	29	31	28	25
Tidskrift	..	..	..	..	..	..	..	..	49	47	49	47	43	41	40	36	34	34	33
Vecko-/månadstidning[5]	..	33	30	22	22	19	18	22	31	29	31	33	31	30	30	29	27	26	26
Special-/facktidskrift[5]	..	22	27	26	26	24	26	28	29	26	28	21	19	17	15	12	11	11	11
Bok[6]	29	29	31	31	35	31	32	31	44	38	37	38	35	38	38	36	36	36	34
Skönlitteratur/barn- och ungdomslitteratur	..	..	..	..	..	..	..	..	..	24	24	29	27	29	29	27	26	26	26
Facklitteratur/kurs- och läroböcker	..	..	..	..	..	..	..	..	..	16	14	11	7	10	8	8	7	7	7
Annan bok	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	2	3	4	5	6	6	5
Bio	..	..	..	..	..	..	..	..	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

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

1. Fram till och med 1993 gällde frågan lyssnande på enbart grammofonskivor, därefter har frågan gällt både grammofonskivor och CD-skivor.
2. Med lyssnande på mp3 avses all användning vilket inkluderar lyssnande på mp3-spelare/Ipod/mobiltelefon eller direkt i dator på musik, ljudbok, Spotify eller Itunes.
3. Med sociala medier avses här socialt närverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.
4. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, tidskrift, radio eller TV.
5. Fram till och med 1993 gällde frågan veckotidningar, från och med 1994 har med tanke på tidskriftsmarknadens förändring även månadstidningar explicit angivits i frågan.
6. Fram till och med 1993 gällde frågan bokläsning i allmänhet, från och med 1994 har det i frågan angivits att även skolböcker och facklitteratur ingår.

Mediedagen 1979-2012

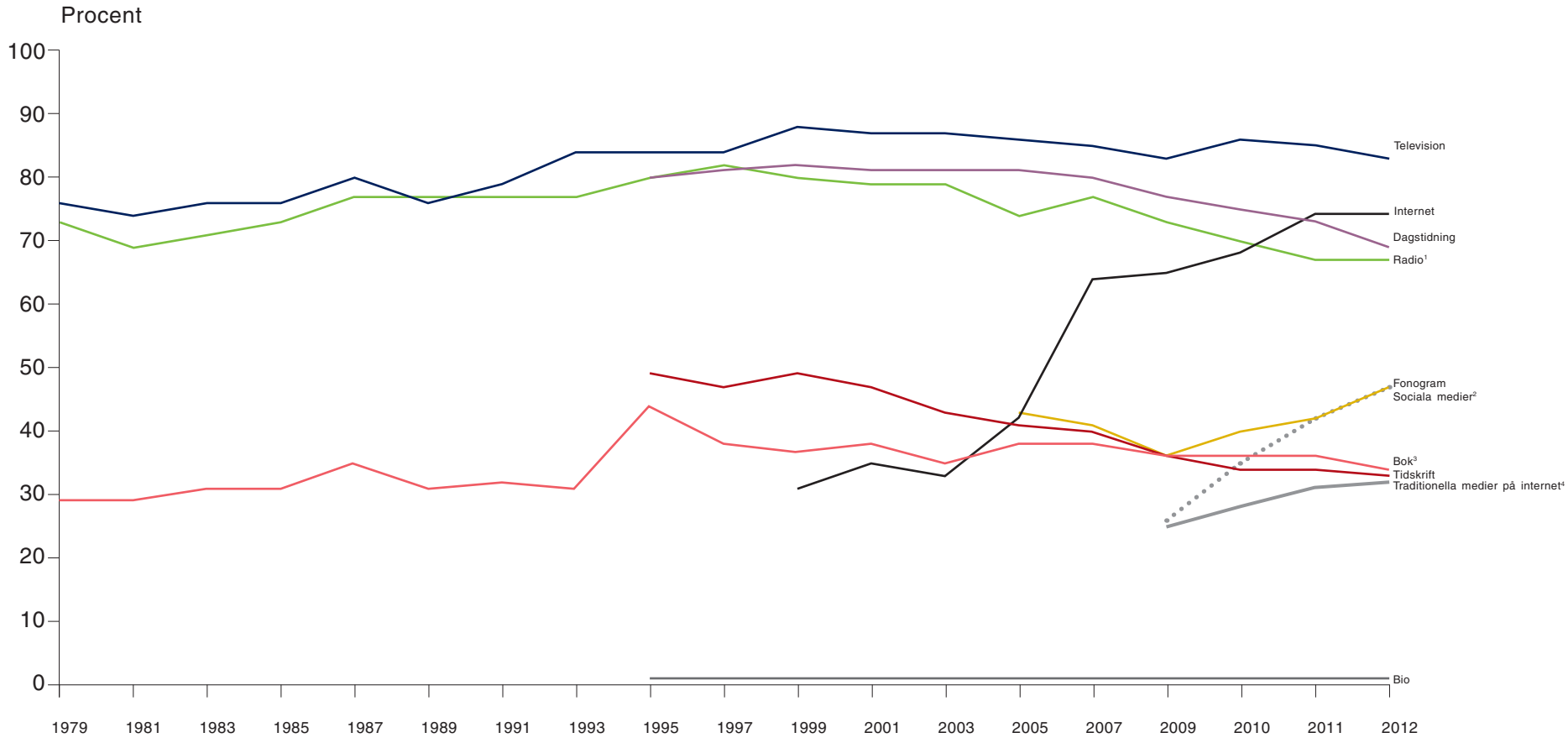
Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 1979-2012 (%)



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. Med lyssnande på mp3 avses all användning vilket inkluderar lyssnande på mp3-spelare/Ipod/mobiltelefon eller direkt i dator på musik, ljudbok, Spotify eller Itunes.
3. Fram till och med 1993 gällde frågan lyssnande på enbart grammofonskivor, därefter har frågan gällt både grammofonskivor och CD-skivor.
4. Fram till och med 1993 gällde frågan veckotidningar, från och med 1994 har med tanke på tidskriftsmarknadens förändring även månadstidningar explicit angivits i frågan.
5. Fram till och med 1993 gällde frågan bokläsning i allmänhet, från och med 1994 har det i frågan angivits att även skolböcker och facklitteratur ingår.

Mediedagen 1979-2012

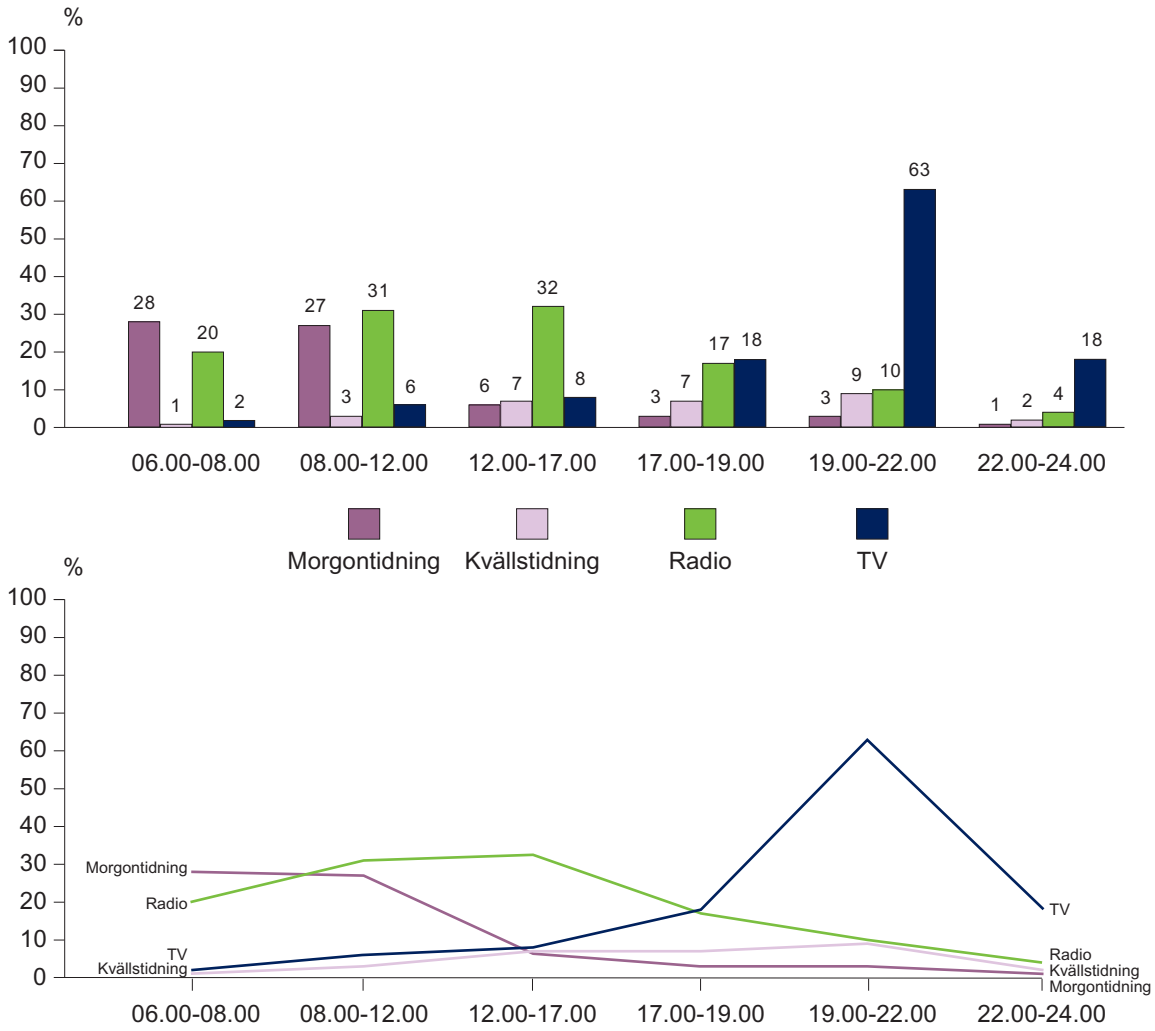
Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 1979-2012 (%)



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. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.
3. Fram till och med 1993 gällde frågan bokläsning i allmänhet, från och med 1994 har det i frågan angivits att även skolböcker och facklitteratur ingår.
4. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, tidskrift, radio eller TV.

Dagliga medier och tidpunkter för användning 2012

Användning av medier i hela befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2012 (%)



Tidpunkter för användning

Närmare 30 procent av befolkningen har läst i en morgontidning före kl 8 och 20 procent har lyssnat på radio. Internetanvändningen är relativt låg under morgontimmarna i alla grupper (se sid 19).

Mellan kl 19 och 22 är televisionen som väntat det helt dominerande mediet då 63 procent har tittat 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 använder medier i större utsträckning än ungdomar och medelålders under flertalet tidsintervall under dagen. Förmiddagens radiolyssnande och den sena eftermiddagens TV-tittande är det som framför allt skiljer ut pensionärsgruppen. Ungdomsgruppen utmärks av en mindre omfattande medieanvändning på morgonen och förmiddagen. Fördelningen av användningen av olika medier över dagen är dock densamma i alla åldrar.

Sedan 2005 kan ett minskat TV-tittande bland ungdomar noteras mellan kl 17 och 22. Samtidigt kan konstateras att ungdomars internetanvändning är som mest intensiv under samma tidsintervall. I denna grupp är det vanligare att använda internet än att titta på TV. Mellan kl 19 och 22 använder 54 procent av ungdomarna internet (se sid 19).

Redovisningen innefattar lyssnande, tittande och läsning oavsett apparat/kanal/plattform.

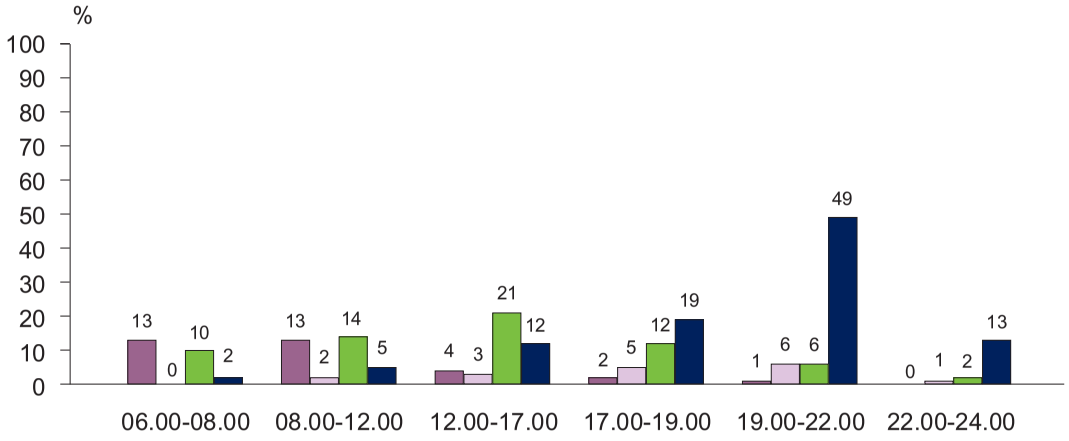
Anmärkning

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

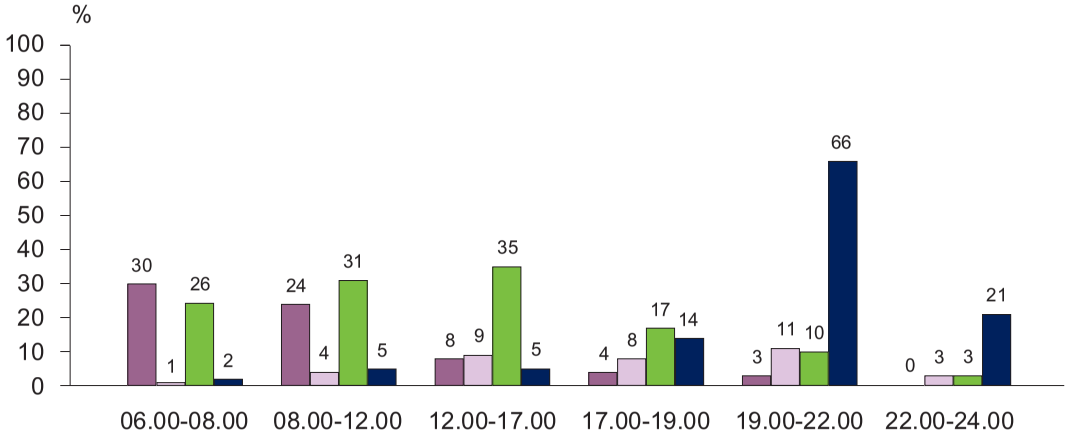
Kurvdiagrammet bygger på samma uppgifter som stapeldiagrammet och illustrerar därmed andelen lyssnare i på förhand uppgivna intervall.

Dagliga medier och tidpunkter för användning 2012

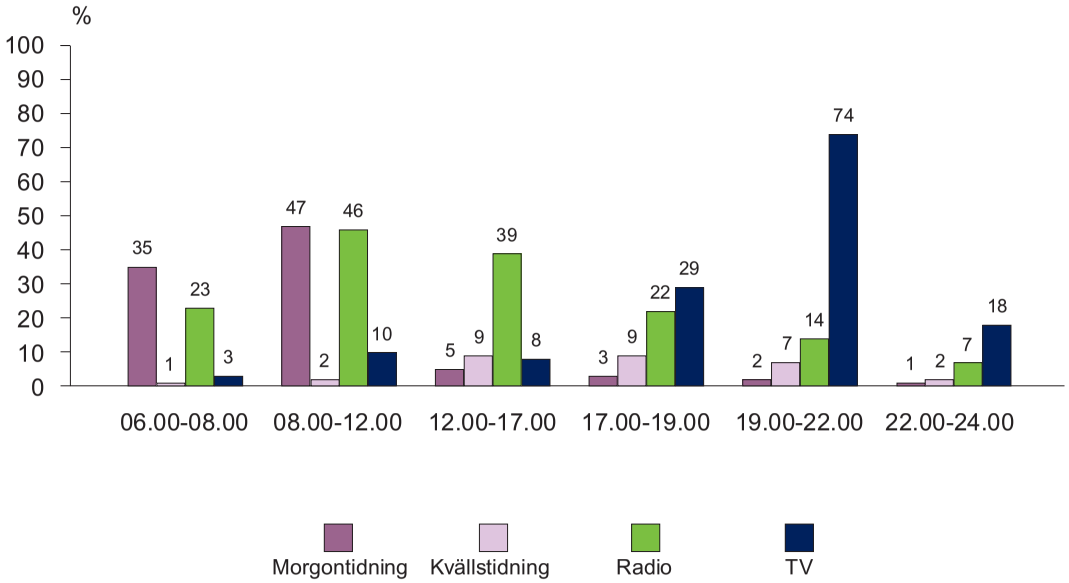
Användning av medier *bland ungdomar*, 9-24 år, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2012 (%)



Användning av medier *bland medelålders*, 35-54 år, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2012 (%)

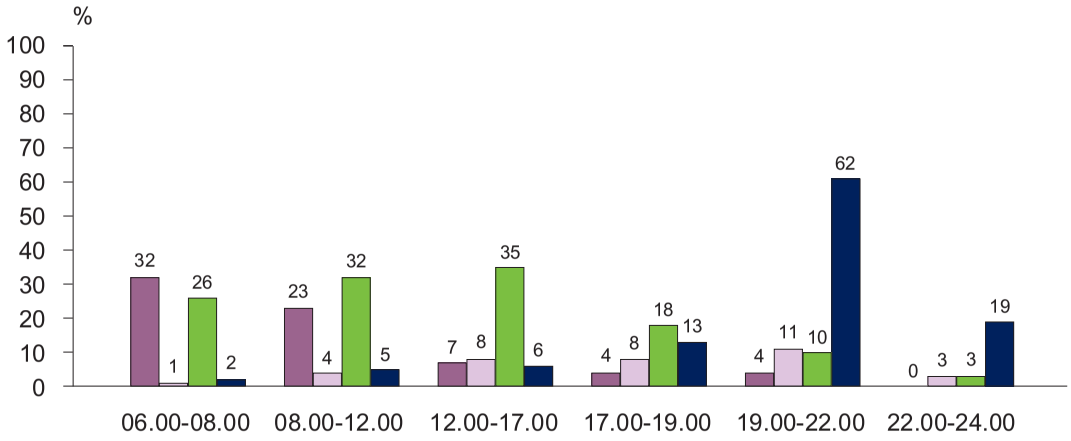


Användning av medier *bland äldre*, 65-79 år, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2012 (%)

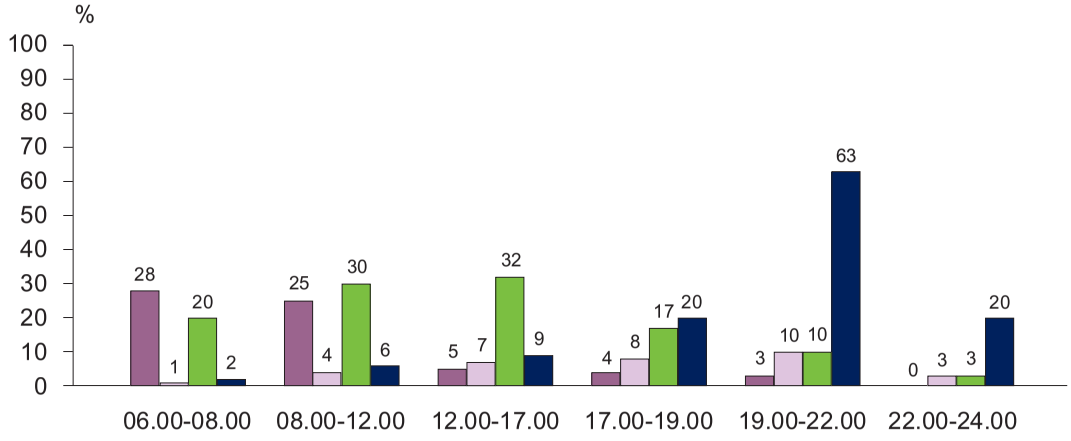


Dagliga medier och tidpunkter för användning 2012

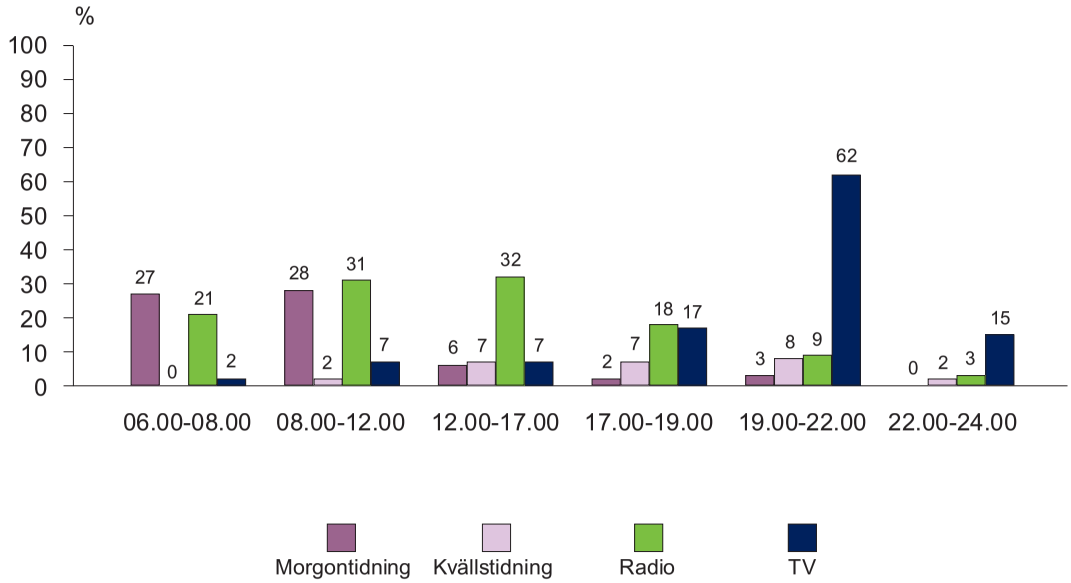
Användning av medier *bland förvärvsarbetande*, 16-79 år, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2012 (%)



Användning av medier *bland män*, 9-79 år, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2012 (%)

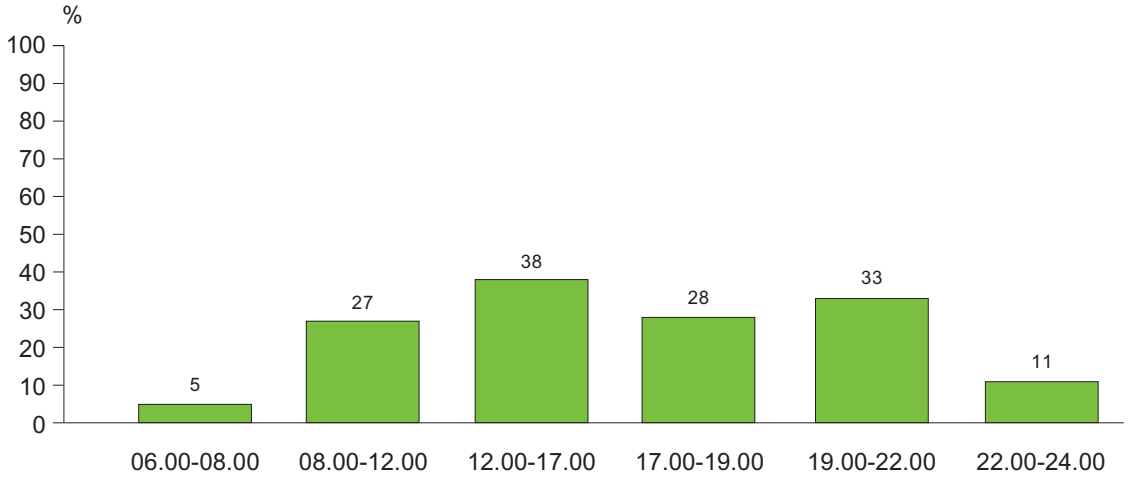


Användning av medier *bland kvinnor*, 9-79 år, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2012 (%)



Internet och tidpunkter för användning 2012

Användning av internet i hela befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2012 (%)



Tidpunkter för internet

Användningen av internet sker under hela dagen och är högst mellan kl 12 och 17. Nästan fyra av tio i befolkningen använder internet vid denna tid en genomsnittlig dag. Andelen användare är högst i åldersgruppen 15 till 44 år – kring 50 procent. Bland högutbildade är andelen användare 45 procent och motsvarande siffra för lågutbildade är 20 procent. Männen ägnar sig i högre grad åt internetanvändning än kvinnor oavsett tid på dagen.

Under kvällen är internetanvändningen högst bland ungdomar 15 till 24 år. I denna grupp är det vanligare att använda internet än att titta på TV. Mellan kl 19 och 22 använder 54 procent av ungdomarna internet.

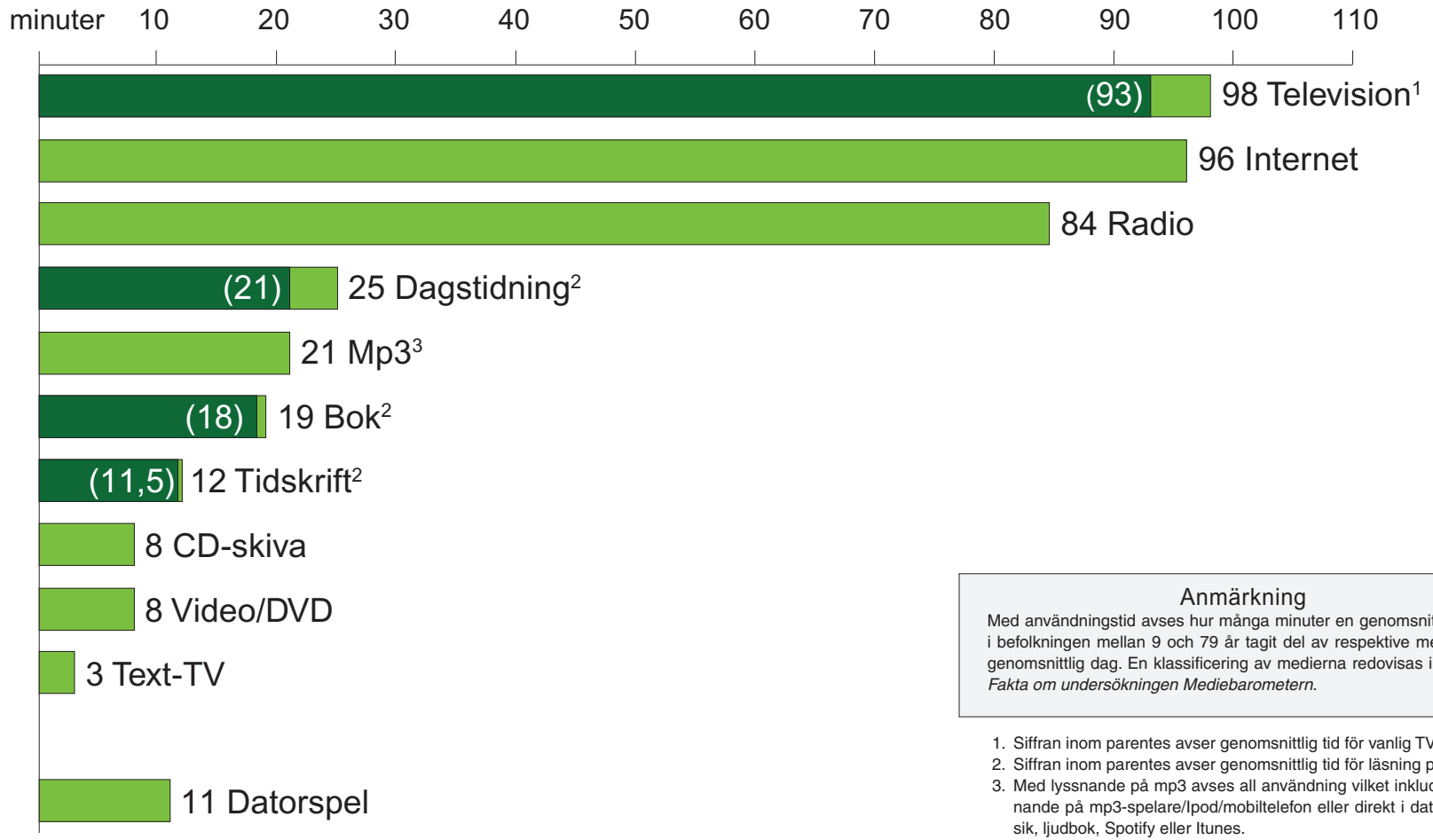
När det gäller internetanvändningen är det viktigt att ha i minnet att internet är en arena för kommunikation, information, kunskap, konsumtion, underhållning, opinionsbildning etc. Endast en del av användningen är medierelaterad. Det är mot den bakgrunden den höga andelen användare mitt på dagen bör ses.

Användning av internet i hela befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2012 (%)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
06.00-08.00	5	6	5	1	4	9	7	2	3	7	6
08.00-12.00	27	28	26	14	32	38	31	14	12	28	35
12.00-17.00	38	39	37	35	50	49	39	21	20	37	45
17.00-19.00	28	30	26	30	45	33	26	15	16	30	28
19.00-22.00	33	37	29	28	54	46	31	12	16	35	36
22.00-24.00	11	13	9	7	23	15	8	4	4	12	12

Mediedagen 2012

Användningstid för medier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (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.*

1. Siffran inom parentes avser genomsnittlig tid för vanlig TV.
2. Siffran inom parentes avser genomsnittlig tid för läsning på papper.
3. Med lyssnande på mp3 avses all användning vilket inkluderar lyssnande på mp3-spelare/Ipod/mobiltelefon eller direkt i dator på musik, ljudbok, Spotify eller Itunes.

Mediedagen 1979-2012

Användningstid för medier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2012 (minuter)

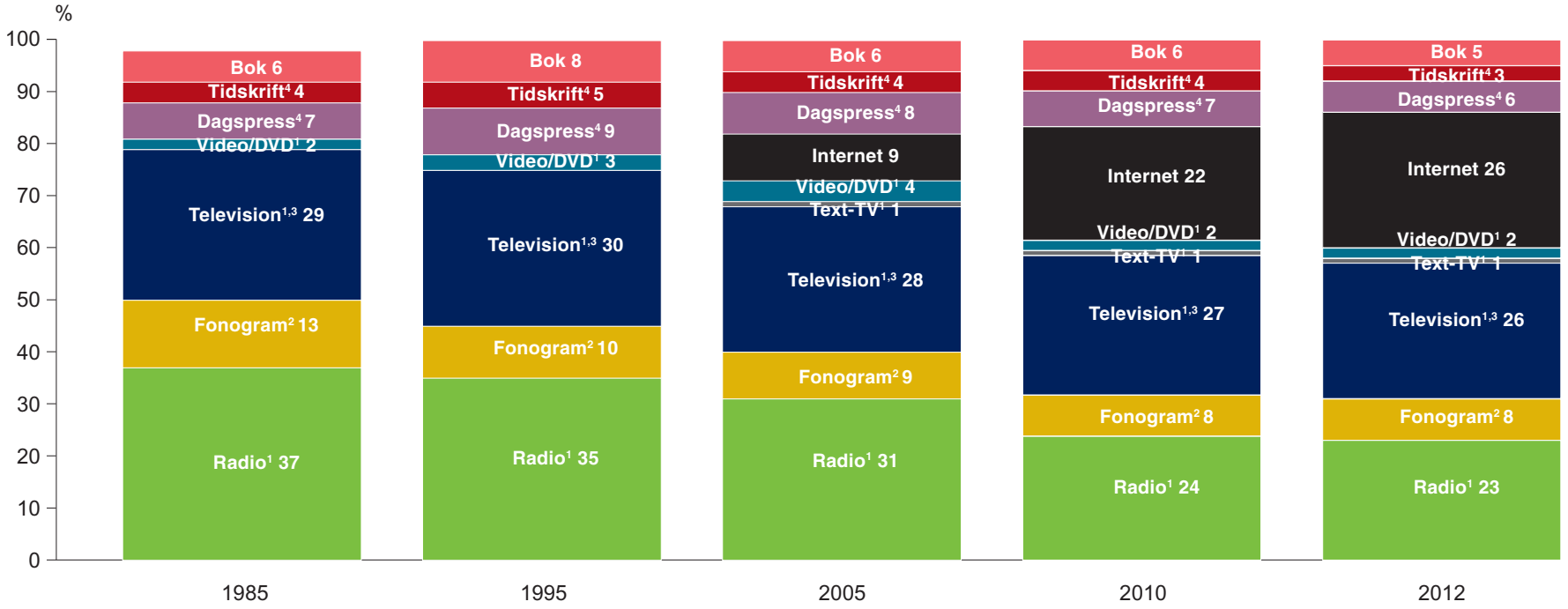
	1979	1981	1983	1985	1987	1989	1991	1993	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2010	2011	2012
Radio[1,2]	121	111	124	131	129	134	112	111	114	132	133	127	117	105	100	91	86	81	84
Kassettband	21	25	27	28	27	25	23	16	12	9	7	4	2	2	1	..	..	..	..
CD-/grammofonskiva	16	15	14	17	16	13	20	19	20	22	23	26	25	20	17	13	11	9	8
Mp3[3]	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	7	11	12	17	22	21
Television[1,4]	109	95	104	105	120	104	113	104	98	94	98	102	106	96	99	96	98	95	93
Text-TV	..	..	..	..	..	..	..	..	..	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
Video/DVD[1]	0	4	4	6	9	8	4	7	10	10	11	10	11	12	12	11	8	8	8
Internet	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	19	23	23	32	61	68	81	95	96
Morgontidning[5]	24	24	24	23	24	22	22	21	22	21	21	21	22	21	21	20	20	18	18
Kvällstidning[5]	12	11	10	11	10	9	9	8	7	8	7	8	8	8	7	5	5	4	3
Vecko-/månadstidning[5]	..	9	10	8	8	7	6	5	10	9	10	12	10	10	10	10	11	9	9
Special-/facktidskrift[5]	..	7	8	8	8	6	7	8	8	8	8	5	5	4	4	3	2	3	3
Bok	18	19	20	21	23	19	17	18	28	23	20	23	19	21	19	21	20	20	19
Totalt	321	320	345	361	374	347	333	317	329	339	360	364	351	341	365	352	361	367	365

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

1. Vid jämförelser över tid bör noteras att beräkningen av tittar- och lyssnartiden före 1993 byggde på frågor där svarspersonerna fick ange mellan vilka tidpunkter de tittat på TV, video eller lyssnat på radio, därefter har svarspersonerna själva fått uppskatta sin användningstid.
2. För att bättre kunna uppskatta andelen som lyssnar på radio under lång tid har radiofrågan utökats med ett alternativ fr o m 1996.
3. Med lyssnande på mp3 avses all användning vilket inkluderar lyssnande på mp3-spelare/Ipod/mobiltelefon eller direkt i dator på musik, ljudbok, Spotify eller Itunes.
4. Fram till och med 2009 ingick även tittande på internet i den genomsnittliga tiden, från och med 2009 avses genomsnittlig tid för vanlig TV.
5. Fram till och med 2008 ingick även läsning på internet i den genomsnittliga tiden, från och med 2009 avses genomsnittlig tid för papperstidningen.

Mediedagen 1985-2012

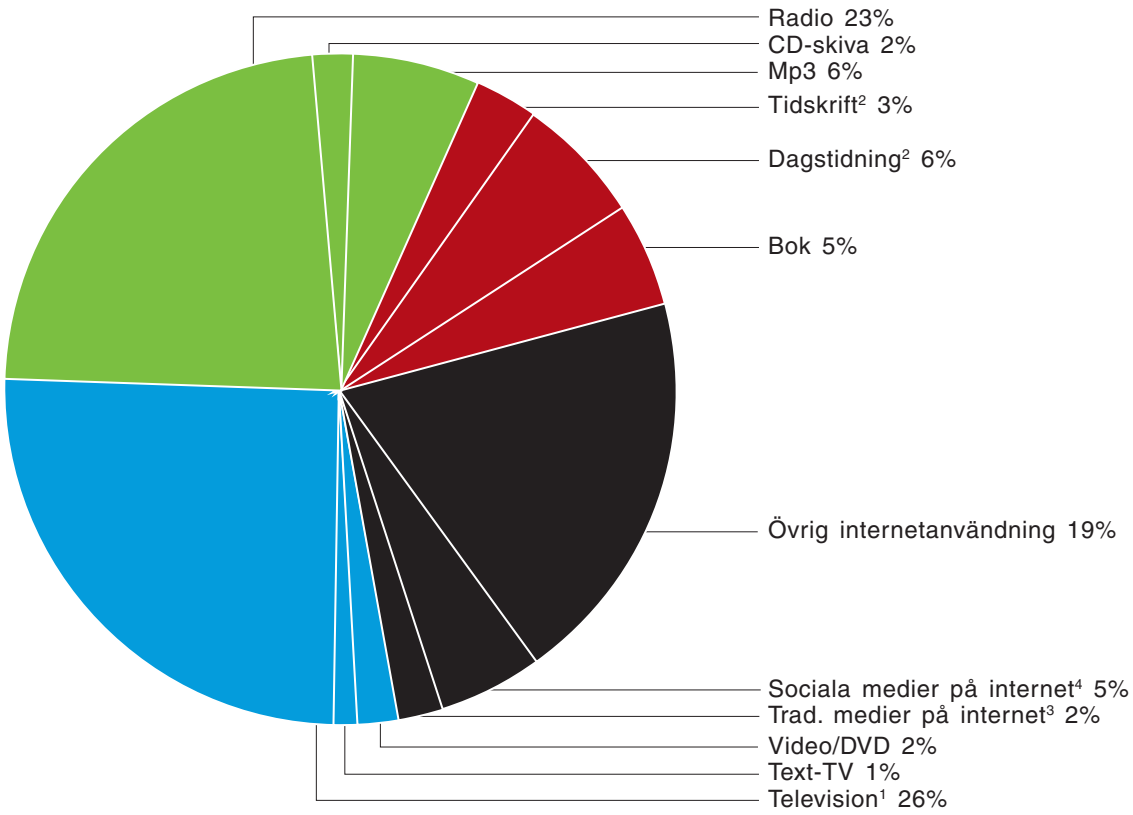
Den bruttotid som befolkningen 9-79 år ägnar åt medier fördelad på olika medier 1985, 1995, 2005, 2010 och 2012 (%)



1. Vid jämförelser över tid bör noteras att beräkningen av tittar- och lyssnartiden före 1993 byggde på frågor där svarspersonerna fick ange mellan vilka tidpunkter de tittat på TV, video eller lyssnat på radio, därefter har svarsperonerna själva fått uppskatta sin användningstid.
2. Med fonogram avses lyssnande på CD-skiva/grammofonskiva, kassettband eller mp3.
3. Fram till och med 2009 ingick även tittande på internet i den genomsnittliga tiden, från och med 2009 avses genomsnittlig tid för vanlig TV.
4. Fram till och med 2008 ingick även läsning på internet i den genomsnittliga tiden, från och med 2009 avses genomsnittlig tid för papperstidningen.

Mediedagen 2012: Brutto 6 timmar och 5 minuter

Den bruttotid som befolkningen 9-79 år ägnar åt medier fördelad på olika medier 2012 (%)



365 minuter

Bruttotiden för svenskarnas medieanvändning är drygt 6 timmar. Med bruttotid menas summan av den självuppskattade tiden för användning av enskilda medier och måttet tar inte hänsyn till att man kan använda olika medier samtidigt, t ex lyssna på musik medan man läser en tidning eller använder internet. Svenskarnas bruttotid för medieanvändning har varit förhållandevis stabil under det senaste decenniet.

TV och internet dominerar den tid som ägnas medier med vardera 26 procent av bruttotiden. När det gäller tiden som läggs på internet är det viktigt att framhålla att endast en del av internetanvändningen är medierelaterad. Tiden för enbart traditionella medier online utgör endast 2 procent av bruttotiden medan motsvarande siffra för sociala medier är fem procent – 19 procent av medietiden är således övrig internetanvändning.

Ljudmedierna utgör närmare en tredjedel och de tryckta medierna upptar en sjättedel av medietiden. Böcker och morgontidningar är de tryckta medier som läses längst tid.

Redovisningen innefattar lyssnande, tittande och läsning oavsett apparat/kanal/plattform.

Anmärkning

Den totala tid som allmänheten ägnar åt medier 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.

Noter

1. Avser genomsnittlig tid för vanlig TV.
2. Avser genomsnittlig tid för papperstidningen.
3. Avser genomsnittlig tid för morgontidning, kvällstidning, tidskrift, eller TV på internet.
4. Avser genomsnittlig tid för socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.

Mediedagen 2012: Befolkningens medietid

Användningstid för olika medier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (minuter)

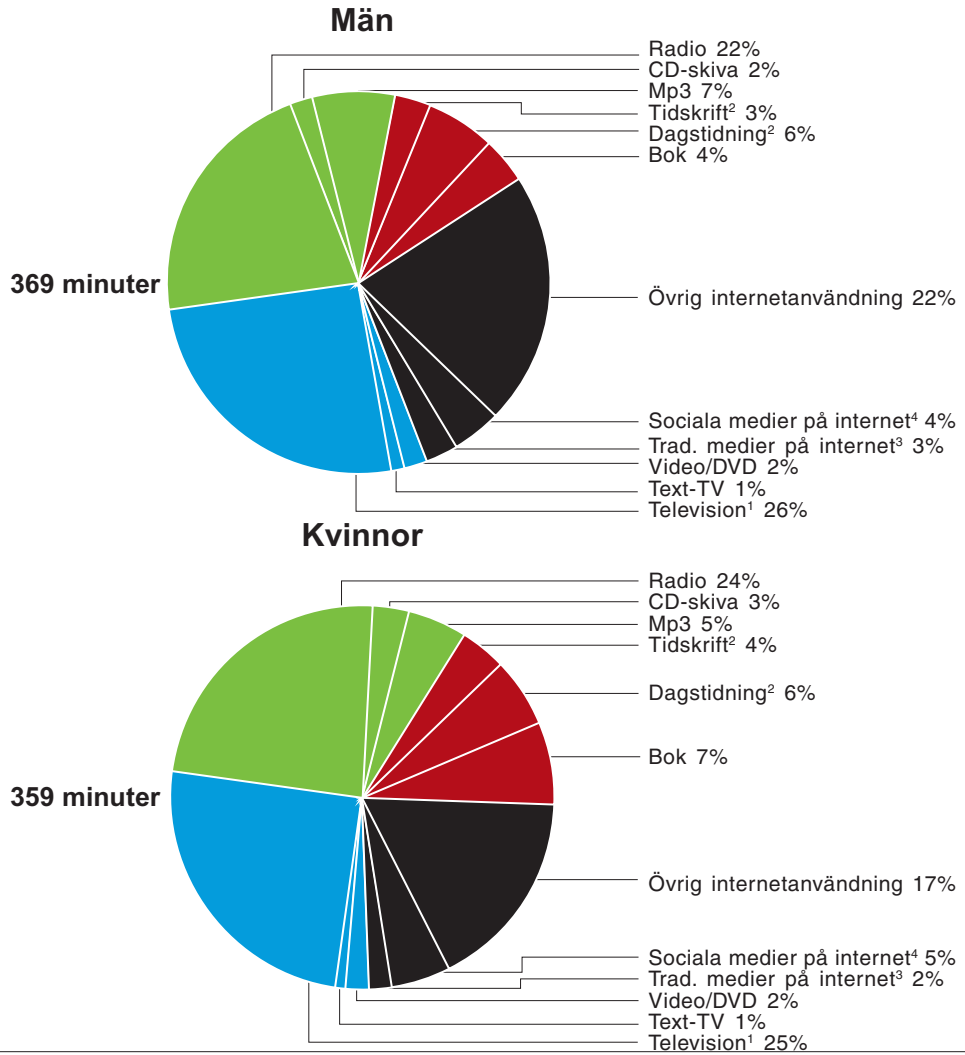
		Kön		*Ålder*					*Utbildning*		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Radio	84	80	87	16	53	78	94	122	123	101	80
CD-skiva	8	7	9	5	4	8	10	8	8	8	9
Mp3	21	24	18	25	59	26	10	5	7	22	18
Television[1]	93	95	90	66	70	81	95	126	128	99	82
Text-TV	3	3	2	1	1	2	3	5	4	3	3
Video/DVD	8	8	8	7	11	12	6	5	6	9	8
Internet	96	107	86	73	182	129	84	35	42	101	105
Sociala medier[2]	*17*	*16*	*18*	*15*	*44*	*24*	*12*	*2*	*4*	*21*	*16*
Traditionella medier[3] (internet)	*9*	*11*	*8*	*4*	*15*	*14*	*8*	*6*	*6*	*10*	*11*
Dagstidning[4]	21	21	22	4	6	12	24	43	33	20	25
Tidskrift[4]	12	10	13	4	5	9	13	21	17	10	14
Bok	19	14	24	21	22	16	16	23	12	16	22
Totalt	365	369	359	222	413	373	355	393	380	389	366

Anm: Tabellen ovan visar hur mycket tid befolkningen mellan 9 och 79 år avsätter för medier en genomsnittlig dag, vilket betyder att även de som inte använder ett medium är inräknade. De som inte tittat på TV räknas följaktligen i tabellen ovan som om de har tittat på TV *noll* minuter. De som inte har tittat på TV drar alltså ner den genomsnittliga tittartiden i jämförelse med tittartiden bland tittarna.

1. Avser genomsnittlig tid för vanlig TV.
2. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.
3. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, tidskrift, eller TV.
4. Avser genomsnittlig tid för papperstidningen.

Mediedagen 2012: Män och kvinnor

Den bruttotid som män/kvinnor 9-79 år ägnar åt medier fördelad på olika medier 2012 (%)



Män och kvinnor

Män ägnar mer tid åt medier än kvinnor. Skillnaden i bruttotid mellan män och kvinnor beror bl a på internetanvändningen – män använder internet 107 minuter en genomsnittlig dag vilket är 29 procent av deras samlade bruttotid medan kvinnornas internettid uppgår till 86 minuter, som motsvaras av 24 procent av deras bruttotid. Män och kvinnor lägger lika stor andel av sin medietid på traditionella och sociala medier på internet (2 respektive 5 procent). Män lägger något mer tid på övrig internetanvändning än kvinnor. Men kvinnor ägnar mer tid åt tryckta medier än män. Särskilt böcker har en högre andel av medietiden hos kvinnor, 7 procent av bruttotiden (24 min), än bland männen, där andelen av bruttotiden är 4 procent (14 min).

Anmärkning

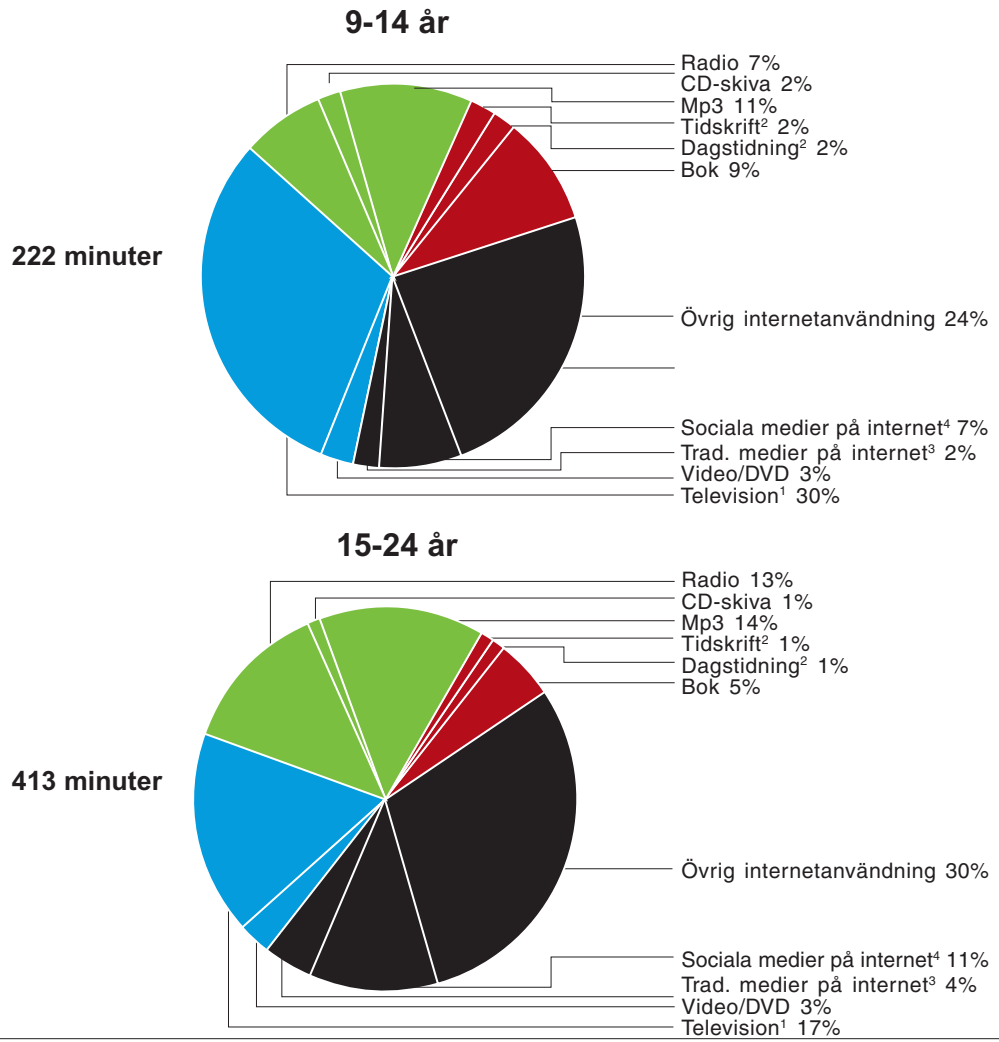
Den totala tid som allmänheten ägnar åt medier är en summering av den tid som avsättes för varje medium. Den totala tiden tar följaktligen inte hänsyn till att två medier kan ha använts samtidigt.

Noter

1. Avser genomsnittlig tid för vanlig TV.
2. Avser genomsnittlig tid för papperstidningen.
3. Avser genomsnittlig tid för morgontidning, kvällstidning, tidskrift, eller TV på internet.
4. Avser genomsnittlig tid för socialt nätverk/community/diskussionforum/chattgrupp eller blogg.

Mediedagen 2012: Barn och ungdom

Den bruttotid som barn/ungdom ägnar åt medier fördelad på olika medier 2012 (%)



Bruttotid och ålder

Den samlade bruttotiden för medier ökar i huvudsak med ålder. Bruttotiden har legat relativt stabil under senare år. För 15 till 24-åringarna uppgår den till närmare 7 timmar (413 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 något för varje år. 45 procent av deras medietid ägnas åt aktiviteter på internet, där 11 procent läggs på sociala medier, 4 procent på traditionella medier och 30 procent gäller övrig internetanvändning. Det är en ökning med fem procent på ett år. 17 procent av medietiden ägnas åt traditionellt TV-tittande.

Medier för rörliga bilder (exklusive internet) upptog länge störst andel av de yngstas medietid men under senare år kan en minskning noteras samtidigt som internettiden ökar. 2012 är det 33 procent av 9 till 14-åringars medietid som ägnas åt TV och video/dvd. Lika stor andel av medietiden, 33 procent lägger de yngsta på internet där den större andelen är övrig internetanvändning (24 procent). Sannolikt utgör huvuddelen av denna tid datorspel online. Även 65 till 79-åringarna ägnar ungefär en tredjedel av sin tid åt rörliga bildmedier (exklusive internet) men 10 procent av medietiden åt internet.

För ljudmedierna ökar användningen med ålder. Men personer mellan 65 och 79 år ägnar ljudmedier högst andel av sin tid: användning av radio, cd-skivor och mp3 utgör 34 procent av bruttotiden.

Den andel av bruttotiden som avsätts för läsning av tryckta medier är lägst, 7 procent, bland personer mellan 15 och 24 år. Bland personer över 65 år är den högst, 22 procent. Bland de yngsta läsarna rör det sig huvudsakligen om böcker, bland de äldsta om tidningar.

Noter

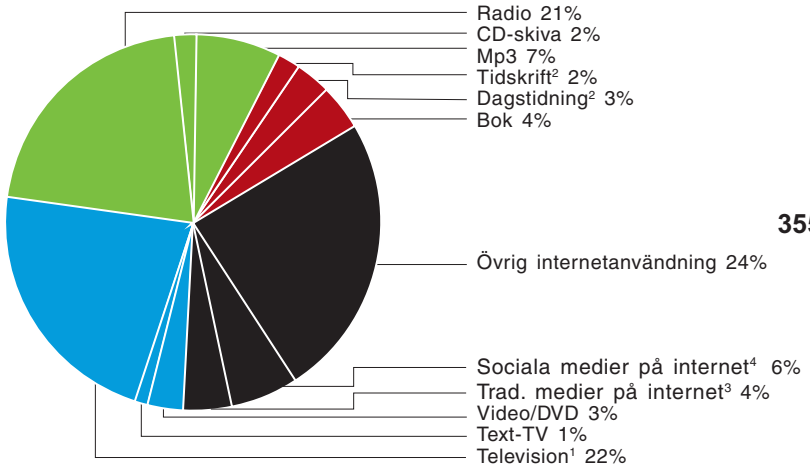
1. Avser genomsnittlig tid för vanlig TV.
2. Avser genomsnittlig tid för papperstidningen.
3. Avser genomsnittlig tid för morgontidning, kvällstidning, tidskrift, eller TV på internet.
4. Avser genomsnittlig tid för socialt nätverk/community/diskussionforum/chattgrupp eller blogg.

Mediedagen 2012: Vuxna

Den bruttotid som vuxna i olika åldrar ägnar åt medier fördelad på olika medier 2012 (%)

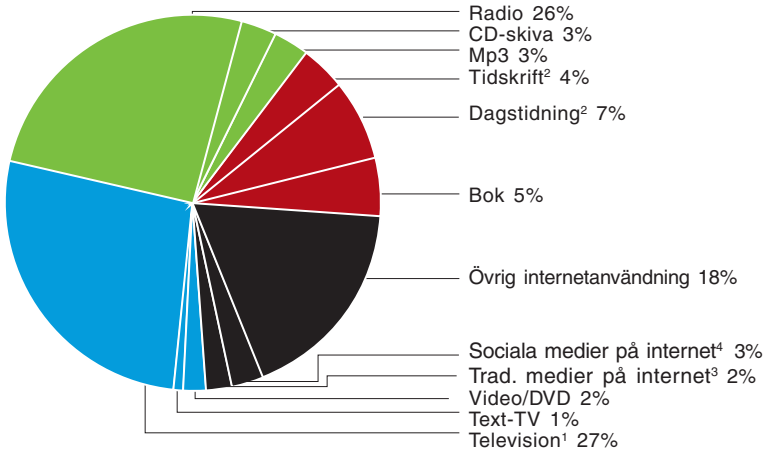
25-44 år

373 minuter



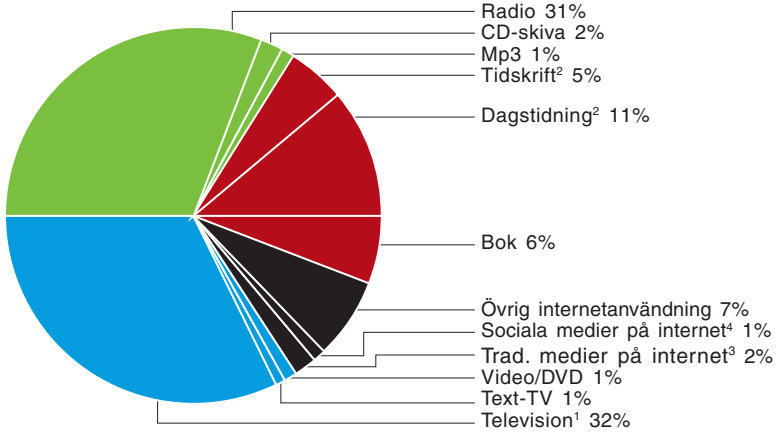
45-64 år

355 minuter



65-79 år

393 minuter



Anmärkning

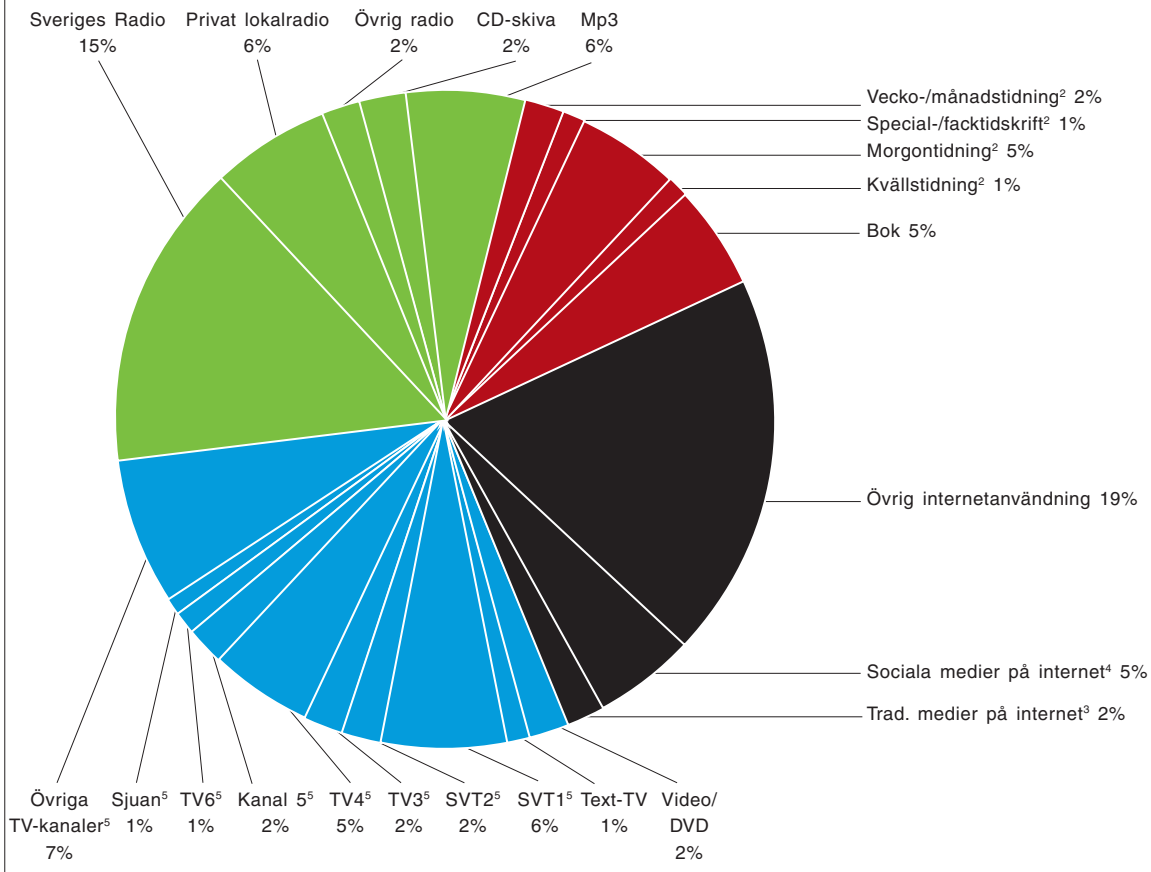
Den totala tid som allmänheten ägnar åt medier är en summering av den tid som avsättes för varje medium. Den totala tiden tar följaktligen inte hänsyn till att två medier kan ha använts samtidigt.

Noter

1. Avser genomsnittlig tid för vanlig TV.
2. Avser genomsnittlig tid för papperstidningen.
3. Avser genomsnittlig tid för morgontidning, kvällstidning, tidskrift, eller TV på internet.
4. Avser genomsnittlig tid för socialt nätverk/community/diskussion-forum/chattgrupp eller blogg.

Mediedagen 2012: Medier och kanaler

Beräknad medieanvändning i tid fördelad på olika medier och kanaler[1] i befolkningen 9-79 år 2012 (%)



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 två kvällstidningar, ett femtiotal populärtidskrifter, ett åttiotal morgontidningar och flera hundra facktidskrifter 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 100 lokala privatradiostationer.

Figuren avser att illustrera hur tiden för mediekonsumtion fördelas på allt fler kanaler.

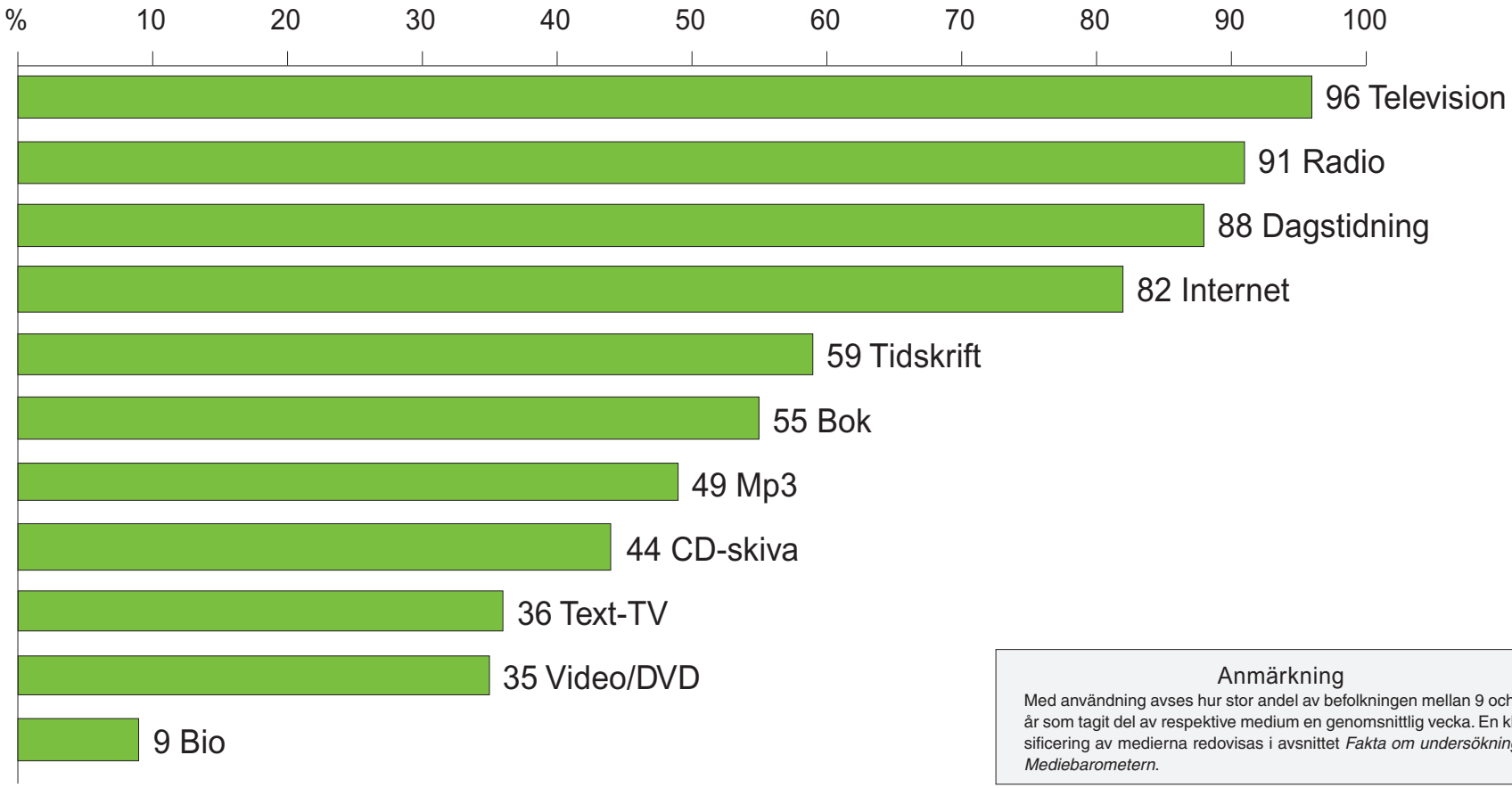
Noter

1. Figuren är en *beräkning* där Mediebarometerns bruttotid för radio och TV fördelats på grundval av uppgifter från räckviddsstudier för respektive medium.
2. Avser genomsnittlig tid för papperstidningen. Den tid som ägnas åt tidningen på internet ingår i internettiden.
3. Avser genomsnittlig tid för morgontidning, kvällstidning, tidskrift, eller TV på internet.
4. Avser genomsnittlig tid för socialt nätverk/community/diskussionforum/chattgrupp eller blogg.
5. Avser genomsnittlig tid för vanlig TV. Den tid som ägnas åt TV via internet ingår i internettiden.

Källor: TNS Sifo (radio), MMS (TV).

Medieveckan 2012

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig vecka 2012 (%)



Anmärkning

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

Medieveckan 1991-2012

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig vecka 1991-2012 (procent)

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Radio	95	95	94	96	96	96	97	95	95	96	95	95	95	92	92	92	93	94	92	90	90	91
Fonogram	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	77	77	72	72	69	70	70	72
Kassettband	65	62	60	59	56	51	47	44	40	32	28	24	16	14	12	10	7	..	..	..	..	..
CD-skiva[1]	41	44	481	61	63	67	69	71	72	73	74	73	74	71	72	70	63	64	59	51	45	44
Mp3	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	18	25	28	27	29	39	44	49
Television	97	97	98	99	99	99	98	99	99	99	98	95	98	98	97	98	97	98	97	97	98	96
Text-TV	..	..	..	50	52	52	50	57	53	58	52	51	52	44	51	49	45	45	44	40	38	36
Video/DVD	40	43	46	48	51	54	54	55	54	54	52	49	50	49	52	49	50	46	43	40	36	35
Internet	..	..	..	..	..	..	..	16	39	45	57	60	64	65	72	77	78	83	79	80	87	82
Dagspress	..	..	..	..	..	95	96	95	94	95	96	95	94	93	94	94	93	93	92	91	90	88
Morgontidning	90	90	89	92	90	90	89	91	88	90	91	89	88	86	87	89	88	87	86	85	84	82
Kvällstidning	62	59	58	63	64	64	62	61	61	62	64	60	60	60	61	61	59	57	55	56	53	48
Tidskrift	..	..	..	..	..	83	81	81	80	83	76	70	70	65	71	67	68	66	64	62	60	59
Vecko-/månadstidning[2,3]	48	46	51	65	64	61	61	62	61	61	61	53	55	51	56	54	55	55	55	52	51	49
Special-/facktidskrift	52	53	58	60	58	55	54	54	53	58	44	39	37	31	37	33	34	33	29	27	27	28
Bok[4]	55	54	54	63	63	59	59	59	58	59	60	59	56	58	60	60	58	58	57	57	57	55
Skönlitteratur/barn- och ungdomslitteratur	..	..	..	..	..	37	38	39	38	40	45	46	45	46	45	45	44	45	43	42	41	40
Facklitteratur/kurs- och läroböcker	..	..	..	..	..	24	25	22	22	21	18	14	11	12	16	14	12	11	12	11	12	11
Annan bok	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	2	2	2	3	4	5	6	5	7	7	6
Bio	..	..	..	7	7	8	7	8	7	8	9	8	8	8	6	6	6	7	8	7	7	9

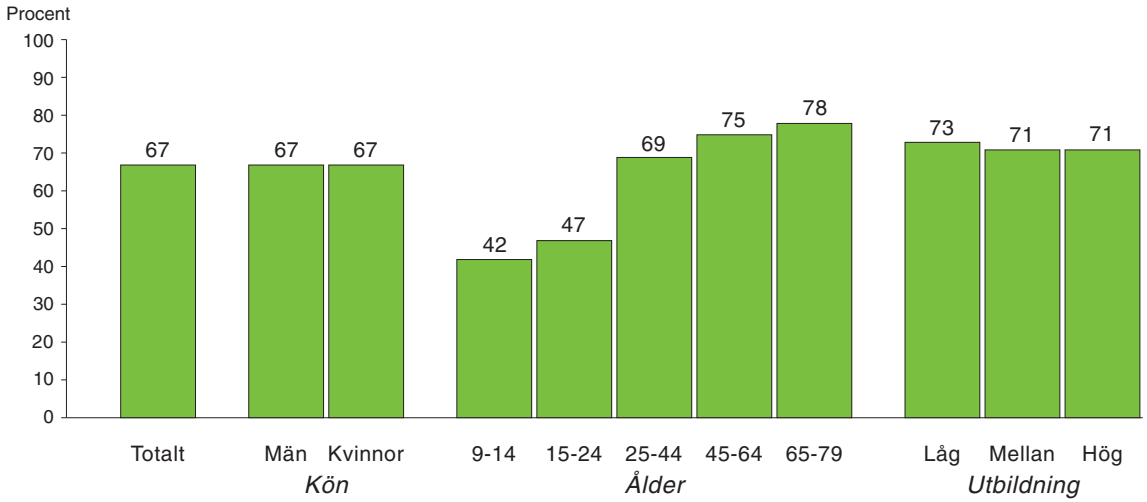
Anm: .. i tabellen innebär att någon fråga om det mediet inte ställdes det året.

1. Fram till och med 1993 gällde frågan lyssnande på enbart grammofonskivor, därefter har frågan gällt både grammofonskivor och CD-skivor.
2. Fram till och med 1993 gällde frågan veckotidningar, från och med 1994 har med tanke på tidskriftsmarknadens förändring även månadstidningar explicit angivits i frågan.
3. I frågeformuleringen från och med 2001 har det ingått förtydliganden när det gäller typ av tidning/tidskrift vilket sannolikt har bidragit till en uppgiven minskad användning av special-/facktidskrifter.
4. Fram till och med 1993 gällde frågan bokläsning i allmänhet. Från och med 1994 har det gjorts ett förtydligande om att även skolböcker och facklitteratur ingår.

Användning av enskilda medier

Radio 67%

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
År	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1979	73	75	71	52	73	76	77	75	78	74	73
1981	69	70	68	46	68	74	70	71	71	72	71
1985	73	76	71	40	73	80	79	73	78	76	80
1989	77	78	77	38	73	82	87	81	84	81	81
1991	77	80	75	43	73	82	83	84	82	82	79
1993	77	79	76	50	74	81	84	80	81	81	80
1995	80	82	79	59	81	81	86	82	83	85	78
1997	82	84	80	62	82	82	86	83	84	85	80
1999	80	82	78	62	78	84	83	84	85	86	79
2001	79	79	78	59	75	78	85	82	82	83	77
2003	79	81	77	60	75	79	82	86	84	82	78
2005	74	74	74	50	65	73	79	83	81	77	74
2007	77	77	76	58	65	77	83	83	84	78	78
2009	73	72	73	52	59	72	80	80	78	76	73
2011	67	69	65	44	52	65	75	78	73	69	70
2012	67	67	67	42	47	69	75	78	73	71	71

Lyssnar på radio

67 procent av befolkningen lyssnar på radio en genomsnittlig dag, vilket är en oförändrad nivå jämfört med föregående år. 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.

Under 2000-talet har andelen radiolyssnare minskat. 1995 var andelen lyssnare en genomsnittlig dag 80 procent och 2012 är andelen 67 procent, Andelen lyssnare ökade successivt fram till slutet av 1990-talet. Ökningen var märkbar i samtliga grupper, men var mest framträdande bland 9 till 14-åringar där radion tidigare hade en relativt sett svag position. Nedgången under 2000-talet märks i alla åldersgrupper men är störst bland personer under 45 år, vilket sannolikt beror på en förflyttning av musiklyssnande från radio till andra medier/plattformar, t ex Spotify.

Anmärkning

Med radiolyssnande avses all användning av radio vilket fr o m 2007 inkluderar såväl webbradio som poddradio oavsett om lyssnandet är aktivt eller mer passivt, vilket betyder att exempelvis arbetsplatslyssnande och radiolyssnande i bilen inkluderas.

Radio

Andel som lyssnar en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	67
	Vuxna 18-79 år	71
	Barn/ungdom 9-17 år	42
Kön	Män 9-79 år	67
	Kvinnor 9-79 år	67
	Män 18-79 år	72
	Kvinnor 18-79 år	71
	Pojkar 9-17 år	40
	Flickor 9-17 år	44
Ålder	9-14 år	43
	15-19 år	47
	20-24 år	48
	25-34 år	65
	35-44 år	73
	45-54 år	75
	55-64 år	75
	65-79 år	79
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	74
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	71
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	77
	Gymnasial utbildning > 2 år	67
	Högskola/universitet ≤ 3 år	71
	Högskola/universitet > 3 år	71

		%
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid[1]	73
	Förvärvsarbetar deltid[1]	73
	Egna företagare	78
	Pensionärer	77
	Studerande	41
	Arbetslösa[2]	49
Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	71
	Två personer (18 år och äldre)	73
	Tre eller fler (18 år och äldre)	65
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	56
	Äldre vuxna (45-79 år)	77
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	68
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	73
Hushåll (9-79 år)	En person	71
	Två personer	72
	Tre personer	64
	Fyra personer eller fler	61
Hemort (9-79 år)	Stockholm	61
	Malmö	76
	Göteborg	61
	Större städer	66
	Pendlingskommuner	69
	Glesbygdskommuner	76
	Varuproducerande kommuner	64
	Övriga kommuner	71

Radiolyssnaren

Även om radiolyssnandet har minskat under den senaste tioårsperioden är det samlade radiolyssnandet fortfarande utbrett i hela befolkningen. Lägsta andelen lyssnare en genomsnittlig dag finns bland barn och unga pojkar 9 till 17 år (40 procent) medan den är högst bland personer över 65 år (79 procent).

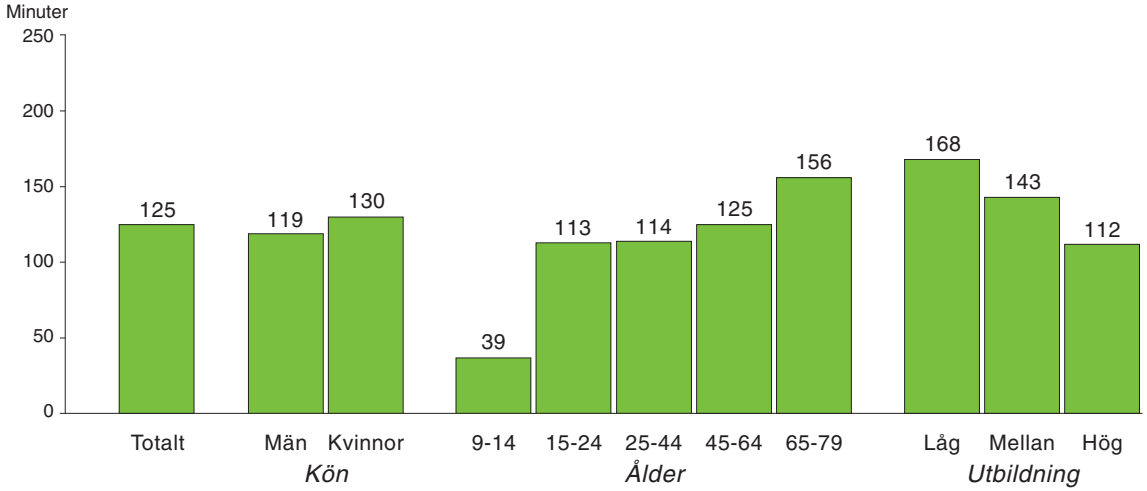
Anmärkning

Med radiolyssnande avses all användning av radio vilket fr o m 2007 inkluderar såväl webbradio som poddradio oavsett om lyssnandet är aktivt eller mer passivt, vilket betyder att exempelvis arbetsplatslyssnande och radiolyssnande i bilen inkluderas.

Noter

1. Avser anställda arbetare, tjänstemän eller akademiker.
2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Lyssnartid *bland lyssnare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (minuter)



Lyssnartid *bland lyssnare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2012 (minuter)

		Kön		Ålder					Utbildning		
År	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1986[2]	180	175	182	70	158	196	185	205	211	178	138
1987[2]	168	168	170	66	182	181	171	168	184	181	150
1989[2]	176	167	188	74	160	191	180	200	199	194	149
1991[2]	146	139	155	60	145	176	159	160	164	170	126
1993	144	134	153	57	152	160	170	143	163	160	121
1995	142	134	151	58	135	157	150	148	170	155	106
1997[3]	162	148	173	87	131	180	164	178	195	177	121
1999[3]	165	162	168	90	135	179	172	192	216	188	115
2001[3]	161	152	170	66	127	171	175	179	212	179	123
2003[3]	148	145	151	47	115	154	165	165	191	169	116
2005[3]	141	132	149	55	94	151	153	161	182	162	116
2007[3]	130	130	130	42	83	133	141	164	178	146	112
2009[3]	126	123	129	37	91	126	136	155	166	145	109
2011[3]	122	116	127	37	82	116	136	147	169	134	110
2012[3]	125	119	130	39	113	114	125	156	168	143	112

Lyssnartid bland lyssnarna

Den radiolyssnande svenskens genomsnittliga lyssnartid uppgår till drygt 2 timmar.

De grupper som framför allt skiljer ut sig är barn och högutbildade. Lyssnartiden i den yngsta åldersgruppen, 9 till 14 år, är drygt en halvtimme medan de äldsta ägnar ca 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 (drygt 2,5 timmar).

Länge var radion det medium som ägnades i särklass mest tid. Men sedan början av 2000-talet kan en minskning av lyssnartiden konstateras.

Anmärkning

Med radiolyssnande avses all användning av radio vilket inkluderar såväl webbradio som poddradio oavsett om lyssnandet är aktivt eller mer passivt, vilket betyder att exempelvis arbetsplatslyssnande och radiolyssnande i bilen inkluderas.

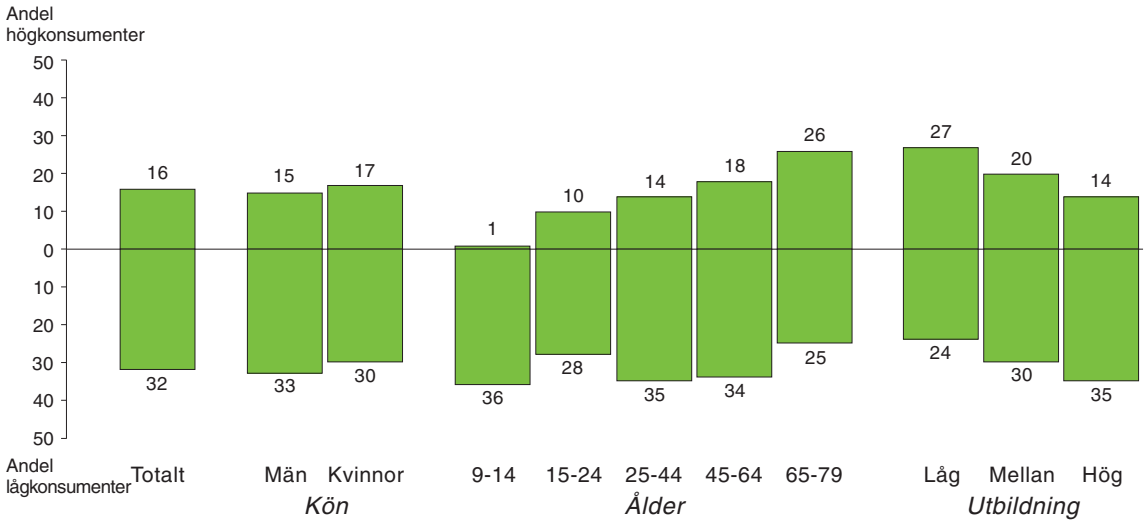
Tabellen redovisar genomsnittlig lyssnartid bland dem som lyssnar på radio en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga lyssnartiden i hela befolkningen, vilket även inkluderar alla som inte lyssnar, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2012: Befolkningens medietid*.

Noter

1. Den genomsnittliga lyssnartiden bland dem som lyssnar på radio.
2. 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 *Fakta om undersökningen Mediebarometern*.
3. 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.

Radio

Hög- och lågkonsumenter[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Genomsnittlig dag											
Mindre än ½ tim	15	16	15	25	15	18	14	9	11	13	15
½-1 tim	17	17	16	11	13	17	20	16	13	17	20
1-2 tim	13	13	12	4	7	13	15	17	14	13	15
2-3 tim	7	6	7	1	2	6	8	11	9	8	8
3-4 tim	4	4	4	–	1	3	5	8	6	4	5
4-5 tim	3	3	2	–	1	2	3	5	5	3	2
5-6 tim	2	2	3	1	1	3	3	3	3	3	2
Mer än 6 tim	7	6	7	–	6	6	7	10	13	10	5
Lyssnar i											
Vanlig radioapparat	39	36	43	16	18	29	44	66	58	40	40
Bilradio	29	33	26	24	24	37	36	17	21	33	32
Mobiltelefon/mp3/Ipod	5	4	5	4	7	8	4	1	1	6	5
Webbradio	3	3	3	1	4	5	3	1	2	3	4
Genomsnittlig vecka	91	91	91	81	83	93	94	94	92	93	92

Radiolyssnandet

Andelen relativa högkonsumenter av radio är lägre än andelen relativa lågkonsumenter – 16 respektive 32 procent. Andelen högkonsumenter är som högst bland de lågutbildade och de äldsta och som lägst bland barnen.

De flesta i befolkningen lyssnar på vanlig radioapparat, 39 procent, eller på bilradio, 29 procent. Radio i mobiltelefon, mp3 och/eller Ipod uppgår till 5 procent och 3 procent lyssnar på webbradio en genomsnittlig dag. Andelen webbradiolyssnare är högst bland personer mellan 25 och 44 år, 5 procent.

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 81 procent en genomsnittlig vecka. Detta mönster har varit i stort sett stabilt under den gångna tioårsperioden.

Anmärkning

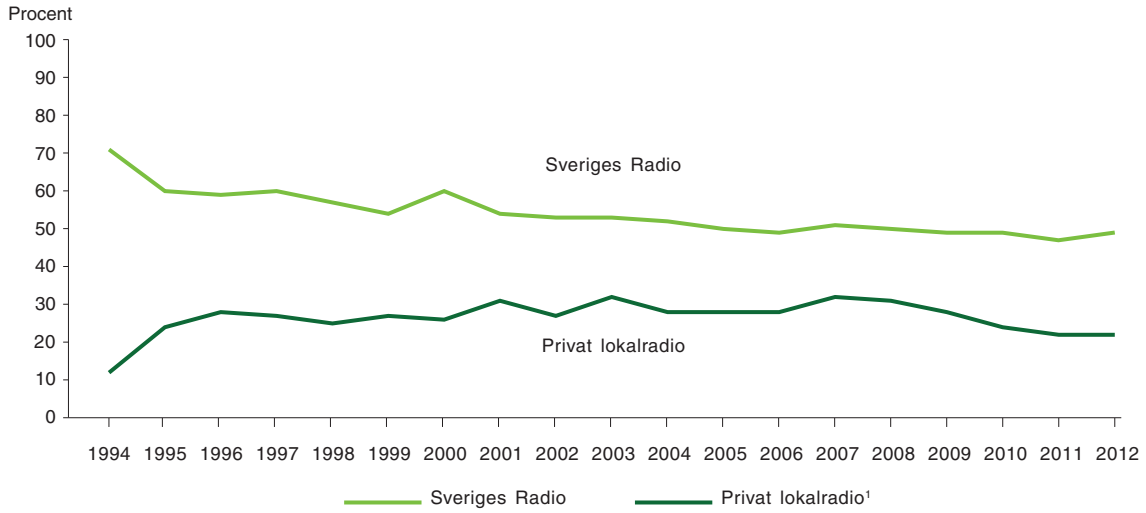
Med radiolyssnande avses all användning av radio vilket inkluderar såväl webbradio som poddradio oavsett om lyssnandet är aktivt eller mer passivt, vilket betyder att exempelvis arbetsplatslyssnande och radiolyssnande i bilen inkluderas.
Lyssnartiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna fått göra en uppskattning av sin lyssnartid under gårdagen.

Not

1. 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.

Radio

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1994-2012 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1994-2012 (procent)

	Totalt	Sveriges Radio	Privat lokalradio[1]	P1	P3	P4	Rix FM	Mix Megapol
1994	82	71	12	15	23	40	..	..
1995	80	60	24	14	17	40	..	..
1997	82	60	27	13	16	39	..	..
1999	80	54	27	12	14	34	8	7
2001	79	54	31	13	13	33	10	7
2002	79	53	27	14	13	31	10	7
2003	79	53	32	13	13	34	13	7
2004	73	52	28	13	13	33	12	6
2005	74	50	28	14	12	31	15	5
2006	74	49	28	14	11	30	16	6
2007	77	51	32	14	11	32	19	8
2008	74	50	31	16	13	30	20	7
2009	73	49	28	15	12	29	16	8
2011	67	47	22	15	11	28	11	8
2012	67	49	22	16	12	27	12	8

Sveriges Radio och privat radio

67 procent av befolkningen lyssnar på radio en genomsnittlig dag. Sveriges Radio har betydligt fler lyssnare än privat lokalradio. Under slutet av 1990-talet kunde en svagt vikande trend för lyssnandet på Sveriges Radio noteras men under de senaste åren har andelen lyssnare stabiliserats kring 50 procent. Motsvarande siffra för den privata lokalradion har under flera år varit ca 30 procent men har under de senaste åren minskat.

Medan lyssnandet på P1 är stabilt har i ett längre perspektiv både P3 och P4 tappat lyssnare. Under de senaste två åren har även de privata musikkanalerna färre lyssnare än tidigare. Nedgången motsvaras av en ökad andel lyssnare på andra musikmedier.

Ålder är den faktor som skapar ett tydligt mönster i radiolyssnandet. Barn och ungdomar lyssnar till de privata musikkanalerna. Personer i yngre medelålder lyssnar till P3 och P4 men även till privata radiokanaler. Äldre, medelålders och pensionärer lyssnar på någon av Sveriges Radios kanaler. P4 synes ha tappat lyssnare i medelåldern och det senaste året har Rix FM tappat lyssnare i samtliga grupper. Det minskade lyssnandet på privat radio som kan noteras under senare år är troligen en effekt av konkurrensen från andra musikförmedlande medier, t ex Spotify.

Anmärkning

Med radiolyssnande avses all användning av radio vilket fr o m 2007 inkluderar såväl webbradio som poddradio oavsett om lyssnandet är aktivt eller mer passivt, vilket betyder att exempelvis arbetsplatslyssnande och radiolyssnande i bilen inkluderas.

Not

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

Radio

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1999-2012 (procent)

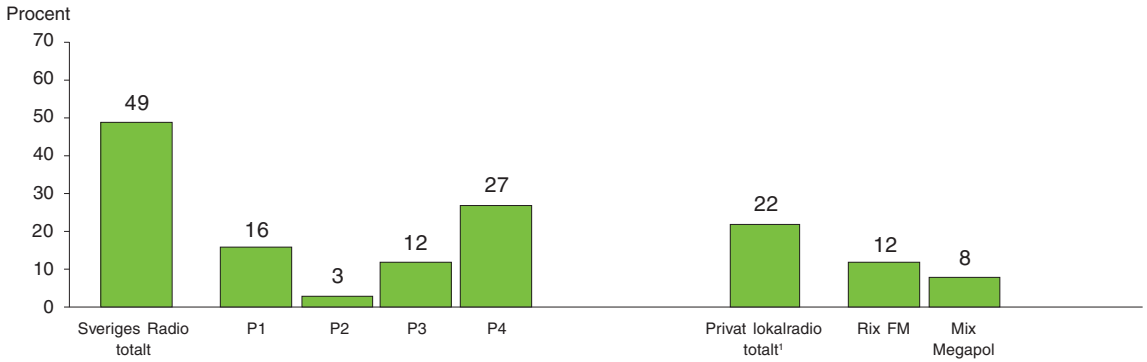
		Kön		Ålder					Utbildning		
År	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
P1											
1999	12	12	11	2	1	6	18	26	13	8	22
2003	13	15	12	1	2	7	18	32	15	9	23
2005	14	14	14	1	2	8	18	30	15	9	23
2009	15	16	14	1	2	10	20	30	15	10	25
2011	15	16	15	1	2	9	19	32	14	10	25
2012	16	15	17	2	2	10	18	33	16	10	26
P3											
1999	14	17	11	5	21	23	9	5	7	22	15
2003	13	15	11	5	21	18	9	8	9	16	14
2005	12	15	9	4	16	18	11	4	8	15	14
2009	12	14	10	5	16	20	9	4	7	15	13
2011	11	13	10	5	15	20	10	4	6	14	13
2012	12	13	11	3	16	20	11	6	7	16	13
P4											
1999	34	35	33	12	13	26	50	54	56	33	26
2003	34	35	33	3	7	26	49	55	57	34	29
2005	31	32	31	4	6	21	44	56	51	32	27
2009	29	28	29	4	5	19	41	51	50	29	27
2011	28	29	27	2	5	16	42	50	50	31	26
2012	27	27	27	3	5	17	38	47	49	29	26
Rix FM											
1999	8	8	8	9	17	13	3	0	4	12	7
2003	13	13	14	18	18	22	8	3	7	16	12
2005	15	15	15	27	24	23	9	1	7	19	12
2009	16	13	19	27	22	22	14	3	8	19	14
2011	11	10	12	21	15	16	10	2	4	12	9
2012	12	10	14	20	15	16	12	2	4	14	10
Mix Megapol											
1999	7	6	7	9	9	10	5	0	3	8	8
2003	7	7	7	10	11	9	5	1	4	8	6
2005	5	5	5	5	9	7	4	0	3	7	5
2009	8	7	9	8	9	13	7	0	4	10	8
2011	8	7	8	8	8	14	7	1	3	9	8
2012	8	7	9	7	8	14	8	1	3	10	8

Anmärkning

Med radiolyssnande avses all användning av radio vilket inkluderar såväl webbradio som poddradio oavsett om lyssnandet är aktivt eller mer passivt, vilket betyder att exempelvis arbetsplatslyssnande och radiolyssnande i bilen inkluderas.

Radio

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Sveriges Radio totalt	49	49	48	8	22	42	58	75	65	48	57
P1	16	15	17	2	2	10	18	33	16	10	26
P2	3	2	3	1	1	1	2	6	3	2	4
P3	12	13	11	3	16	20	11	6	7	16	13
P4 totalt	27	27	27	3	5	17	38	47	49	29	26
P4 – lokalt	20	20	20	3	4	12	27	37	37	21	19
P4 – riks	8	8	8	–	1	5	12	11	14	9	8
Privat lokalradio totalt[1]	22	21	23	31	27	34	21	4	10	27	19
RIX FM	12	10	14	20	15	16	12	2	4	14	10
Mix Megapol	8	7	9	7	8	14	8	1	3	10	8
NRJ	2	2	2	4	5	3	–	–	1	2	2
Rockklassiker	2	2	1	1	3	3	2	–	1	3	2
Bandit Rock	2	2	1	1	3	3	1	–	–	3	1
Annan station	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1

Olika kanalers räckvidd

Den privata radion, med sitt musikutbud, har sin styrka främst bland barn och unga där Sveriges Radios kanaler är som svagast. I den yngsta åldersgruppen är andelen lyssnare på privat radio fyra gånger så hög som på Sveriges Radios kanaler. Omvänt förhållande gäller för de äldre åldersgrupperna, där Sveriges Radio når betydligt fler – bland pensionärerna 75 procent i jämförelse med den privata radions 4 procent. Mönstret har varit detsamma de senaste åren.

Sveriges Radios P4 är, med sina 27 procent lyssnare en genomsnittlig dag, den klart största enskilda kanalen. Andelen som lyssnar på P1 är 16 procent och för P3 är andelen 12 procent, det är samma andel lyssnare som den största av de privata radiokanalerna – Rix FM – har, 12 procent. Det bör 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. Även de privata lokalradiokanalerna har sin största lyssnarandel bland personer mellan 25 och 44 år.

Anmärkning

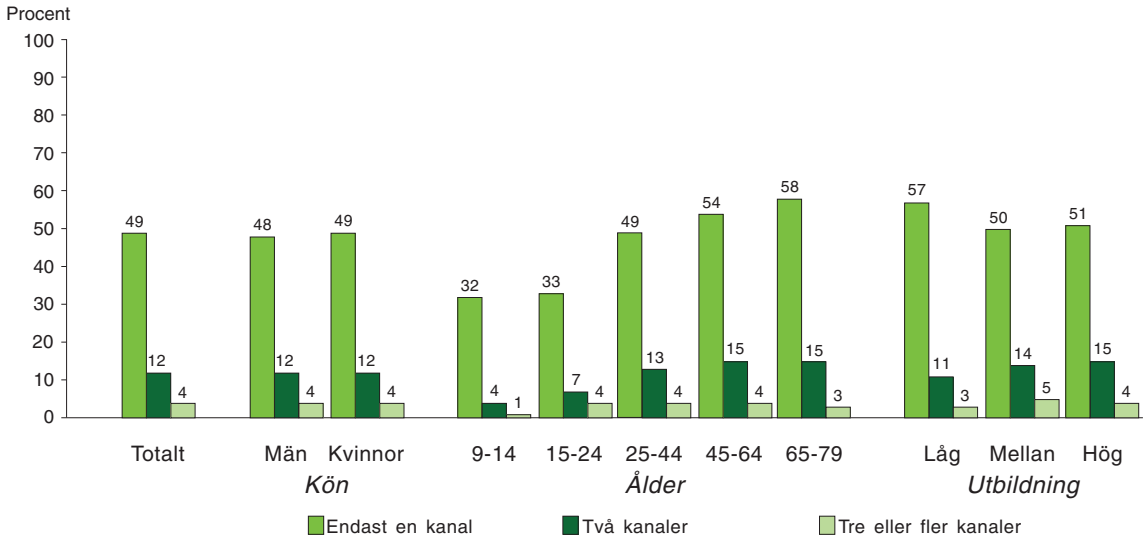
Med lyssnare avses de som uppger att de lyssnat minst något på respektive kanal en genomsnittlig dag.

Not

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

Radio

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012: antal kanaler (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Genomsnittligt antal kanaler bland lyssnare	1,3	1,3	1,3	1,2	1,4	1,3	1,3	1,3	1,2	1,4	1,3
Kanalkombinationer											
Enbart Sveriges radio	43	43	42	6	17	33	51	72	61	41	50
Enbart privatradio	16	15	17	29	22	24	14	2	6	20	13
Sveriges Radio och privatradio[1]	6	6	6	1	5	9	8	2	4	8	7
P1 och P3	2	2	2	–	1	2	2	2	1	2	2
P1 och P4	4	4	4	–	–	1	5	10	5	3	6
P3 och P4	2	2	2	–	1	2	3	2	2	3	2
P3 och privatradio[1]	2	3	2	–	4	5	2	–	–	4	2
P4 och privatradio[1]	4	4	3	–	2	5	6	2	3	4	4
Lyssnar											
I bostaden	37	32	41	17	15	25	39	66	53	33	41
I bilen	30	33	27	24	25	38	37	18	21	33	33
På arbetet	7	9	6	1	7	12	11	2	8	13	6
På resa, café eller annan offentlig plats	3	2	3	2	5	4	2	1	2	3	3

Radiolyssnande: kanal och plats

Knappt halva befolkningen lyssnar en genomsnittlig dag till enbart en radiokanal. Endast 4 procent har lyssnat på tre eller fler kanaler.

Andelen ”enkanallyssnare” dominerar i samtliga grupper. Andelen flerkanalslyssnare i befolkningen är högst bland 45 till 64-åringar, 19 procent, och lägst bland 9 till 14-åringar, 5 procent. Det antal kanaler som radiolyssnarna tagit del av är 2012 i medeltal 1,3. Andelen är i stort sett den samma sedan början av 2000-talet. Genomsnittslyssnarna tenderar att antingen lyssna på Sveriges Radio (de äldre) eller på privat lokalradio (de yngre).

Radiolyssnandet äger huvudsakligen rum i hemmet (37 procent) eller i bilen (30 procent).

Anmärkning

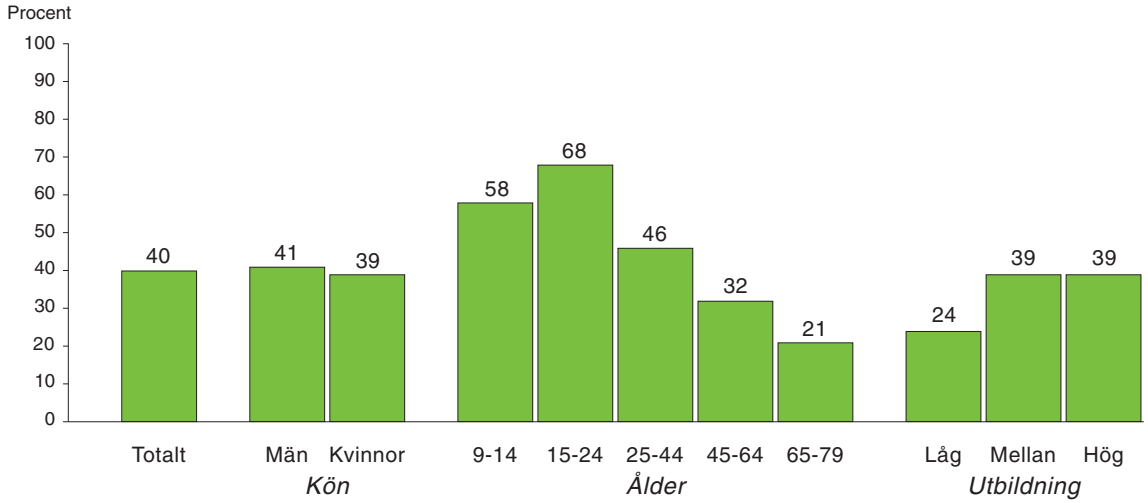
Med lyssnare avses de som uppger att de lyssnat minst något på respektive kanal en genomsnittlig dag.

Not

1. Med privatradio avses lyssnande på något av de privata nätverken eller någon annan privat lokalradio.

CD-skiva och mp3 40%

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Genomsnittlig dag											
CD-skiva eller mp3	40	41	39	58	68	46	32	21	24	39	39
Enbart CD-skiva	13	11	14	9	3	12	17	14	15	13	14
Enbart mp3	24	27	22	44	59	30	12	5	8	23	21
Både och	3	3	3	5	6	4	3	1	1	4	4
Lyssnartid, genomsnittligt antal minuter											
I befolkningen	29	31	27	30	63	35	20	13	15	31	27
Bland lyssnare	72	74	70	51	92	75	65	60	63	78	71
Genomsnittlig vecka	72	71	72	85	89	80	69	51	52	72	73
Genomsnittlig månad	85	85	85	93	95	92	85	69	71	86	87

Lyssnar på CD-skiva och mp3

40 procent av befolkningen har lyssnat på CD-skiva eller mp3-spelare en genomsnittlig dag 2012. Av dessa har 24 procent lyssnat på mp3, 13 procent på CD-skiva. I åldersgruppen 15 till 24 år uppgår lyssnandet till ca 70 procent, mp3-spelaren utgör här huvuddelen. 3 procent av befolkningen lyssnar både på CD-skiva och mp3-spelare under en dag, bland barn är motsvarande siffra 5 procent. Bland pensionärer är det ovanligt att kombinera de olika teknikerna för att lyssna på ljudinspelningar och här har teknikskiftet från CD-skiva till mp3 inte slagit igenom ännu.

Anmärkning

Med lyssnande på CD-skiva avses all användning, vilket även inkluderar lyssnande på bok. Lyssnande på mp3 avser lyssnande på mp3-spelare/Ipod/mobiltelefon eller direkt i dator på musik, ljudbok, eller Spotify/Itunes.

CD-skiva och mp3

Andel som lyssnar en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	40
	Vuxna 18-79 år	37
	Barn/ungdom 9-17 år	63
Kön	Män 9-79 år	41
	Kvinnor 9-79 år	39
	Män 18-79 år	38
	Kvinnor 18-79 år	36
	Pojkar 9-17 år	62
	Flickor 9-17 år	63
Ålder	9-14 år	59
	15-19 år	72
	20-24 år	65
	25-34 år	52
	35-44 år	42
	45-54 år	35
	55-64 år	28
	65-79 år	21
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	22
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	30
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	34
	Gymnasial utbildning > 2 år	43
	Högskola/universitet ≤ 3 år	38
	Högskola/universitet > 3 år	39

		%
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid[1]	39
	Förvärvsarbetar deltid[1]	42
	Egna företagare	36
	Pensionärer	21
	Studerande	68
	Arbetslösa[2]	51
Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	38
	Två personer (18 år och äldre)	34
	Tre eller fler (18 år och äldre)	46
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	58
	Äldre vuxna (45-79 år)	26
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	43
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	42
Hushåll (9-79 år)	En person	36
	Två personer	31
	Tre personer	46
	Fyra personer eller fler	50
Hemort (9-79 år)	Stockholm	44
	Malmö	45
	Göteborg	48
	Större städer	41
	Pendlingskommuner	42
	Glesbygdskommuner	35
	Varuproducerande kommuner	39
	Övriga kommuner	35

Andel som lyssnar en genomsnittlig dag

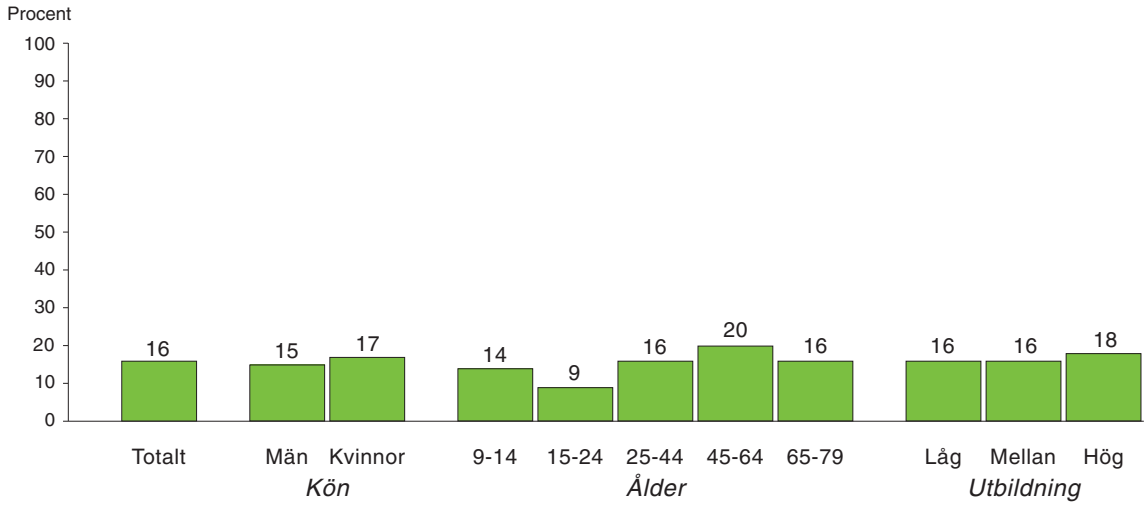
40 procent av befolkningen lyssnar på CD-skiva och/eller mp3-spelare en genomsnittlig dag 2012. Ungdomar, 15 till 19 år, tillhör den stora gruppen som lyssnar på mp3 eller CD. Här uppgår andelen lyssnare till 72 procent. Andelen lyssnare sjunker med stigande ålder. Bland dem över 65 år är det en femtedel som lyssnar en genomsnittlig dag.

Noter

1. Avser anställda arbetare, tjänstemän eller akademiker.
2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

CD-skiva 16%

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
År	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1979[1]	26	29	24	38	63	28	12	2	17	36	36
1981[1]	21	21	21	30	52	21	8	5	13	29	28
1985[1]	22	24	20	28	48	24	10	3	13	26	33
1989[1]	20	20	19	21	54	20	6	3	10	28	23
1991[1]	23	25	21	28	55	23	12	5	11	29	33
1993[1]	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
2005	35	35	35	43	49	42	31	18	19	31	41
2007	29	29	30	31	37	36	29	14	17	32	33
2009	23	24	23	30	24	27	22	16	16	22	27
2011	18	16	18	20	11	19	19	16	18	18	18
2012	16	15	17	14	9	16	20	16	16	16	18

Lyssnande på CD-skiva

En genomsnittlig dag lyssnar 16 procent av befolkningen på CD-skiva. År 2001 var motsvarande siffra 39 procent. Minskningen märks särskilt bland barn och ungdomar. Idag återfinns de flesta lyssnarna bland de som är 45 till 64 år. Den vikande trenden förklaras av övergången från CD-skiva till mp3 och andra musikmedier.

Anmärkning

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

Not

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

CD-skiva

Andel som lyssnar en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	16
	Vuxna 18-79 år	17
	Barn/ungdom 9-17 år	11
Kön	Män 9-79 år	15
	Kvinnor 9-79 år	17
	Män 18-79 år	15
	Kvinnor 18-79 år	18
	Pojkar 9-17 år	10
	Flickor 9-17 år	13
Ålder	9-14 år	14
	15-19 år	7
	20-24 år	12
	25-34 år	14
	35-44 år	17
	45-54 år	20
	55-64 år	20
	65-79 år	16
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	16
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	14
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	17
	Gymnasial utbildning > 2 år	15
	Högskola/universitet ≤ 3 år	16
	Högskola/universitet > 3 år	19

		%
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid[1]	19
	Förvärvsarbetar deltid[1]	18
	Egna företagare	19
	Pensionärer	18
	Studerande	17
	Arbetslösa[2]	13
Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	19
	Två personer (18 år och äldre)	16
	Tre eller fler (18 år och äldre)	15
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	12
	Äldre vuxna (45-79 år)	18
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	16
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	17
Hushåll (9-79 år)	En person	18
	Två personer	16
	Tre personer	13
	Fyra personer eller fler	13
Hemort (9-79 år)	Stockholm	15
	Malmö	19
	Göteborg	17
	Större städer	15
	Pendlingskommuner	16
	Glesbygdskommuner	16
	Varuproducerande kommuner	18
	Övriga kommuner	16

CD-lyssnaren

Från att för tio år sedan ha varit ungdomens medium är lyssnandet på CD idag vanligast bland personer mellan 45 och 64 år, 20 procent. Endast 7 procent av ungdomar 15 till 19 år har tagit del av CD en genomsnittlig dag. Ungdomarna har mer och mer flyttat sitt lyssnande från CD till mp3 och andra musikförmedlande tekniker.

Anmärkning

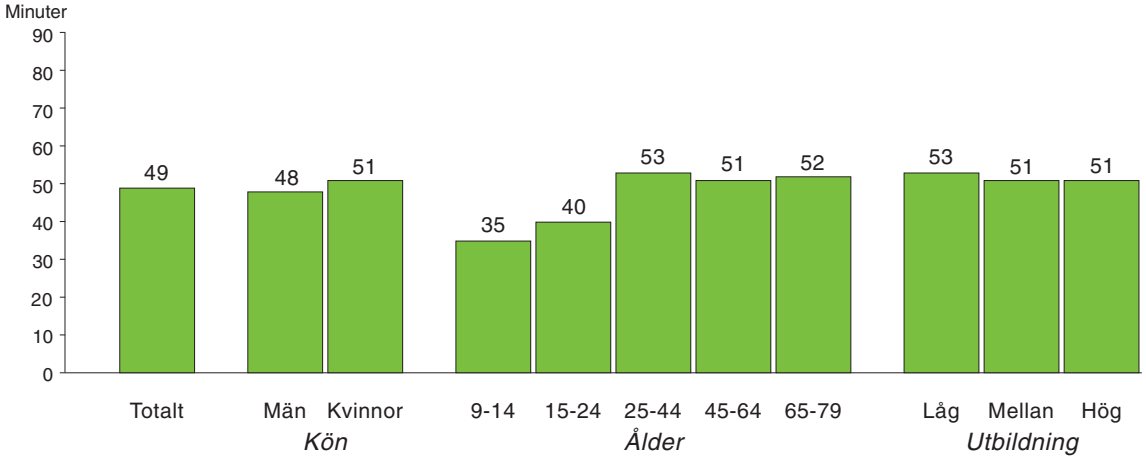
Med lyssnande på CD-skiva avses all användning, vilket även inkluderar lyssnande på bok.

Noter

1. Avser anställda arbetare, tjänstemän eller akademiker.
2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

CD-skiva 49 minuter

Lyssnartid *bland lyssnare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (minuter)



Lyssnartid *bland lyssnare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2012 (minuter)

		Kön		Ålder					Utbildning		
År	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79[3]	Låg	Mellan	Hög
1986[2]	74	73	74	43	91	73	50	58	75	86	67
1987[2]	74	73	76	64	91	68	58	53	65	86	72
1989[2]	67	68	67	47	78	65	53	39	60	79	62
1991[2]	77	78	76	72	92	76	61	45	66	83	79
1993[2]	74	74	73	47	84	78	63	35	68	79	77
1995	67	66	69	50	85	64	56	56	69	73	66
1997	64	63	66	37	77	69	54	73	62	72	67
1999	63	59	67	39	84	69	50	60	50	71	71
2001	68	67	68	48	86	70	57	55	61	74	68
2003	65	62	68	33	86	67	61	58	68	69	68
2005	57	55	60	37	71	59	55	55	60	60	58
2007	51	51	51	34	61	50	51	54	55	52	52
2009	55	53	57	37	69	56	54	57	57	54	58
2011	52	52	53	32	62	50	56	55	49	57	55
2012	49	48	51	35	40	53	51	52	53	51	51

Lyssnartid bland CD-lyssnarna

Den tid som lyssnarna ägnade åt CD-skivor låg länge stabilt kring 65 minuter men under de senaste åren har lyssnartiden minskat något och är numera under 50 minuter. Det var främst bland de unga som lyssnartiden började minska kring 2005, samtidigt som en ökad användning av mp3-spelare och andra musikmedier kunde konstateras i denna grupp.

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 2012: Befolkningens medietid*.

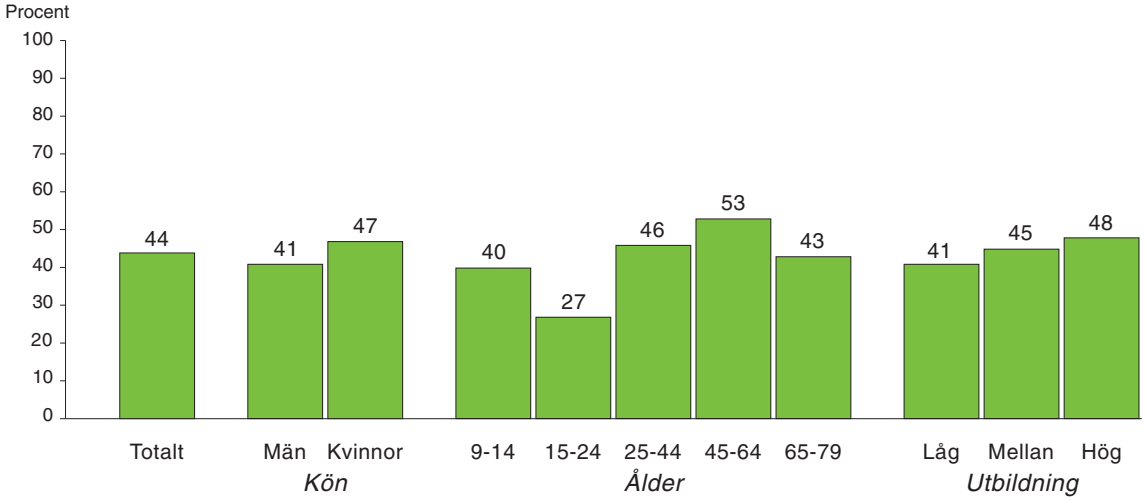
Observera att tabellen enbart baseras på dem som lyssnat en genomsnittlig dag, vilket innebär att antalet svarspersoner är relativt litet och att siffrorna därför bör tolkas med försiktighet.

Noter

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

CD-skiva

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2012 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Genomsnittlig dag											
Mindre än ½ tim	6	6	6	9	4	6	7	5	5	6	7
½-1 tim	6	6	7	4	4	6	8	7	7	7	7
1-2 tim	2	2	3	1	1	2	3	3	2	3	3
2-3 tim	1	–	1	–	–	1	1	–	1	1	1
Mer än 3 tim	1	–	1	0	–	1	1	–	1	1	1
Genomsnittlig vecka	44	41	47	40	27	46	53	43	41	45	48
Genomsnittlig månad	65	62	67	64	49	67	73	61	62	65	68

CD-lyssnandet

Veckolyssnandet på CD fortsätter att minska. Idag lyssnar 44 procent av befolkningen på CD-skivor under en genomsnittlig vecka. År 2007 var andelen veckolyssnare 63 procent, vilket då var en minskning från en under flera år stabil nivå. Det är överlag små skillnader i olika grupper, största andelen veckolyssnare finns i gruppen 45 till 64 år (53 procent) och lägsta andelen finns i åldersgruppen 15 till 24 år (27 procent).

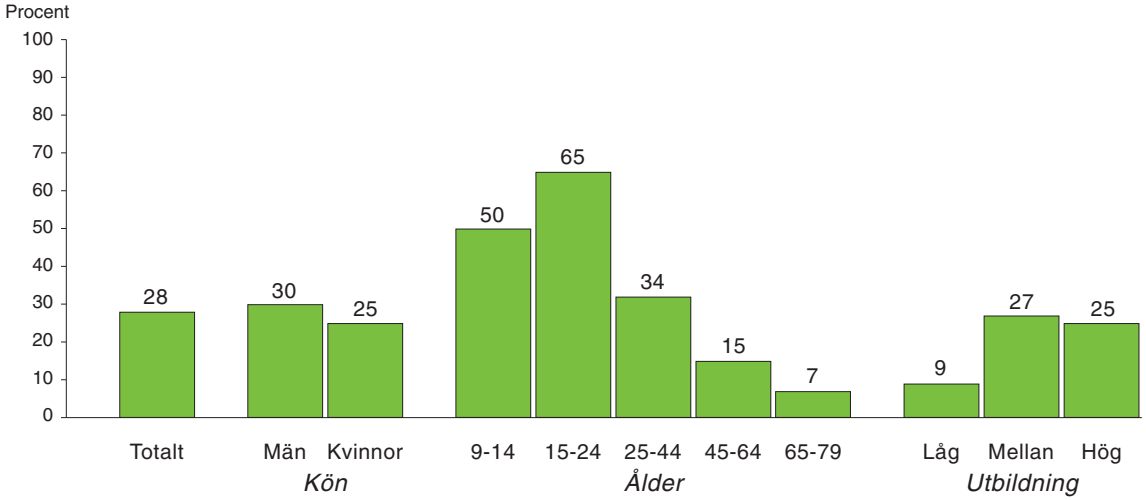
De flesta avsätter en halvtimma eller något mer åt CD-lyssnandet en genomsnittlig dag.

Anmärkning

Med lyssnande på CD-skiva avses all användning, vilket även inkluderar lyssnande på bok.
Lyssnartiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna fått göra en uppskattning av sin lyssnartid under gårdagen.

Mp3 28%

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2005-2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Genomsnittlig dag											
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
2008	18	21	14	37	53	17	6	1	6	17	12
2009	18	19	16	40	54	16	6	2	5	17	13
2010	24	27	22	49	60	25	12	4	8	22	21
2012	28	30	25	50	65	34	15	7	9	27	25
Genomsnittlig vecka	49	52	46	72	85	60	38	20	21	49	50

Lyssnar på mp3

En genomsnittlig dag lyssnar 28 procent av befolkningen på inspelat ljud i mp3-format (t ex musik eller böcker). 2005 var motsvarande siffra 10 procent.

Det är framför allt i barn- och ungdomsgrupperna som lyssnandet sker. Bland 9 till 14-åringar lyssnar 50 procent och bland 15 till 24-åringar lyssnar 65 procent på mp3 en genomsnittlig dag, medan 9 procent lyssnar på CD-skiva. Det är också bland de unga som tillgången till mp3-teknik är störst.

Anmärkning

Med lyssnande på mp3 avses all användning vilket inkluderar lyssnande på mp3-spelare/Ipod/mobiltelefon eller direkt i dator på musik, ljudbok, Spotify/Itunes eller radio.

Mp3

Andel som lyssnar en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	28
	Vuxna 18-79 år	23
	Barn/ungdom 9-17 år	56
Kön	Män 9-79 år	30
	Kvinnor 9-79 år	25
	Män 18-79 år	26
	Kvinnor 18-79 år	21
	Pojkar 9-17 år	57
	Flickor 9-17 år	56
Ålder	9-14 år	50
	15-19 år	70
	20-24 år	61
	25-34 år	43
	35-44 år	28
	45-54 år	19
	55-64 år	10
	65-79 år	7
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	7
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	16
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	20
	Gymnasial utbildning > 2 år	32
	Högskola/universitet ≤ 3 år	26
	Högskola/universitet > 3 år	24

		%
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid[1]	26
	Förvärvsarbetar deltid[1]	24
	Egna företagare	21
	Pensionärer	7
	Studerande	63
	Arbetslösa[2]	38
Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	23
	Två personer (18 år och äldre)	20
	Tre eller fler (18 år och äldre)	36
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	52
	Äldre vuxna (45-79 år)	9
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	31
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	29
Hushåll (9-79 år)	En person	22
	Två personer	17
	Tre personer	34
	Fyra personer eller fler	39
Hemort (9-79 år)	Stockholm	32
	Malmö	28
	Göteborg	36
	Större städer	30
	Pendlingskommuner	29
	Glesbygdskommuner	22
	Varuproducerande kommuner	24
	Övriga kommuner	21

Andel som lyssnar en genomsnittlig dag

Mp3-lyssnandet uppvisar stora skillnader mellan olika åldersgrupper. Bland ungdomar 15 till 19 år lyssnar 70 procent på mp3 en genomsnittlig dag. I denna grupp är mp3-lyssnandet sju gånger så vanligt som lyssnande på CD. Bland studerande lyssnar omkring 63 procent en vanlig dag och bland pensionärer är andelen 7 procent.

Anmärkning

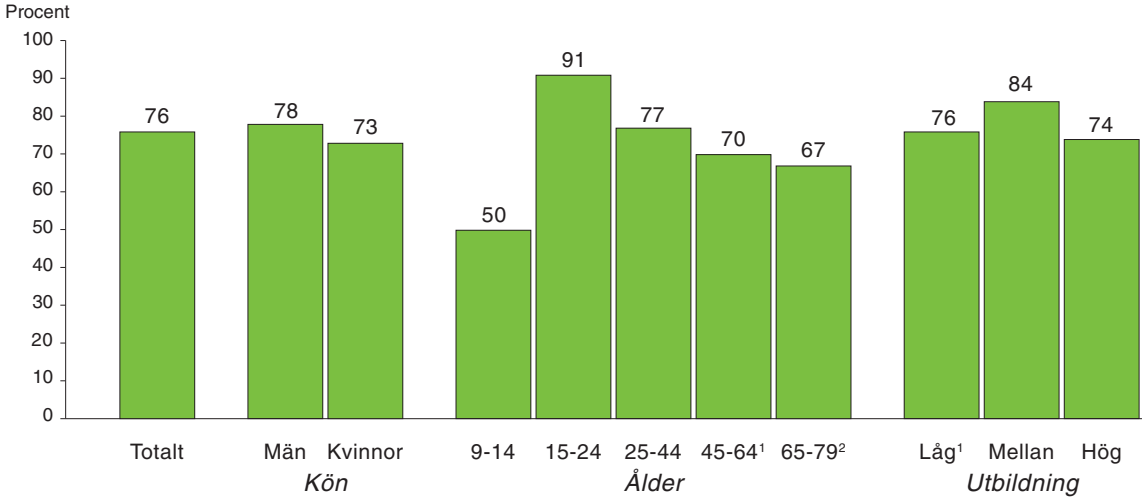
Med lyssnande på mp3 avses all användning vilket inkluderar lyssnande på mp3-spelare/Ipod/mobiltelefon eller direkt i dator på musik, ljudbok, Spotify/Itunes eller radio.

Noter

1. Avser anställda arbetare, tjänstemän eller akademiker.
2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Mp3 76 minuter

Lyssnartid *bland lyssnare* 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (minuter)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (minuter/procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Lyssnartid bland lyssnare (minuter)											
2007	67	70	64	46	76	67	68[1]	–[2]	–[2]	78	61
2009	66	66	67	48	75	66	62	–[2]	–[2]	68	67
2011	76	78	73	50	92	77	71	–[2]	83[1]	87	74
2012	76	78	73	50	91	77	70	67[1]	76[1]	84	74
Genomsnittlig dag											
Mindre än ½ tim	6	6	6	21	10	5	3	2	2	4	4
½-1 tim	9	10	9	18	18	13	5	3	3	9	9
1-2 tim	6	8	5	6	18	10	3	1	2	7	7
2-3 tim	3	4	3	3	10	3	2	1	1	3	3
Mer än 3 tim	3	3	2	2	9	3	1	1	1	4	2

Lyssnartid bland mp3-lyssnarna

Den tid som ägnas åt lyssnande på mp3 uppgår till 76 minuter en genomsnittlig dag. Ungdomarnas lyssnartid, 91 minuter, är betydligt längre än motsvarande för barn, 50 minuter. En relativt hög andel av ungdomarna, 19 procent, lyssnar mer än 2 timmar på mp3 en vanlig dag.

Anmärkning

Med lyssnande på mp3 avses all användning vilket inkluderar lyssnande på mp3-spelare/Ipod/mobiltelefon eller direkt i dator på musik, ljudbok, Spotify/Itunes eller 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*).

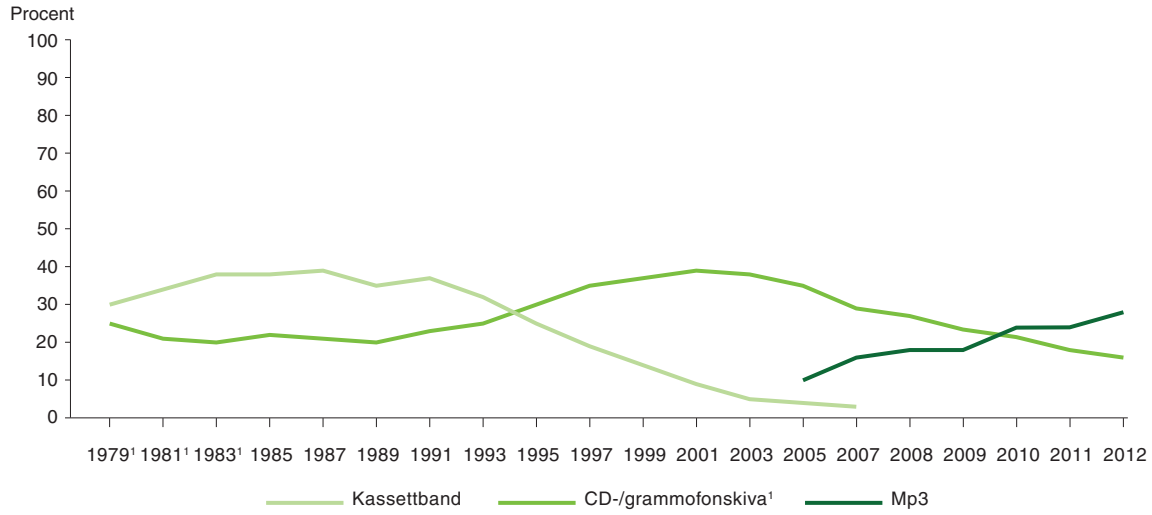
Figuren redovisar genomsnittlig lyssnartid bland dem som lyssnar på mp3 en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga lyssnartiden i hela befolkningen, vilket inkluderar alla som inte lyssnar, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2012: Befolkningens medietid*. Observera att figuren enbart baseras på dem som lyssnat en genomsnittlig dag, vilket innebär att antalet svarspersoner är relativt litet och att siffrorna därför bör tolkas med försiktighet.

Noter

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

CD-/grammofonskiva, mp3 och kassettband

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2012 (procent)



CD-/grammofonskiva, mp3 och kassettband

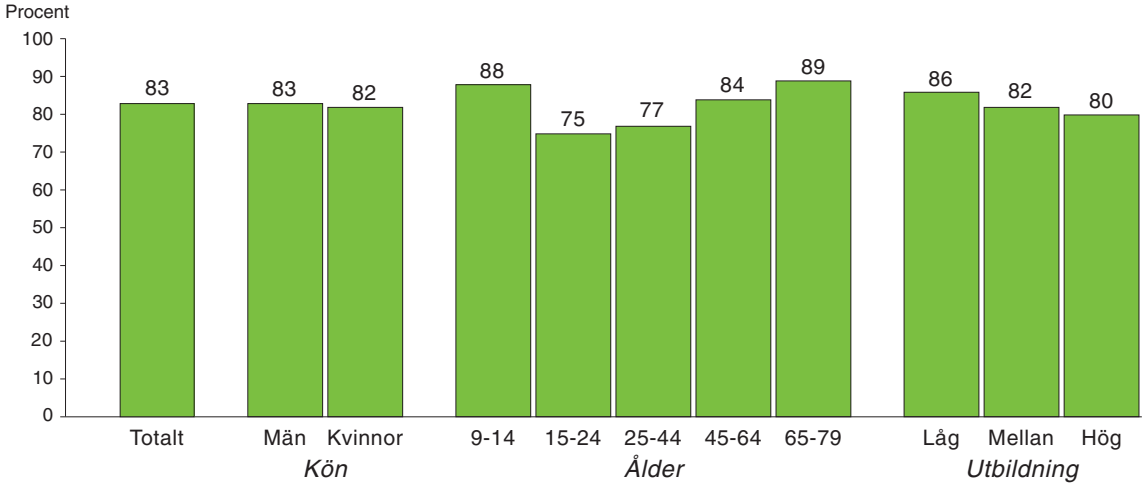
För 20 år sedan lyssnade närmare 40 procent av befolkningen på kassettband en genomsnittlig dag och nu är motsvarande siffra i det närmaste noll. Från och med 2008 ställs därför ingen separat fråga om kassettband. De låga siffrorna för kassettband under det senaste decenniet har sin bakgrund i att först CD-spelaren under 1990-talet och därefter mp3-spelaren under 2000-talet har tagit över som musikmedium.

Not

1. Fram till och med 1983 gällde frågan lyssnande på enbart grammofonskivor, därefter har frågan gällt både grammofonskivor och CD-skivor.

Television 83%

TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
År	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
2005	86	86	85	93	87	82	83	93	88	86	81
2007	85	87	83	94	83	82	84	90	88	86	80
2009	83	84	82	91	78	80	82	90	88	83	80
2011	85	85	85	92	75	81	86	91	90	83	83
2012	83	83	82	88	75	77	84	89	86	82	80

Tittar på TV

En genomsnittlig dag tittar 83 procent av befolkningen på TV och så har det varit i stort sett under det senaste decenniet. 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 44 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. De traditionella mönstren i TV-tittandet har därefter inte förändrats nämnvärt. Detta gäller flertalet grupper – med en viss nedgång i tittandet kan dock noteras främst bland 15 till 24-åringarna.

Anmärkning

Med TV-tittande avses tittande på såväl svenska och utländska kanaler som kabel-, satellit- och betal-TV. Innefattar fr o m 2007 även webb-TV och mobil-TV. Användning av video och text-TV ingår emellertid inte.

Television

Andel som tittar en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	83
	Vuxna 18-79 år	82
	Barn/ungdom 9-17 år	88
Kön	Män 9-79 år	83
	Kvinnor 9-79 år	82
	Män 18-79 år	82
	Kvinnor 18-79 år	82
	Pojkar 9-17 år	91
	Flickor 9-17 år	85
Ålder	9-14 år	88
	15-19 år	83
	20-24 år	67
	25-34 år	71
	35-44 år	82
	45-54 år	86
	55-64 år	83
	65-79 år	89
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	87
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	85
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	88
	Gymnasial utbildning > 2 år	79
	Högskola/universitet ≤ 3 år	82
	Högskola/universitet > 3 år	79

		%
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid[1]	80
	Förvärvsarbetar deltid[1]	81
	Egna företagare	86
	Pensionärer	88
	Studerande	70
	Arbetslösa[2]	74
Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	78
	Två personer (18 år och äldre)	84
	Tre eller fler (18 år och äldre)	79
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	71
	Äldre vuxna (45-79 år)	87
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	81
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	78
Hushåll (9-79 år)	En person	79
	Två personer	86
	Tre personer	81
	Fyra personer eller fler	82
Hemort (9-79 år)	Stockholm	81
	Malmö	87
	Göteborg	83
	Större städer	82
	Pendlingskommuner	83
	Glesbygdskommuner	85
	Varuproducerande kommuner	83
	Övriga kommuner	82

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, som har ökat under senare år. Barn och pensionärer tittar mer än andra åldersgrupper, närmare 90 procent i respektive grupp, en genomsnittlig dag. Lägst andel TV-tittare återfinns i åldersgruppen 20 till 24 år, 67 procent, och här är den vikande trenden tydlig och förklaras av ökad internetanvändning. Skillnaderna är i övrigt relativt små mellan olika grupper.

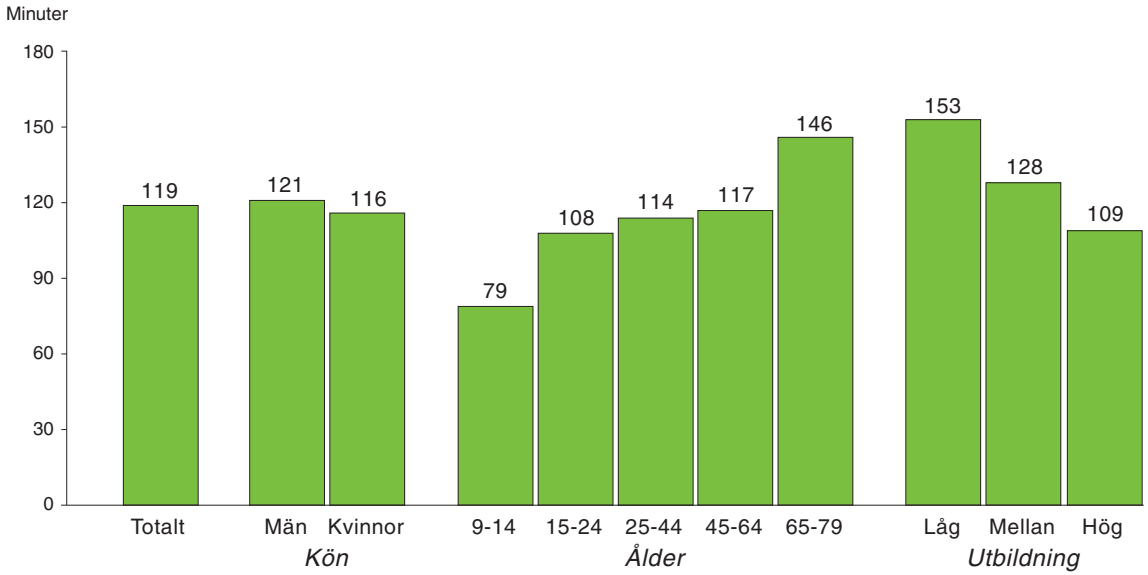
Anmärkning

Med TV-tittande avses tittande på såväl svenska och utländska kanaler som kabel-, satellit- och betal-TV. Innefattar fr o m 2007 även webb-TV och mobil-TV. Användning av video och text-TV ingår emellertid inte.

Noter

1. Avser anställda arbetare, tjänstemän eller akademiker.
2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Tittartid *bland TV-tittare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (minuter)



Tittartid *bland TV-tittare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2012 (minuter)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1986[2]	133	135	128	111	121	121	141	160	144	130	121
1989[2]	132	137	126	100	111	116	133	189	155	120	118
1991[2]	136	143	129	110	130	120	136	180	152	130	118
1995	117	116	117	102	113	103	117	154	135	116	95
1999	111	114	109	98	111	100	108	149	137	110	91
2001	118	117	118	101	129	108	112	142	141	119	96
2003	122	125	118	93	131	116	121	143	144	126	106
2005	112	112	112	90	111	103	112	137	134	115	99
2007	117	117	117	94	110	109	117	143	140	122	104
2009	116	116	116	90	113	107	117	138	139	121	105
2011	118	118	118	83	111	115	118	140	146	124	110
2012	119	121	116	79	108	114	117	146	153	128	109
Tittartid i annan apparat än TV	73	77	68	–[3]	78[4]	76	74[4]	77[4]	–[3]	84[4]	65

Tittartid bland TV-tittarna

Den genomsnittliga tittartiden bland tittarna är ungefär två timmar en vanlig dag. Tittartiden bland tittare på vanlig TV-apparat är 115 minuter och via internet 73 minuter.

Män och kvinnor ägnar i det närmaste lika mycket tid åt TV en genomsnittlig dag. Pensionärer och lågutbildade är de verkliga högkonsumenterna med omkring två och en halv timmes tittartid. För 9 till 14-åringarna gäller att de trots sin höga exponering har kortare tittartid än de vuxna, en timme och 19 minuter. Bland vuxna minskar den uppgivna tittartiden med ökad utbildning.

Tittartiden bland TV-tittarna har trots det ökade utbudet och fler möjligheter att tillgodogöra sig TV-program legat på en relativt stabil nivå sedan mitten av 1990-talet. En viss nedgång kan dock noteras under de senaste åren särskilt bland unga.

Anmärkning

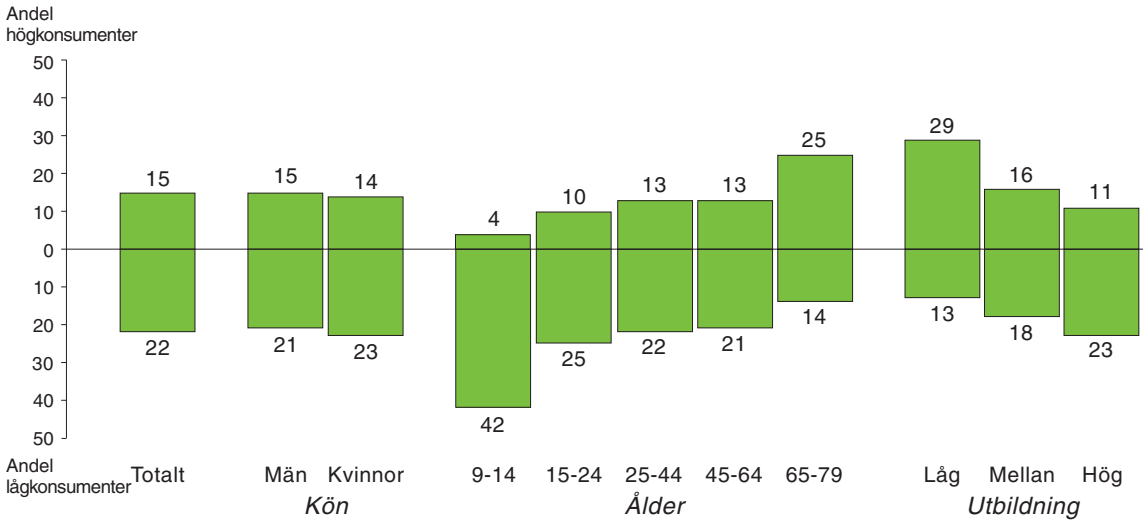
Med TV-tittande avses tittande på såväl svenska och utländska kanaler som kabel-, satellit- och betal-TV. Innefattar fr o m 2007 även webb-TV och mobil-TV. Användning av video och text-TV ingår emellertid inte. Tabellen redovisar genomsnittlig tittartid bland dem som tittar på TV en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga tittartiden i hela befolkningen, vilket inkluderar alla som inte tittar, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2012: Befolkningens medietid*.

Noter

1. Frågorna om tittartid bygger från och med 2010 på två frågor för att kunna skilja ut tittartiden för vanlig TV-apparat och tittartiden via webb. Den genomsnittliga tittartiden bland dem som tittar på TV avser allt TV-tittande oavsett plattform.
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 *Fakta om undersökningen Mediebarometern*.
3. Antalet svarspersoner är mycket lågt och siffran redovisas ej.
4. Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffran bör tolkas med försiktighet.

Television

Hög- och lågkonsumenter[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Genomsnittlig dag											
Mindre än ½ tim	6	6	6	13	7	6	5	3	2	4	7
½-1 tim	16	16	17	29	19	16	16	11	11	14	17
1-2 tim	28	28	27	30	25	27	31	25	24	27	29
2-3 tim	18	18	19	11	15	15	19	25	20	21	18
3-4 tim	8	9	8	2	5	8	8	13	17	9	7
4-5 tim	4	4	4	2	3	3	3	7	8	4	3
Mer än 5 tim	2	3	2	0	2	2	2	4	5	3	2
Tittade											
I vanlig TV-apparat	81	81	80	87	70	75	83	88	86	80	78
Via dator/mobiltelefon/ mp3/annan apparat	7	7	7	8	13	10	5	5	4	7	9
Genomsnittlig vecka	96	96	97	98	94	94	97	98	97	96	95

TV-tittandet

Andelen relativa högkonsumenter av TV – de som en vanlig dag ser tre timmar eller mer – är 15 procent, andelen har varit stabil under hela 2000-talet. 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 högutbildade. Andelen relativa lågkonsumenter – de som tittar en timma eller mindre – är högst bland de yngsta (42 procent) och fördelar sig förhållandevis jämnt i övriga grupper.

Flertalet tittar på TV i vanlig TV-apparat. Tittande på TV i dator eller annan mediespelare en genomsnittlig dag ökar dock något för varje år. 2012 uppgår andelen till 7 procent. Nästan samtliga av dem som sett på TV i dator eller annan mediaspelare har också tittat i vanlig TV-apparat.

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

Anmärkning

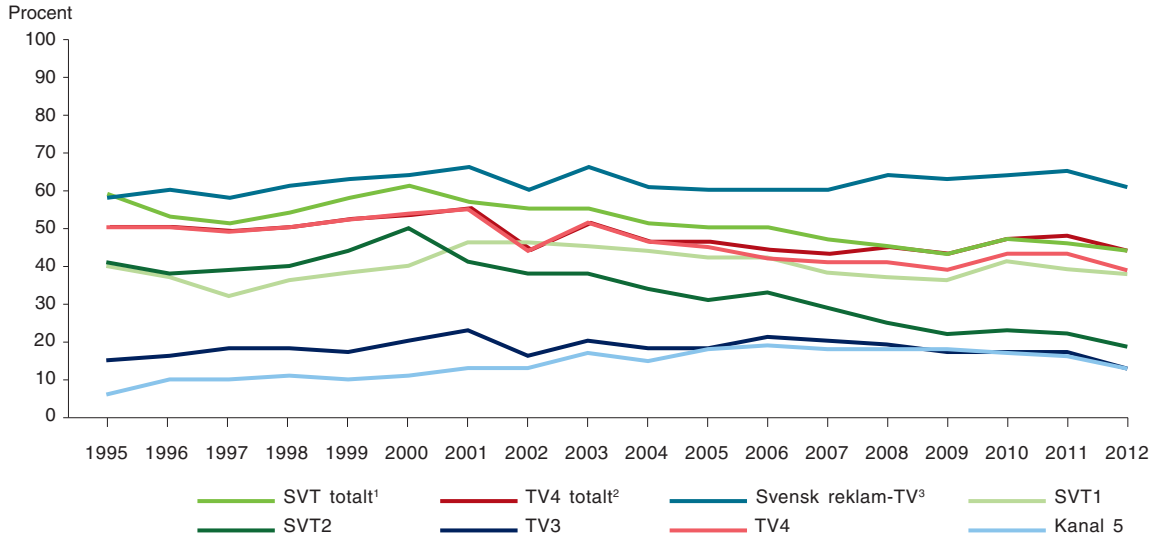
Med TV-tittande avses tittande på såväl svenska och utländska kanaler som kabel-, satellit- och betal-TV. Innefattar fr o m 2007 även webb-TV och mobil-TV. Användning av video och text-TV ingår emellertid inte. Tittartiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna fått göra en uppskattning av sin tittartid under gårdagen.

Not

1. 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.

Television

TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 1995-2012 (procent)



TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 1995-2012 (procent)

	SVT totalt¹	TV4 totalt²	Svensk reklam-TV³	SVT1	SVT2	TV3	TV4	Kanal 5
1995	59	50	58	40	41	15	50	6
1997	51	49	58	32	39	18	49	10
1999	58	52	63	38	44	17	52	10
2001	57	55	66	46	41	23	55	13
2003	55	51	66	45	38	20	51	17
2004	51	46	61	44	34	18	46	15
2005	50	46	60	42	31	18	45	18
2006	50	44	60	42	33	21	42	19
2007	47	43	60	38	29	20	41	18
2008	45	45	64	37	25	19	41	18
2009	43	43	63	36	22	17	39	18
2010	47	47	64	41	23	17	43	17
2011	46	48	65	39	22	17	43	16
2012	44	44	61	38	19	13	39	13

SVT, TV4 och svensk reklam-TV

Sedan början av 2000-talet kan en vikande trend konstateras för tittande på såväl SVT:s kanaler som någon TV4-kanal. Andelen tittare på någon av SVT:s kanaler var 2000 drygt 60 procent medan motsvarande siffra för 2012 är 44 procent. Tittandet på TV4 var 53 procent 2000 respektive 44 procent 2012. Tittarandelen för svensk reklam-TV har ökat något och är 2012 drygt 60 procent.

SVT1 och TV4 är de enskilt största kanalerna men båda har tappat något sett över en tioårsperiod. Tittarandelarna för SVT2 har däremot successivt minskat under de senaste åren i alla grupper – särskilt markant är detta bland barn och ungdomar. Samma utveckling kan noteras för flertalet kanaler när det gäller de ungas tittande.

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 SVT24).
2. Har tittat på någon av TV4:s kanaler.
3. Har tittat på någon av följande svenska reklamkanaler: TV3, TV4, Sjuan, TV4sport, TV11, TV4 Fakta, Kanal 5, TV6, TV8, eller Kanal 9.

Television

TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 1997-2012 (procent)

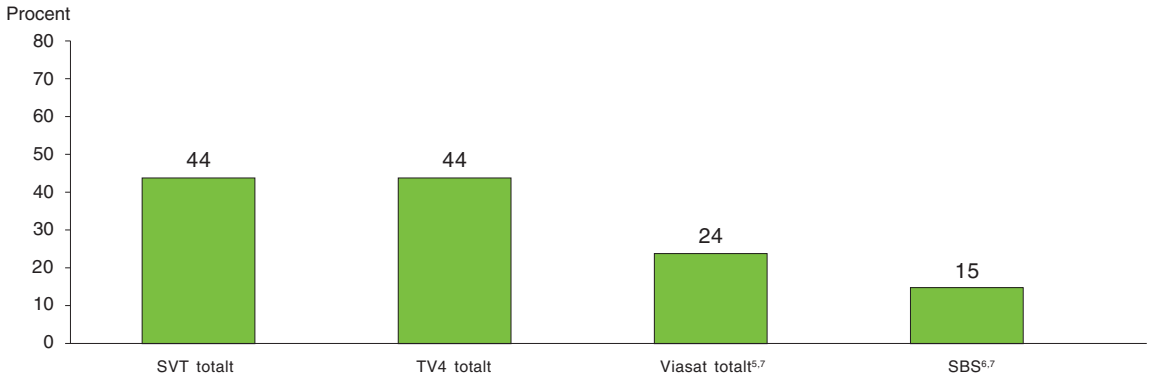
		Kön		Ålder					Utbildning		
År	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
SVT1											
1997	32	37	28	26	23	30	33	46	36	28	34
1999	38	41	35	34	26	36	39	54	46	35	38
2003	45	47	43	38	28	36	52	67	58	40	48
2005	42	43	41	24	22	35	47	68	53	40	45
2009	36	37	36	18	12	28	42	65	50	33	41
2011	39	39	40	13	14	29	49	68	58	35	45
2012	38	38	37	11	12	26	44	68	55	35	43
SVT2											
1997	39	40	38	16	22	28	49	69	53	32	41
1999	44	45	42	21	22	37	53	75	60	43	44
2003	38	43	32	16	18	29	46	63	49	36	41
2005	31	33	29	5	14	25	37	56	44	29	34
2009	22	25	20	6	6	17	26	43	32	20	25
2011	22	23	20	3	5	16	25	43	35	19	25
2012	19	22	17	4	5	15	23	34	27	19	23
TV3											
1997	18	18	15	30	29	18	10	7	11	19	13
1999	17	17	17	27	25	18	10	10	14	17	12
2003	20	21	19	28	34	24	13	13	18	20	17
2005	18	17	20	34	35	20	10	12	15	20	12
2009	17	14	20	20	30	20	13	10	15	20	15
2011	17	15	18	17	25	20	14	12	15	18	15
2012	13	10	16	11	19	16	11	9	10	15	12
TV4											
1997	49	48	49	53	54	46	45	55	56	47	38
1999	52	52	51	56	54	50	47	59	56	53	52
2003	51	55	47	50	47	51	50	58	60	53	41
2005	45	46	44	45	46	42	43	55	52	47	38
2009	39	37	41	29	28	38	43	48	48	40	37
2011	43	40	45	31	27	41	48	54	53	45	42
2012	39	38	41	30	23	40	45	46	48	42	38
Kanal 5											
1997	10	10	10	11	19	10	6	7	8	12	8
1999	10	10	9	16	17	11	5	6	8	11	7
2003	17	17	17	24	32	21	11	8	12	20	13
2005	18	15	19	28	37	21	9	7	12	21	12
2009	18	16	19	25	34	22	11	6	11	21	14
2011	16	14	18	15	29	21	12	8	11	20	14
2012	13	12	15	12	20	19	11	6	9	17	11

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.

Television

TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
SVT totalt[1]	44	44	44	26	14	33	50	73	59	40	49
SVT1	38	38	37	11	12	26	44	68	55	35	43
SVT2	19	22	17	4	5	15	23	34	27	19	23
Andra SVT-kanaler[2,7]	5	4	6	16	1	5	4	5	3	4	5
TV4 totalt[3,7]	44	43	44	34	26	43	49	52	55	46	41
TV4	39	38	41	30	23	40	45	46	48	42	38
Andra TV4-kanaler[4,7]	9	10	8	6	6	7	10	12	14	10	7
Viasat totalt[5,7]	24	25	23	29	42	25	19	16	18	26	19
TV3[7]	13	10	16	11	19	16	11	9	10	15	12
TV6[7]	10	14	6	21	27	9	5	3	5	11	6
TV8	3	3	3	1	2	3	4	5	4	4	3
SBS[6,7]	15	13	16	13	21	20	13	8	11	19	13
Kanal 5[7]	13	12	15	12	20	19	11	6	9	17	11
Kanal 9[7]	2	2	3	1	1	2	3	3	3	3	2

Kanalernas räckvidd

En genomsnittlig dag ser 44 procent av befolkningen på någon av SVT:s TV-kanaler och lika många tar del av någon TV4-kanal. Andelen av befolkningen som tar del av minst någon av de svenska reklam-TV-kanalerna är 61 procent.

Räckvidden för SVT varierar med ålder – lägst är SVT-tittandet bland ungdomar, 14 procent, och högst bland de äldsta, 73 procent. Även TV4 har en högre andel tittare bland äldre än bland yngre om än inte lika tydlig – 26 procent bland unga och 52 procent bland äldre.

Det ökade utbudet av nischade TV-kanaler har till viss del förändrat tittarnas preferenser. 24 procent tittar på någon av Viasat-kanalerna en genomsnittlig dag och 15 procent tittar på SBS kanaler (Kanal 5, Kanal 9). Dessa kanaler har sina största andelar av publiken bland ungdomar (t ex TV6, 27 procent och Kanal 5, 20 procent) medan det i gruppen 65 till 79 år rör sig om 5 respektive 9 procent för motsvarande kanaler. Under de senaste åren kan en omfördelning av TV-tittandet konstateras främst bland 15 till 24-åringarna – de har delvis förflyttat sitt TV-tittande från SVT och TV4 till andra kanaler. Största könsskillnaderna märks hos TV6, 14 procent av männen och 6 procent av kvinnorna tittar på denna kanal en genomsnittlig dag.

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.

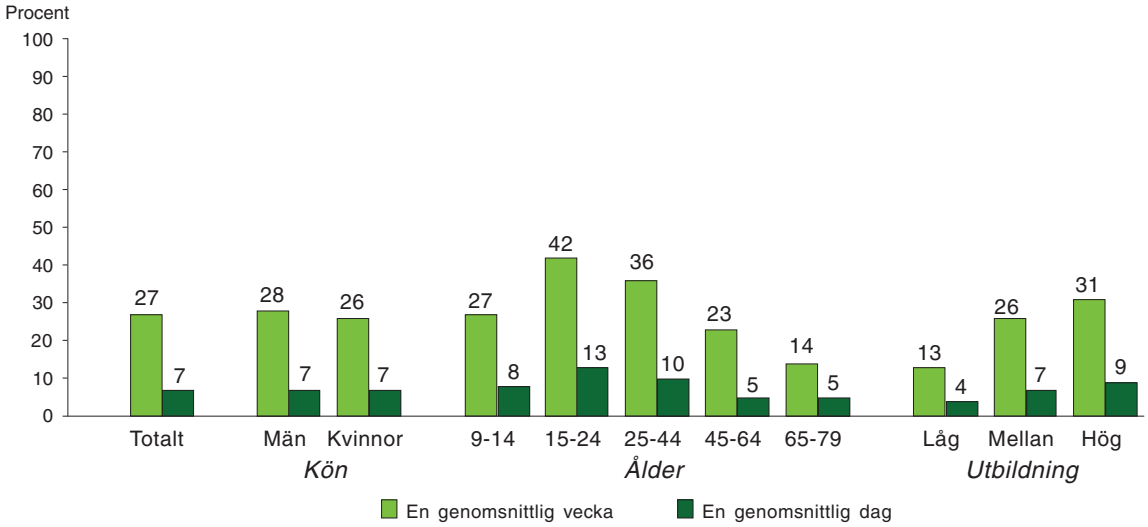
Noter

1. Har tittat på någon av SVT:s kanaler (SVT1, SVT2, Barnkanalen, Kunskapskanalen eller SVT24).
2. Har tittat på Barnkanalen, Kunskapskanalen eller SVT24.
3. Har tittat på någon av TV4:s kanaler.
4. Har tittat på Sjuan, TV11, TV4 Sport eller någon annan TV4-kanal.
5. Har tittat på TV3, TV6, TV8 eller TV1000-kanal.
6. Har tittat på Kanal 5 eller Kanal 9.
7. Hösten 2012 var tillgången till Sjuan 78%, TV11 56%, TV4 Sport 56%, Barnkanalen 80%, Kunskapskanalen 86%, SVT24 82%. TV3 85%, Kanal 5 84%, TV6 85%, TV8 62%, Kanal 9 62% och Viasat Film 12% .

Källa: MMS, Kanalpenetrationsundersökning hösten 2012.

Television

Play TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2012 (procent)



Play TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
En genomsnittlig vecka											
Play-TV (totalt)											
2011	21	21	20	17	32	30	17	9	10	22	26
2012	27	28	26	27	42	36	23	14	13	26	31
SVT Play	15	16	14	11	16	22	14	9	7	13	20
TV4 Play	6	6	6	4	11	7	6	3	4	6	7
TV3 Play	2	2	3	4	6	3	2	–	1	3	2
Kanal5 Play	2	2	2	2	5	3	1	–	1	3	2
TV6 Play	1	2	1	3	4	1	–	–	1	2	1
Annan play-kanal	3	3	2	2	4	4	2	1	1	2	4

Tittar på play TV

Tittandet på någon play-kanal ökar och det är särskilt tydligt för tittande på veckobasis. Andelen som har tittat på någon play-kanal en genomsnitlig vecka är 27 procent – motsvarande siffra 2011 uppgick till 21 procent. Veckotittandet är högst bland ungdomar, 42 procent, och bland 25 till 44-åringar, 36 procent. SVT Play når en större andel tittare, 15 procent, än övriga Play-kanaler – 6 procent har tittat på TV4 Play under en vecka. Den högsta andelen för SVT Play finns i åldersgruppen 25 till 44 år, 22 procent. Även bland högutbildade är andelen tittare relativt hög, 20 procent. Andelen som ser på någon play-kanal en genomsnittlig dag uppgår till 7 procent, 2011 såg 6 procent på någon play-kanal en vanlig dag.

Television

Andel som tittar på play TV en genomsnittlig dag (A) och en genomsnittlig vecka (B) 2012 (procent)

		A	B
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	7	27
	Vuxna 18-79 år	7	27
	Barn/ungdom 9-17 år	9	30
Kön	Män 9-79 år	7	28
	Kvinnor 9-79 år	7	26
	Män 18-79 år	8	29
	Kvinnor 18-79 år	6	25
	Pojkar 9-17 år	7	27
	Flickor 9-17 år	12	33
Ålder	9-14 år	8	27
	15-19 år	13	40
	20-24 år	13	44
	25-34 år	12	39
	35-44 år	8	34
	45-54 år	6	27
	55-64 år	3	20
	65-79 år	5	14
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	2	10
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	7	19
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	5	27
	Gymnasial utbildning > 2 år	8	27
	Högskola/universitet ≤ 3 år	9	30
	Högskola/universitet > 3 år	8	33
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid[1]	7	30
	Förvärvsarbetar deltid[1]	8	30
	Egna företagare	7	30
	Pensionärer	4	13
	Studerande	12	45
	Arbetslösa[2]	5	26
Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	6	22
	Två personer (18 år och äldre)	7	27
	Tre eller fler (18 år och äldre)	8	32
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	13	41
	Äldre vuxna (45-79 år)	4	17
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	8	31
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	9	38
Hushåll (9-79 år)	En person	7	21
	Två personer	6	22
	Tre personer	7	33
	Fyra personer eller fler	9	33
Hemort (9-79 år)	Stockholm	8	31
	Malmö	12	32
	Göteborg	9	32
	Större städer	8	29
	Pendlingskommuner	5	23
	Glesbygdskommuner	6	23
	Varuproducerande kommuner	5	22
	Övriga kommuner	6	23

Play TV-tittaren

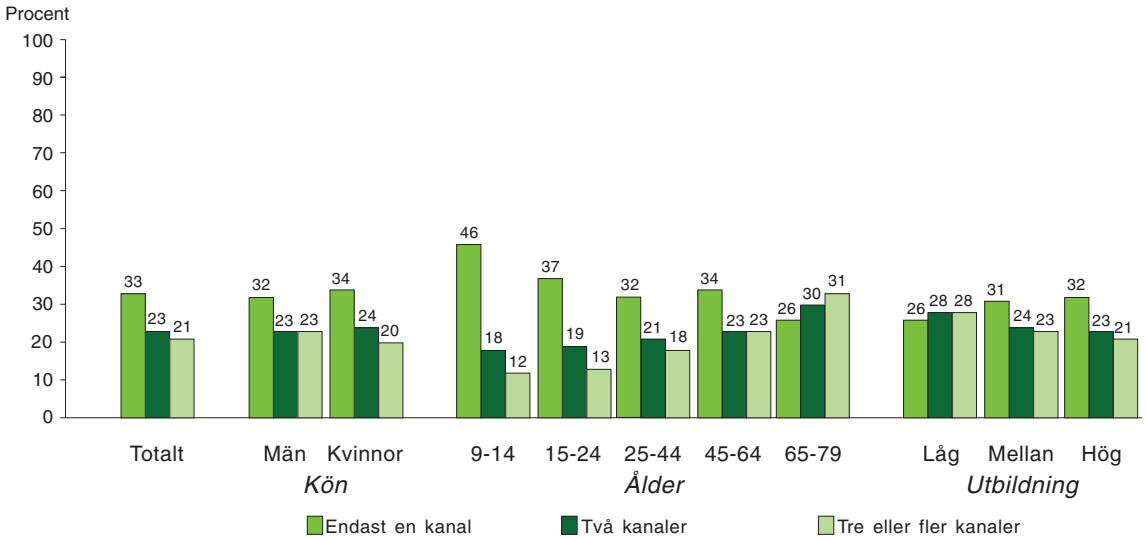
Tittandet på någon play-kanal en genomsnittlig vecka är högst bland unga med andelar upp till 44 procent. De lägsta tittarandelarna finns bland personer med kortare än nio års utbildning och bland pensionärer (14 respektive 10 procent). Andelen tittare på någon play-kanal en genomsnittlig vecka är också något högre i Stockholm, Göteborg, Malmö samt i större städer jämfört med övriga landet. Förklaringen till de geografiska skillnaderna kan vara att medelåldern är lägre i större städer.

Noter

1. Avser anställda arbetare, tjänstemän eller akademiker.
2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Television

Tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012: antal kanaler (procent)



Tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Genomsnittligt antal kanaler bland tittare	2,0	2,1	2,0	1,5	1,9	2,1	2,1	2,4	2,3	2,2	2,1
Kanalkombinationer											
Enbart SVT[1]	17	16	18	15	6	12	18	27	19	13	21
Enbart svensk reklam-TV[2]	34	33	34	48	56	40	30	13	23	38	27
Tittar											
I bostaden	80	80	80	86	70	75	81	87	84	79	78
På arbetet	1	1	1	–	1	1	1	0	0	1	1
På annan plats	2	3	2	1	4	2	2	2	2	2	2

TV-tittande: kanal och plats

33 procent av befolkningen ser en genomsnittlig dag enbart på en TV-kanal. Något färre, 23 procent, har sett på två TV-kanaler och 21 procent har sett på tre eller fler TV-kanaler. Skillnaderna är relativt små mellan olika grupper. Men män ser på fler kanaler än kvinnor, äldre ser på fler kanaler än de yngsta och lågutbildade ser på fler kanaler än högutbildade.

Det är fler som enbart ägnar sig åt att titta på svensk reklam-TV jämfört med dem som endast tittar på SVT:s kanaler. Andelen som enbart har sett på någon av SVT:s kanaler ökar med stigande ålder och andelen som enbart ser på svensk reklam-TV är högre bland yngre än bland äldre.

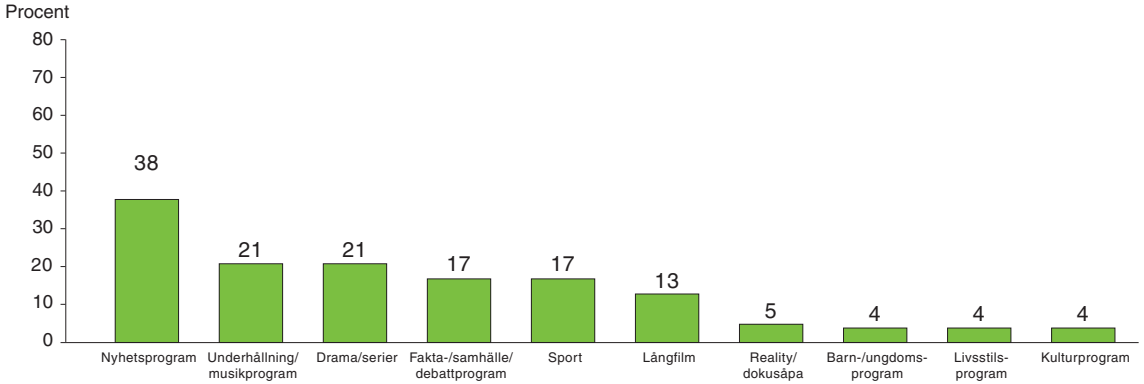
TV-tittandet äger nästan uteslutande rum i hemmet, 80 procent, men 4 procent av 15 till 24-åringarna tittar på TV utanför hemmet.

Noter

1. Har tittat på någon av SVT:s kanaler (SVT1, SVT2, Barnkanalen, Kunskapskanalen eller 24).
2. Har tittat på någon av följande svenska reklamkanaler: TV3, TV4, Sjuan, TV11, TV4 Fakta, Kanal 5, TV6, Sjuan, TV8, eller Kanal 9.

Television

TV-tittare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012: programkategorier (procent)



TV-tittare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012: programkategorier (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Nyhetsprogram	38	40	36	6	12	28	47	65	54	38	43
Underhållning/ musikprogram	21	18	24	23	18	18	21	25	25	21	19
Drama/serier	21	19	23	32	30	22	17	16	18	22	21
Fakta-/samhälle-/ debattprogram	17	18	16	8	10	14	18	26	21	19	18
Sport	17	25	9	7	8	14	19	27	25	19	16
Långfilm	13	14	13	8	13	15	16	11	13	14	13
Reality/dokusåpa	5	4	7	4	7	6	5	5	5	6	5
Barn-/ungdomsprogram	4	3	4	24	2	4	1	0	0	1	2
Livsstilsprogram	4	3	5	2	4	4	4	5	5	4	4
Kulturprogram	4	4	4	1	3	3	4	7	5	4	4

Programtittande på TV

Nyhetsprogrammen är den enskilda programkategori i TV som har flest tittare, 38 procent av befolkningen har sett några TV-nyheter en genomsnittlig dag. Därefter kommer underhållning-/musikprogram och drama/serier, 21 procent, fakta-/samhälle-/debattprogram och sport, vardera 17 procent samt långfilm 13 procent.

Att se på nyheter är i hög grad relaterat till ålder; i åldersgruppen 15 till 24 år är andelen som ser på nyheter 12 procent och bland de äldsta 65 procent. Samma gäller tittande på fakta-/samhälls-/debattprogram samt sport. Män och kvinnor ser nyheter i lika stor utsträckning, medan lågutbildade – där de äldre utgör en betydande del – ser nyheter i något större utsträckning än högutbildade.

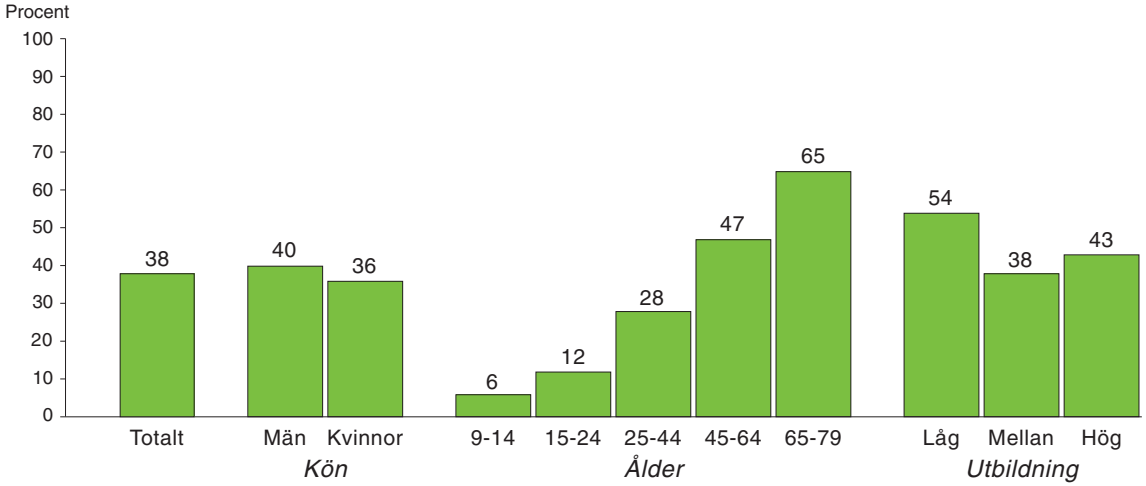
Det är betydligt fler bland de unga som tittar på drama/serier än vad som gäller i andra åldersgrupper.

Anmärkning

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

Television

Tittar på TV-nyheter i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Tittar på TV-nyheter i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2001-2012 (procent)

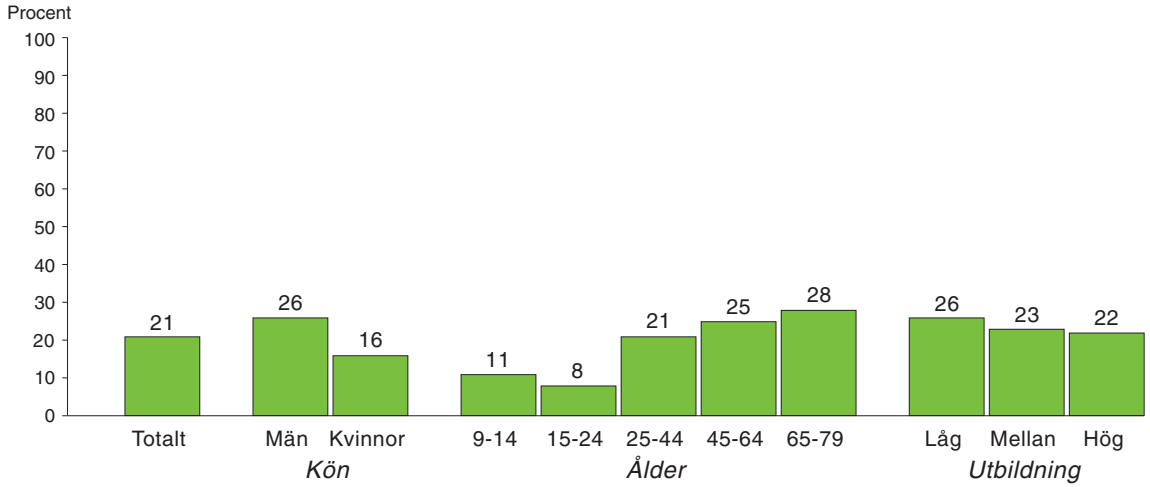
		Kön		Ålder					Utbildning		
År	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
2001	55	57	53	16	30	47	70	83	72	52	60
2002	53	54	52	15	24	46	66	75	63	49	61
2003	49	59	46	11	22	43	62	77	66	48	54
2004	49	48	51	7	19	44	64	75	65	48	58
2005	46	46	46	12	20	38	57	75	64	44	49
2006	43	43	43	7	15	33	56	72	59	41	50
2007	39	42	37	5	14	34	48	68	57	41	42
2008	41	41	40	4	12	32	54	71	58	37	49
2009	37	37	36	6	9	29	48	62	53	35	42
2010	41	41	40	8	13	31	52	70	57	42	46
2011	44	44	43	7	14	33	57	73	64	42	48
2012	38	40	36	6	12	28	47	65	54	38	43

Tittar på nyheter

Ett ändrat beteende vad gäller att titta på nyheter i TV kan konstateras i stort sett oavsett kön, ålder och utbildning även om det är mest markant bland ungdomar och högutbildade. I början av 2000-talet tittade drygt hälften, 55 procent, av befolkningen på TV:s nyhetsprogram en genomsnittlig dag. Denna andel sjönk fram t o m 2007 och nu finns det tendenser till ytterligare minskning. 2012 ser 38 procent på nyheter. Under det senaste decenniet har konsumtionen av TV-nyheter sjunkit bland ungdomar från 30 procent till 12 procent och bland högutbildade från 60 procent år 2001 till 43 procent 2012.

Text-TV 21%

Text-TV-användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Text-TV-användare 9-79 år en genomsnittlig dag 1994-2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
År	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
1997	25	34	17	19	33	27	23	17	21	29	25
1999	29	36	21	19	35	34	25	28	30	32	27
2001	28	36	20	18	36	33	25	24	25	31	29
2003	30	38	21	19	31	36	28	26	28	33	30
2005	29	37	21	17	35	37	25	25	26	34	30
2007	26	33	19	12	18	33	27	28	25	29	29
2008	25	31	20	11	19	31	25	28	26	29	26
2009	24	30	18	11	16	28	24	28	26	24	26
2010	23	29	18	11	12	26	28	28	26	24	27
2011	21	27	16	9	11	22	25	29	26	22	23
2012	21	26	16	11	8	21	25	28	26	23	22

Använder text-TV

Drygt 20 procent av befolkningen använder text-TV en genomsnittlig dag. Den dagliga räckvidden är klart högre bland män än kvinnor. Personer över 25 år använder text-TV i större utsträckning än barn och ungdomar. Text-TV:s räckvidd är i stort sett lika hög i alla utbildningsgrupper.

Text-TV-användningen ökade under hela 1990-talet och stabiliserades i början av 2000. De senaste åren kan dock en viss nedgång noteras framförallt bland ungdomar och 25 till 44-åringar.

Anmärkning

Med användning av text-TV avses såväl användning av informationssidor som användning av den särskilda programtextning som finns för vissa program. Innefattar fr o m 2008 även text-TV via internet.

Text-TV

Andel som använder text-TV en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	21
	Vuxna 18-79 år	22
	Barn/ungdom 9-17 år	10
Kön	Män 9-79 år	26
	Kvinnor 9-79 år	16
	Män 18-79 år	29
	Kvinnor 18-79 år	17
	Pojkar 9-17 år	11
	Flickor 9-17 år	8
Ålder	9-14 år	11
	15-19 år	8
	20-24 år	8
	25-34 år	16
	35-44 år	24
	45-54 år	25
	55-64 år	24
	65-79 år	28
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	25
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	28
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	28
	Gymnasial utbildning > 2 år	20
	Högskola/universitet ≤ 3 år	23
	Högskola/universitet > 3 år	20

		%
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid[1]	23
	Förvärvsarbetar deltid[1]	18
	Egna företagare	21
	Pensionärer	29
	Studerande	8
	Arbetslösa[2]	22
Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	21
	Två personer (18 år och äldre)	25
	Tre eller fler (18 år och äldre)	15
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	15
	Äldre vuxna (45-79 år)	27
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	20
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	19
Hushåll (9-79 år)	En person	21
	Två personer	26
	Tre personer	18
	Fyra personer eller fler	16
Hemort (9-79 år)	Stockholm	19
	Malmö	27
	Göteborg	19
	Större städer	21
	Pendlingskommuner	18
	Glesbygdskommuner	19
	Varuproducerande kommuner	19
	Övriga kommuner	23

Text-TV-användaren

Män är de flitigaste användarna av text-TV, närmare 30 procent av dem använder text-TV en vanlig dag, medan motsvarande siffra för kvinnor är 16 procent. Andelen användare ökar med ålder, från 8 procent bland ungdomar 15 till 19 år till 28 procent bland de äldsta. Den lägsta andelen kan noteras bland flickor (8 procent).

Anmärkning

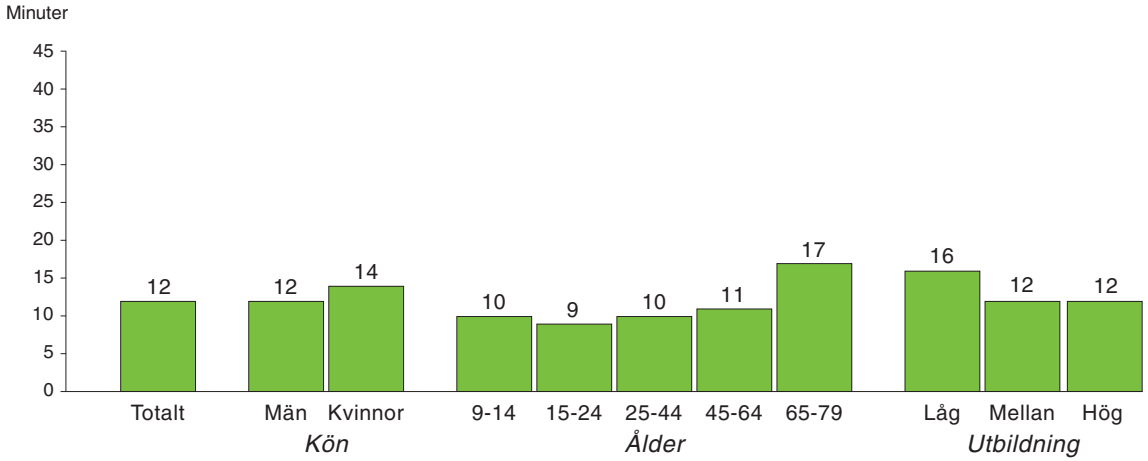
Med användning av text-TV avses såväl användning av informationssidor som användning av den särskilda programtextning som finns för vissa program. Innefattar fr o m 2008 även text-TV via internet.

Noter

1. Avser anställda arbetare, tjänstemän eller akademiker.
2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Text-TV 12 minuter

Användartid *bland text-TV-användare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (minuter)



Användartid *bland text-TV-användare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 1996-2012 (minuter)

		Kön		Ålder					Utbildning		
År	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1996	10	11	8	8	11	10	11	11	10	11	10
1997	10	12	8	8	9	10	12	14	14	10	9
1999	11	11	9	8	9	11	10	14	12	11	10
2001	10	11	9	6	9	9	10	14	13	10	10
2003	10	10	10	7	7	10	11	14	12	10	10
2004	9	10	8	5	9	9	9	11	10	9	9
2005	10	11	9	6	8	9	11	14	11	11	9
2006	11	11	10	6	8	9	11	16	13	11	10
2007	10	10	10	6	6	9	10	15	14	10	9
2008	10	11	9	6	6	9	10	14	12	9	10
2009	10	10	10	10	7	9	10	15	13	10	9
2010	10	11	9	10	7	9	10	13	11	11	10
2011	12	12	12	7	8	11	10	17	17	11	11
2012	12	12	14	10	9	10	11	17	16	12	12

Användartid text-TV

Bland dem som använder text-TV är användningen 12 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 – någon liten ökning kan dock noteras för senare år.

Anmärkning

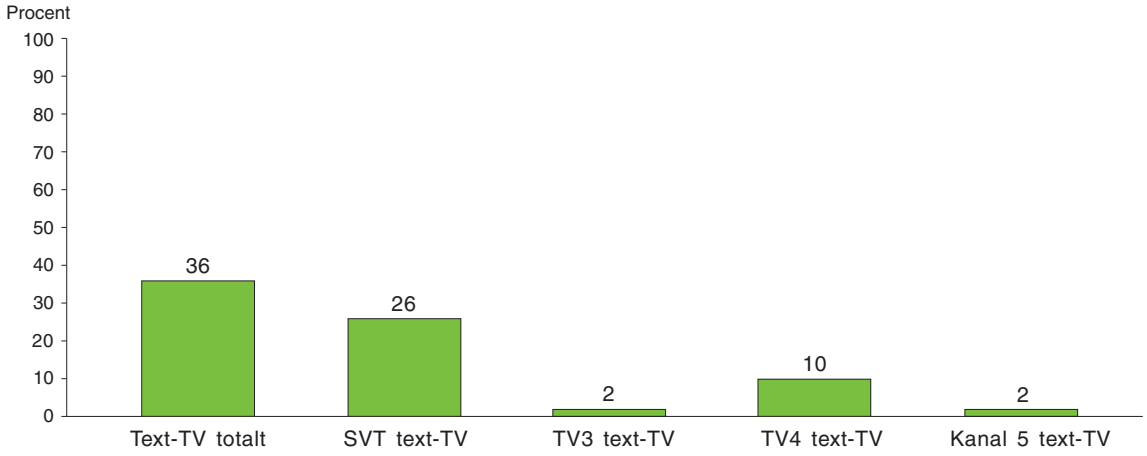
Med användning av text-TV avses såväl användning av informationssidor som användning av den särskilda programtextning som finns för vissa program. Innefattar fr o m 2008 även text-TV via internet.
Observera att tabellen enbart baseras på dem som tittat på text-TV en genomsnittlig dag, vilket innebär 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 *Mediedagen 2012: Befolkningens medietid.*

Not

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

Text-TV

Användning av text-TV 9-79 år en genomsnittlig vecka 2012 (procent)



Användning av text-TV 9-79 år en genomsnittlig vecka 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Text-TV-kanaler											
SVT	26	32	21	10	9	29	32	34	32	29	28
TV3	2	2	2	2	3	2	2	2	1	3	2
TV4	10	10	11	6	4	11	13	12	13	12	10
Kanal 5	2	1	3	2	2	3	2	1	1	2	2
Typ av information											
Nyheter	19	22	17	5	6	23	23	25	21	22	22
Sport	13	21	6	6	7	14	16	16	18	14	13
Programtablåer	10	10	11	8	7	14	10	11	10	11	11
Ekonomi	5	6	3	–	1	3	6	9	6	5	6
Väder	4	5	3	1	1	3	6	6	5	4	5
Spel/lotteri	3	3	2	–	–	2	4	4	5	3	2
Textning	2	1	3	3	1	1	3	4	3	2	2
Annonser/reklam	0	–	–	–	–	–	–	1	–	–	–

Användning av TV-kanaler för text-TV

Sveriges Televisions text-TV har klart flest användare med en veckoräckvidd på 26 procent medan TV4:s text-TV används av 10 procent. Övriga text-TV-kanaler har relativt låga publikandelar. Mönstret är stabilt över tid.

SVT har störst räckvidd i alla grupper. Bland barn och ungdomar är skillnaderna mellan SVT och TV4 lägst. Männens högre text-TV-användning jämfört med kvinnornas gäller framför allt SVT. I övrigt är skillnaderna mellan olika gruppers användning små.

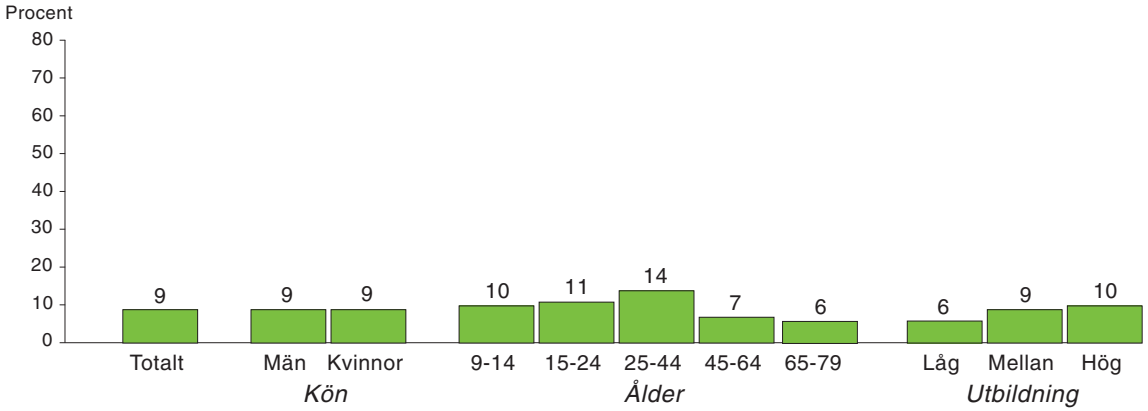
De vanligaste användningsområdena för text-TV är främst nyheter men även sport och information om programtablåer. Under en genomsnittlig vecka använder mellan 10 och 19 procent av befolkningen text-TV för information inom något av dessa områden. Män är överrepresenterade när det gäller sport men också i fråga om nyheter.

Anmärkning

Med användning av text-TV avses såväl användning av informationssidor som användning av den särskilda programtextning som finns för vissa program. Innefattar fr o m 2008 även text-TV via internet.

Video/DVD 9%

Video/DVD-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Video/DVD-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
År	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1979	1	1	1	3	2	1	0	1	1	1	2
1981	5	6	3	7	6	8	2	0	3	7	5
1985	7	9	5	15	14	5	4	0	4	8	6
1989	9	9	9	19	15	10	6	1	7	11	7
1991	4	5	2	11	5	4	2	–	1	4	5
1993	10	10	10	22	15	10	7	4	7	11	8
1995	16	17	15	31	22	19	9	6	10	17	15
1997	15	15	14	29	20	14	13	7	11	14	14
1999	17	18	17	31	23	18	12	12	12	17	15
2001	15	16	13	33	23	15	9	10	11	15	10
2003[1]	14	16	13	36	23	15	9	7	8	12	13
2005[1]	15	16	15	26	26	17	10	9	10	16	13
2007[1]	14	15	14	27	26	17	9	6	8	15	13
2009[1]	13	14	12	24	18	14	9	8	6	12	12
2010[1]	11	10	11	14	15	14	8	6	6	12	11
2011[1]	10	10	9	16	13	13	7	5	4	11	9
2012[1]	9	9	9	10	11	14	7	6	6	9	10

Tittar på video/DVD

9 procent av befolkningen tittar på rörliga bilder via video/DVD eller en inspelningsbar hårddisk en genomsnittlig dag, 1999 var motsvarande siffra 17 procent. Det är i första hand bland barn och ungdomar som den nedåtgående trenden i tittande kan noteras. Detta är en effekt av den ökade tillgången till alternativa plattformer som erbjuder rörliga bilder. Andelen tittare en genomsnittlig dag är 2012 högst i åldersgruppen 25 till 44 år. Bland pensionärer är andelen 6 procent.

Anmärkning

Med tittande på video/DVD avses såväl tittande på inspelade TV-program som tittande på hyr- och köpfilm. Även tittande på PVR/hårddisk ingår här.

Not

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

Video/DVD

Andel som tittar en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	9
	Vuxna 18-79 år	9
	Barn/ungdom 9-17 år	10
Kön	Män 9-79 år	9
	Kvinnor 9-79 år	9
	Män 18-79 år	9
	Kvinnor 18-79 år	9
	Pojkar 9-17 år	9
	Flickor 9-17 år	12
Ålder	9-14 år	10
	15-19 år	12
	20-24 år	10
	25-34 år	15
	35-44 år	13
	45-54 år	8
	55-64 år	7
	65-79 år	6
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	5
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	8
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	11
	Gymnasial utbildning > 2 år	9
	Högskola/universitet ≤ 3 år	10
	Högskola/universitet > 3 år	10

		%
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid[1]	11
	Förvärvsarbetar deltid[1]	10
	Egna företagare	8
	Pensionärer	6
	Studerande	11
	Arbetslösa[2]	7
Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	8
	Två personer (18 år och äldre)	9
	Tre eller fler (18 år och äldre)	11
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	11
	Äldre vuxna (45-79 år)	6
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	10
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	17
Hushåll (9-79 år)	En person	7
	Två personer	7
	Tre personer	14
	Fyra personer eller fler	11
Hemort (9-79 år)	Stockholm	11
	Malmö	11
	Göteborg	10
	Större städer	9
	Pendlingskommuner	6
	Glesbygdskommuner	9
	Varuproducerande kommuner	10
	Övriga kommuner	9

Video/DVD-tittaren

Från att ha varit de ungas medium har tittande på video/DVD idag en något jämnare åldersfördelning. Andelen tittare är dock fortfarande högre bland personer under 45 år än bland äldre. Småbarnsföräldrar är den grupp som använder video/DVD mest en genomsnittlig dag,17 procent. Att tittandet är mer utbrett bland de unga förklarar också den högre andelen tittare i större hushåll. I övrigt är skillnaderna relativt små mellan olika grupper.

Anmärkning

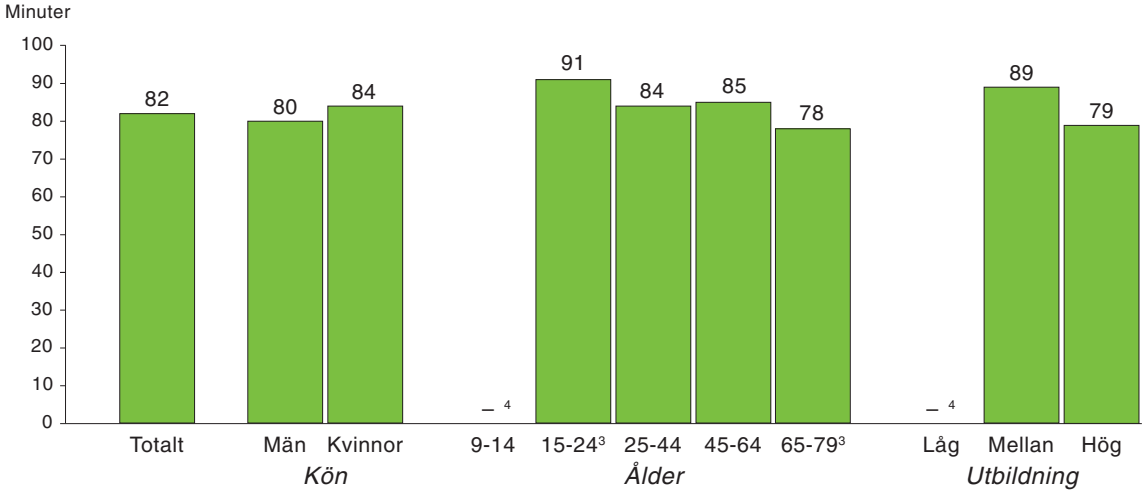
Med tittande på video/DVD avses såväl tittande på inspelade TV-program som tittande på hyr- och köpfilm. Även tittande på PVR/hårddisk ingår här.

Noter

1. Avser anställda arbetare, tjänstemän eller akademiker.
2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Video/DVD 82 minuter

Tittartid *bland video/DVD-tittare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (minuter)



Tittartid *bland video/DVD-tittare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2012 (minuter)

		Kön		Ålder					Utbildning		
År	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1986[2]	89	94	83	87	103	87	67	65	85	95	85
1987[2]	91	95	86	86	108	85	76	88	86	100	86
1989[2]	86	94	79	83	84	91	86	68	88	90	80
1991[2]	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
2005	77	81	74	75	87	76	70	74	75	78	74
2007	81	82	80	83	94	79	76	63	72	83	78
2008	78	78	78	74	85	80	77	63	72	81	77
2009	79	81	78	78	90	77	76	74	82	83	74
2011	75	76	74	74	88	80	61[3]	–[4]	–[4]	79	72
2012	82	80	84	–[4]	91[3]	84	85	78[3]	–[4]	89	79

Tittartid bland video/DVD-tittarna

De som en vanlig dag tittar på video/DVD gör det i genomsnitt 1 timma och 22 minuter. Variationen mellan olika grupper är förhållandevis liten. Ungdomar har emellertid något längre tittartid än andra grupper.

Anmärkning

Med tittande på video/DVD avses såväl tittande på inspelade TV-program som tittande på hyr- och köpfilm. Även tittande på PVR/hårddisk ingår här.

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 2012: Befolkningens medietid*.

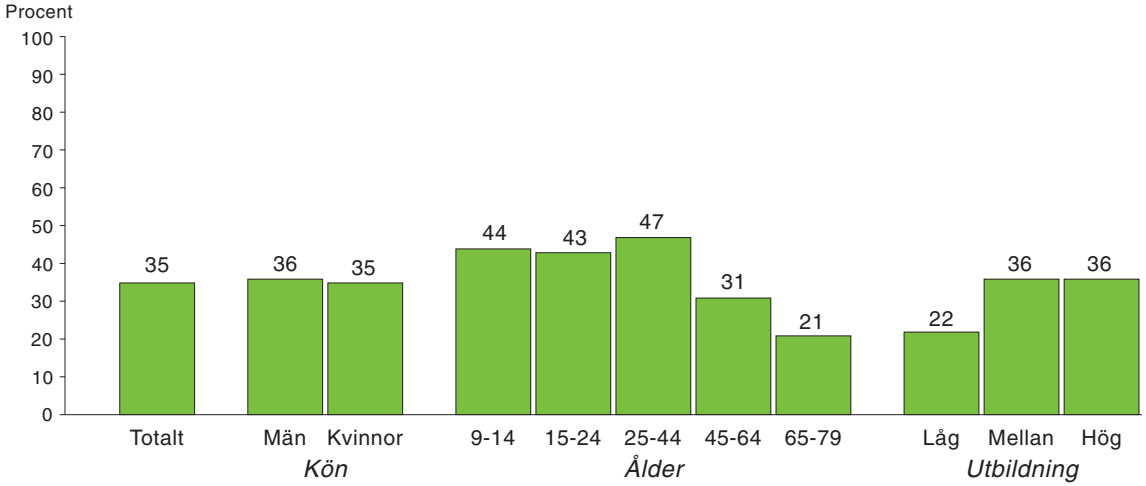
Observera att tabellen enbart baseras på dem som tittat en genomsnittlig dag, vilket innebär att antalet svarspersoner är relativt litet och att siffrorna därför bör tolkas med försiktighet.

Noter

1. Den genomsnittliga tittartiden bland dem som tittar på video/DVD.
2. 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 avsnittet *Fakta om undersökningen Mediebarometern*.
3. Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffran bör tolkas med försiktighet.
4. Antalet svarspersoner är mycket lågt och siffran redovisas ej.

Video/DVD

Video/DVD-tittare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2012 (procent)



Video/DVD-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Genomsnittlig dag											
Video-/DVD-tittare	9	9	9	10	11	14	7	6	6	9	10
Inspelade TV-program	3	3	3	1	2	3	3	4	3	3	3
Hyrfilm[1]	2	2	2	4	2	4	1	0	0	3	2
Köpfilm	4	4	4	6	5	7	2	1	2	5	4
Nedladdad från internet	1	1	0	0	2	1	0	0	0	1	0
Annan video/DVD	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0

Video/DVD-tittandet

Andelen som tittar på video/DVD en genomsnittlig vecka uppgår till 35 procent och var tionde använder video/DVD en genomsnittlig dag. Veckoanvändningen är i likhet med användningen en genomsnittlig dag högre bland personer under 45 år än bland äldre, men även något högre bland medel- och högutbildade än lågutbildade.

Tittandet på köpfilm och hyrda video/DVD-filmer har minskat under de senaste åren. Användningen av video/DVD för att se köpfilm är högst bland personer mellan 25 och 44 år, 7 procent en genomsnittlig dag, och det är samma siffra som 2009. En minskning kan dock noteras främst bland barn, från 15 procent 2009 till 6 procent 2012.

Anmärkning

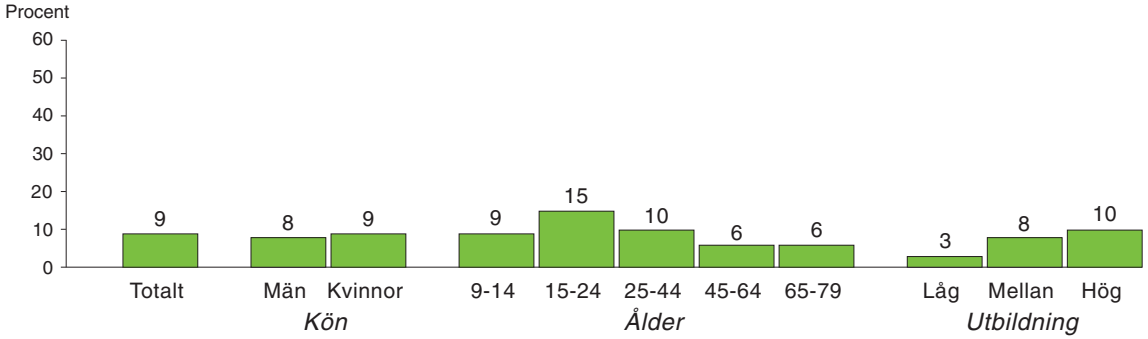
Med tittande på video/DVD avses såväl tittande på inspelade TV-program som tittande på hyr- och köpfilm. Även tittande på PVR/hårddisk ingår här.

Not

1. Innefattar även film som är hyrd via nätet (via bredband i TV).

Bio 9%

Biobesökare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2012 (procent)



Biobesök/filmtittande 9-79 år en genomsnittlig vecka/månad/dag 1995-2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Genomsnittlig vecka											
1995	7	8	6	8	17	7	4	2	2	9	11
1999	7	7	8	11	14	10	4	1	1	8	10
2003	8	7	8	10	18	9	4	2	1	8	10
2009	8	9	8	11	15	9	6	5	3	8	10
2011	7	7	8	8	14	8	5	4	4	8	8
2012	9	8	9	9	15	10	6	6	3	8	10
Genomsnittlig månad											
1995	24	25	22	34	52	23	16	3	10	29	32
1999	28	26	30	47	55	33	17	3	7	28	34
2003	28	27	28	44	57	35	17	8	9	27	34
2009	31	30	32	44	53	33	24	15	13	30	34
2011	28	28	29	47	48	29	20	17	12	28	28
2012	31	30	32	44	53	34	23	18	14	27	34
Genomsnittlig dag											
Bio	1	1	1	1	2	1	1	–	–	1	1
Inspelad film	3	3	3	1	2	3	3	4	3	3	3
Hyrfilm	1	1	1	2	2	2	1	–	–	1	2
Köpfilm	4	4	4	6	5	7	2	1	2	5	4
Nedladdat film	1	1	–	–	2	1	–	–	–	1	–
Långfilm på TV	13	14	13	8	13	15	16	11	13	14	13
Någon långfilm (ej bio)[1]	18	18	18	15	20	23	19	12	14	19	19

Biobesök

En genomsnittlig dag går 1 procent av befolkningen på bio, under en vecka går 9 procent på bio och 31 procent gör minst ett biobesök under en genomsnittlig månad. En ökning kan noteras under senare år – inte minst bland äldre.

Biobesöken en genomsnittlig månad har ökat i alla åldersgrupper under det senaste decenniet och störst är ökningen bland de äldre. År 1999 låg andelen biobesökare för åldersgruppen 65 till 79 år på 3 procent och 2012 är motsvarande siffra 18 procent. Kvinnor och män går i stort sett lika mycket på bio.

Ungdomar går fortsatt betydligt oftare på bio än andra grupper trots ett ökat tittande på film via dator.

När det gäller tittande på långfilm i befolkningen en genomsnittlig dag har televisionen störst betydelse. En sammanslagning av allt tittande på långfilm oavsett medium, visar att närmare en femtedel av befolkningen ser på långfilm en genomsnittlig dag.

Anmärkning

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

Not

1. Med tittande på långfilm avses tittande på TV, video/DVD eller internet.

Bio

Andel som besöker biograf en genomsnittlig vecka 2012 (procent)

		%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	9
	Vuxna 18-79 år	8
	Barn/ungdom 9-17 år	11
Kön	Män 9-79 år	8
	Kvinnor 9-79 år	9
	Män 18-79 år	8
	Kvinnor 18-79 år	9
	Pojkar 9-17 år	9
	Flickor 9-17 år	12
Ålder	9-14 år	9
	15-19 år	14
	20-24 år	16
	25-34 år	13
	35-44 år	8
	45-54 år	7
	55-64 år	6
	65-79 år	6
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	2
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	5
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	7
	Gymnasial utbildning > 2 år	9
	Högskola/universitet ≤ 3 år	9
	Högskola/universitet > 3 år	10

		%
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid[1]	8
	Förvärvsarbetar deltid[1]	8
	Egna företagare	7
	Pensionärer	6
	Studerande	17
	Arbetslösa[2]	10
(18-79 år)	En person (18 år och äldre)	10
	Två personer (18 år och äldre)	7
	Tre eller fler (18 år och äldre)	9
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	15
	Äldre vuxna (45-79 år)	6
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	9
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	6
Hushåll (9-79 år)	En person	10
	Två personer	7
	Tre personer	10
	Fyra personer eller fler	9
Hemort (9-79 år)	Stockholm	13
	Malmö	9
	Göteborg	12
	Större städer	9
	Pendlingskommuner	6
	Glesbygdskommuner	6
	Varuproducerande kommuner	9
	Övriga kommuner	5

Biobesökaren

Unga människor, 15 till 24 år, studerande och yngre vuxna utan barn går på bio i större utsträckning än andra grupper. Medel- och högutbildade går oftare på bio än lågutbildade. Andelen biobesökare är högre i Stockholm och Göteborg än i övriga Sverige, vilket beror på tillgången till biografer.

Anmärkning

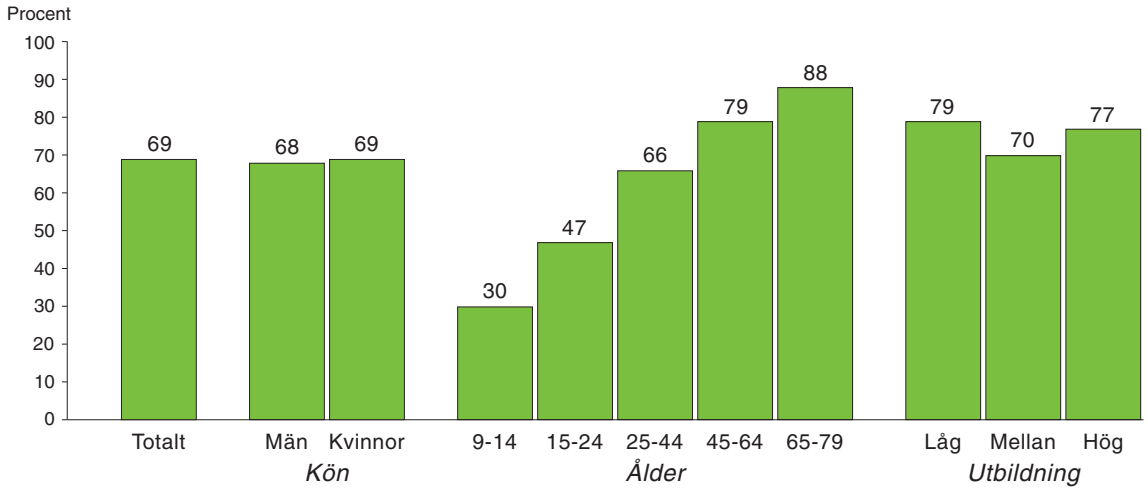
Med biografbesök avses alla typer av biografbesök, inklusive visningar i filmklubbar och på filmfestivaler etc.

Noter

1. Avser anställda arbetare, tjänstemän eller akademiker.
2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Dagspress 69%

Dagspressläsare[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Dagspressläsare[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 1990-2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
År	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1990	84	86	82	47	78	88	92	89	90	85	91
1991	85	88	82	60	82	88	89	88	86	86	93
1993	83	84	82	49	78	85	91	88	86	86	89
1995	80	81	79	40	77	83	89	88	83	83	90
1997	81	81	81	44	73	82	80	88	86	81	88
1999	82	83	81	47	77	85	91	91	88	87	89
2001	81	81	80	49	74	82	88	89	84	83	87
2003	81	81	81	44	71	81	89	91	85	83	87
2005	81	81	81	41	72	81	90	90	86	83	88
2007	80	80	80	36	71	81	89	90	85	83	88
2008	77	76	79	36	60	78	87	93	86	78	87
2009	77	77	76	41	58	76	88	89	85	78	84
2011	73	74	73	34	57	70	84	90	85	74	80
2012	69	68	69	30	47	66	79	88	79	70	77

Läser någon dagstidning

Andelen dagstidningsläsare i Sverige en genomsnittlig dag är högre än i flertalet andra länder. Den samlade räckvidden för dagspress var relativt stabil fram till 2007, kring 80 procent, en genomsnittlig dag. De senaste åren kan dock en nedåtgående trend noteras, andelen läsare en vanlig dag uppgår 2012 till 69 procent. Läsning av dagstidning är utbredd i alla grupper. Högst är den bland medelålders och äldre med en räckvidd på 79 respektive 88 procent. I åldersgruppen 45-64 år har dagstidningsläsandet minskat med närmare10 procent under den senaste tioårsperioden – från 90 procent till 80 procent.

Lägst är den bland 9 till 14-åringarna, av dessa läser 30 procent en dagstidning en genomsnittlig dag och bland 15 till 24-åringarna är andelen dagstidningsläsare 47 procent – motsvarande siffra var för tio år sedan cirka 75 procent. Nedgången i dagstidningsläsningen under det senaste decenniet bland ungdomar och i åldersgruppen 25 till 44 år är påfallande. Det finns inga klara skillnader i dagstidningsläsning mellan män och kvinnor eller mellan låg- och högutbildade.

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 landsortsmorgonpress, 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 läst morgon- eller kvällstidning en genomsnittlig dag.

Dagspress

Andel som läser någon dagstidning en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	69
	Vuxna 18-79 år	75
	Barn/ungdom 9-17 år	31
Kön	Män 9-79 år	68
	Kvinnor 9-79 år	69
	Män 18-79 år	74
	Kvinnor 18-79 år	75
	Pojkar 9-17 år	33
	Flickor 9-17 år	30
Ålder	9-14 år	29
	15-19 år	44
	20-24 år	49
	25-34 år	59
	35-44 år	71
	45-54 år	76
	55-64 år	82
	65-79 år	88
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	80
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	74
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	76
	Gymnasial utbildning > 2 år	68
	Högskola/universitet ≤ 3 år	74
	Högskola/universitet > 3 år	79

		%
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid[1]	74
	Förvärvsarbetar deltid[1]	75
	Egna företagare	75
	Pensionärer	88
	Studerande	53
	Arbetslösa[2]	50
Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	70
	Två personer (18 år och äldre)	77
	Tre eller fler (18 år och äldre)	71
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	58
	Äldre vuxna (45-79 år)	84
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	70
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	68
Hushåll (9-79 år)	En person	71
	Två personer	80
	Tre personer	64
	Fyra personer eller fler	58
Hemort (9-79 år)	Stockholm	68
	Malmö	69
	Göteborg	68
	Större städer	70
	Pendlingskommuner	65
	Glesbygdskommuner	72
	Varuproducerande kommuner	67
	Övriga kommuner	70

Dagspressläsaren

Den samlade dagspressläsningen är överlag hög i den vuxna befolkningen. Den högsta andelen dagstidningsläsare finns bland pensionärer, 88 procent. Den lägsta andelen återfinns bland de yngsta, 29 procent. Bland arbetslösa, studerande och unga vuxna utan barn är räckvidden 50, 53 respektive 58 procent.

Anmärkning

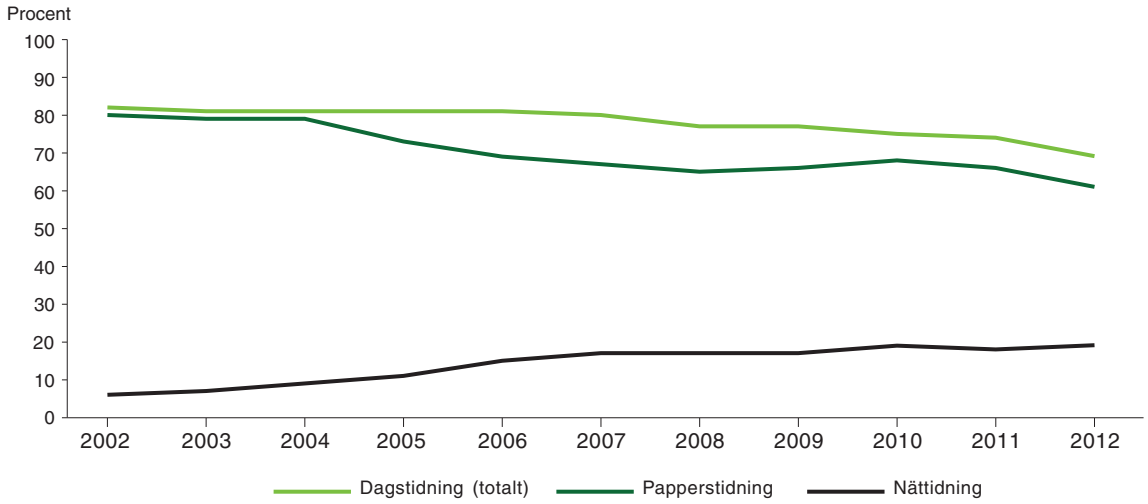
Dagspress innefattar morgon- och kvällstidning. Med morgontidning avses alla morgonutgivna tidningar som utkommer minst en gång per vecka, vilket inkluderar både prenumerationsbar storstads- och landsortsmorgonpress, tryckt version eller internetversion. Fr o m 1998 redovisas också dagspressläsningen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

Noter

1. Avser anställda arbetare, tjänstemän eller akademiker.
2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Dagspress

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2002-2012 (procent)



Dagspressläsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Någon papperstidning	61	59	63	26	33	52	72	86	76	61	67
Någon nättidning[1]	19	21	17	6	22	30	20	11	9	22	24
Digital tidning via app	4	4	4	1	8	7	3	2	1	5	5
Enbart en dagstidning	46	43	48	26	34	43	50	57	55	47	48
Två dagstidningar	18	20	17	3	11	18	22	25	20	20	22
Tre eller fler	5	6	5	1	2	6	7	6	4	5	8
Enbart kvällstidning	9	6	5	1	2	6	7	6	4	5	8
Enbart morgontidning	45	43	48	26	34	43	50	57	55	47	48
Både morgon- och kvällstidning	19	20	17	3	11	18	22	25	20	20	22

Olika typer av dagstidningar

Majoriteten av dagstidningsläsarna läser fortfarande sin dagstidning på papper, 61 procent. Andelen läsare av dagstidning på internet uppgår till 19 procent. Kvinnor läser papperstidning (63 procent) i något högre utsträckning än män (59 procent) medan män oftare än kvinnor tar del av någon tidning på nätet (21 respektive 17 procent). I åldersgruppen 25 till 44 år är det 30 procent som läser dagstidning på nätet en genomsnittlig dag men fortfarande är det även i denna åldersgrupp fler som läser papperstidningen, 52 procent.

Andelen läsare av någon digital tidning via app är 4 procent. Andelen är högst bland ungdomar och bland personer mellan 25 och 44 år (8 respektive 7 procent).

Närmare en fjärdedel 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. Mönstret är stabilt.

Huvuddelen av dagspressläsarna läser en genomsnittlig dag endast en daglig tidning. Bland ”entidningsläsarna” står morgonpressen för huvuddelen av den totala tidningsläsningen. 45 procent av befolkningen läser en morgontidning utan att läsa någon kvällstidning. 19 procent av befolkningen läser både någon morgon- och någon kvällstidning, medan de som väljer att enbart läsa kvällspress uppgår till 9 procent.

Anmärkning

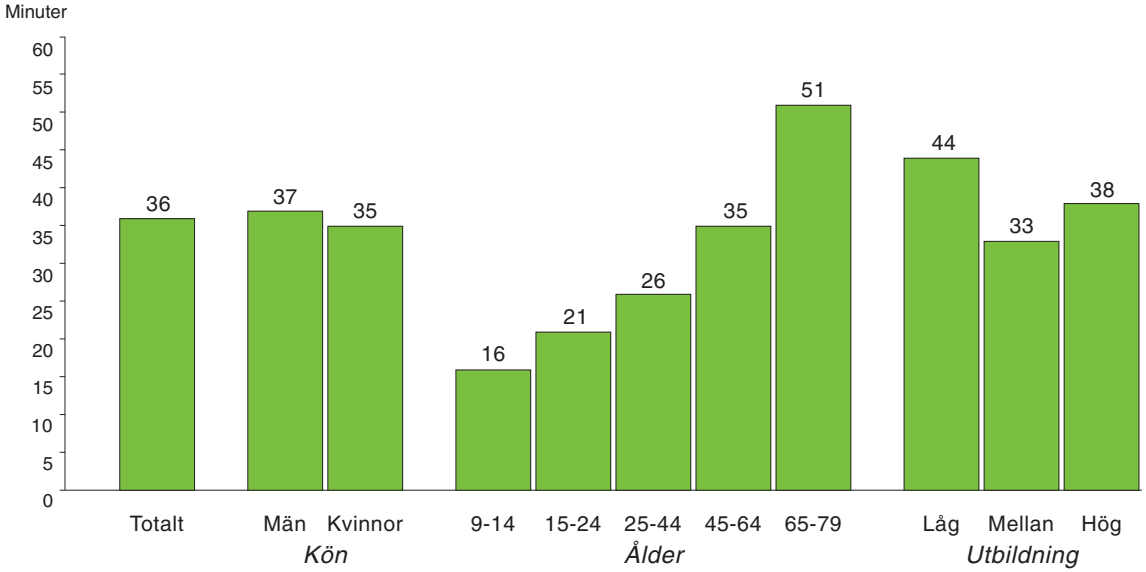
Dagspress innefattar morgon- och kvällstidning. Med morgontidning avses alla morgonutgivna tidningar som utkommer minst en gång per vecka, vilket inkluderar både prenumerationsbar storstads- och landsortsmorgonpress, tryckt version eller internetversion. Fr o m 1998 redovisas också dagspressläsningen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

Not

1. Någon nättidning inkluderar även digital tidning via app.

Dagspress 36 minuter

Lästid *bland läsare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (minuter)



Lästid *bland läsare* 9-79 år en genomsnittlig dag 1995-2012 (minuter)

		Kön		Ålder					Utbildning		
År	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1995	36	39	34	13	26	32	41	55	40	34	40
1996	34	37	31	16	24	29	37	53	37	34	38
1997	35	37	33	16	24	30	40	51	39	34	37
1998	36	37	34	15	23	31	38	54	39	33	40
1999	35	36	33	21	23	30	39	50	40	34	37
2000	37	37	36	16	23	29	39	56	43	35	38
2001	36	39	34	17	24	31	39	56	46	34	37
2002	35	36	33	14	22	29	38	49	42	33	36
2003	37	40	35	14	23	29	41	57	44	36	39
2005	35	35	35	15	23	30	39	49	42	34	36
2007	35	37	34	14	22	29	38	50	42	34	37
2009[1]	36	37	35	15	22	29	38	53	43	34	38
2011[1]	35	36	35	14	22	29	35	51	42	33	38
2012[1]	36	37	35	16	21	26	35	51	44	33	38

Lästid bland läsare

Den samlade lästiden för dagspress bland dem som läst minst en dagstidning är i genomsnitt 36 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 är den 16 respektive 21minuter medan lästiden bland pensionärer är 51 minuter, alltså mer än dubbelt så lång. Utbildningsskillnaderna i fråga om läsning är mindre och torde snarast spegla utbildningsnivån i olika åldersgrupper.

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, tryckt version eller internetversion.

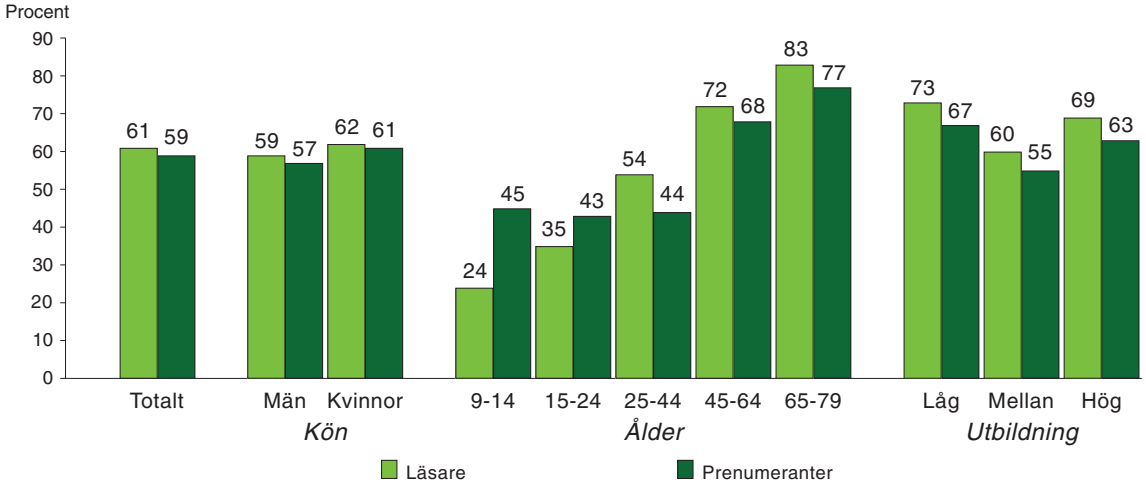
Den genomsnittliga lästiden i hela befolkningen, där även de som inte läser inkluderas, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2012: Befolkningens medietid*.

Not

1. Frågorna om lästid bygger från och med 2009 på två frågor för att kunna skilja ut lästiden för papperstidningen och lästiden på internet. Den genomsnittliga lästiden bland dem som läser dagspress avser all läsning oavsett plattform.

Morgontidning 61%

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag och andel prenumeranter 2012 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2012 och andel prenumeranter 1999-2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
År	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Läsare											
1979	74	77	71	41	59	80	56	80	75	77	88
1983	75	75	75	41	71	80	84	76	77	77	88
1987	76	78	73	41	68	80	84	85	79	78	83
1991	73	77	69	41	64	76	82	80	75	74	88
1995[1]	71	71	71	27	65	72	82	83	74	73	84
1999	72	73	71	36	63	73	81	88	81	74	80
2003	73	72	74	31	63	72	83	86	78	73	83
2007	72	71	72	26	59	71	82	86	77	74	82
2009	68	68	68	31	46	66	81	84	77	68	77
2011	64	63	66	28	45	59	76	84	75	63	73
2012	61	59	62	24	35	54	72	83	73	60	69
Prenumeranter											
1999	71	70	72	57	56	63	82	84	77	66	78
2005	74	72	75	64	65	64	81	87	79	68	78
2009	66	64	67	55	55	53	75	81	71	63	69
2011	62	60	63	49	49	47	71	81	69	59	65
2012	59	57	61	45	43	44	68	77	67	55	63

Läser morgontidning

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

61 procent läser någon morgontidning en genomsnittlig dag. Andelen läsare ökar med ålder. Av 9 till 14-åringarna läser 24 procent någon morgontidning en vanlig dag medan motsvarande andel bland de äldsta är 83 procent. Morgontidningsläsning är vanligare bland låg- och högutbildade (73 respektive 69 procent) än bland medelutbildade (60 procent). Det finns inga nämnvärda skillnader mellan män och kvinnor.

En klar nedgång i morgontidningsläsningen kan noteras under det senaste decenniet. Nedgången har varit särskilt märkbar bland personer under 45 år. Nu gäller samma klara nedåtgående trend även i åldersgruppen 45-64.

Andelen prenumeranter av morgontidningar följer i stort samma mönster som för läsningen av morgontidningar. Bland barn och ungdomar är dock andelen med en prenumeration i hemmet avsevärt högre än andelen läsare, medan övriga grupper uppvisar ett omvänt mönster.

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 gratistidningar.

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 2012 är 62 procent.

Not

1. 1995 ingick ej Metro i morgontidningsläsningen.

Morgontidning

Andel som läser en genomsnittlig dag (A) och andelen prenumeranter (B) 2012 (procent)

		A	B
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	61	59
	Vuxna 18-79 år	66	61
	Barn/ungdom 9-17 år	24	48
Kön	Män 9-79 år	59	57
	Kvinnor 9-79 år	62	61
	Män 18-79 år	65	58
	Kvinnor 18-79 år	67	63
	Pojkar 9-17 år	25	50
	Flickor 9-17 år	23	46
Ålder	9-14 år	22	45
	15-19 år	34	54
	20-24 år	36	33
	25-34 år	45	30
	35-44 år	60	54
	45-54 år	68	62
	55-64 år	77	74
	65-79 år	83	77
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	75	71
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	67	60
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	67	59
	Gymnasial utbildning > 2 år	56	54
	Högskola/universitet ≤ 3 år	65	61
	Högskola/universitet > 3 år	72	64
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid[1]	64	58
	Förvärvsarbetar deltid[1]	67	62
	Egna företagare	65	59
	Pensionärer	82	77
	Studerande	41	38
	Arbetslösa[2]	35	39
Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	61	46
	Två personer (18 år och äldre)	69	65
	Tre eller fler (18 år och äldre)	62	63
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	45	35
	Äldre vuxna (45-79 år)	78	73
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	61	59
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	55	49
Hushåll (9-79 år)	En person	61	47
	Två personer	73	69
	Tre personer	55	57
	Fyra personer eller fler	49	55
Hemort (9-79 år)	Stockholm	58	52
	Malmö	62	62
	Göteborg	59	60
	Större städer	63	59
	Pendlingskommuner	59	56
	Glesbygdskommuner	62	61
	Varuproducerande kommuner	57	62
	Övriga kommuner	61	62

Morgontidningsläsaren

Morgonpressens räckvidd en genomsnittlig dag ligger på en relativt hög nivå. Men med den nedåtgående trenden vad gäller morgontidningsläsningen följer att ålder och social situation får allt större betydelse för om man läser morgontidning eller inte.

Generellt ökar andelen morgontidningsläsare med ålder. Lägst är andelen läsare bland barn (22 procent). Högst är andelen läsare bland personer mellan 65 och 79 år (83 procent)

Morgontidningsläsningen är relativt låg bland yngre vuxna utan barn, arbetslösa och bland småbarnsföräldrar. Bakom detta ligger ålders- och inkomstskillnader.

I Stockholm är andelen prenumeranter något lägre än i övriga storstäder. Även i pendlingskommuner är andelen prenumeranter något lägre än för genomsnittet.

Anmärkning

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

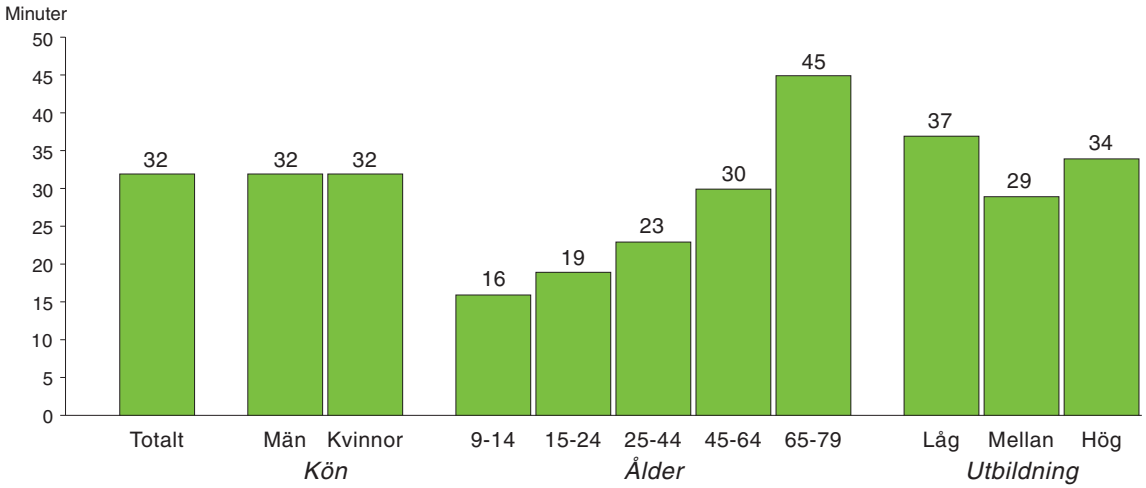
Frågan om läsning under gårdagen ställs alla veckodagar trots att ungefär hälften av morgontidningarna utkommer mindre än sex dagar per vecka. Morgonpressens räckvidd en genomsnittlig vardag 2012 är 62 procent.

Noter

1. Avser anställda arbetare, tjänstemän eller akademiker.
2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Morgontidning 32 minuter

Lästid *bland läsare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (minuter)



Lästid *bland läsare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 1980-2012 (minuter)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1980	32	33	30	10	22	31	34	44	33	31	38
1985	31	34	27	13	20	29	34	48	31	28	37
1987	32	33	31	12	22	30	36	48	35	29	35
1991	29	32	27	16	21	26	32	44	32	26	35
1995	31	32	30	10	21	26	33	49	33	28	36
1999	29	30	29	17	19	24	32	43	33	27	33
2003	31	32	30	12	19	23	33	49	35	29	33
2005	29	29	29	12	18	24	31	42	33	27	31
2007	29	29	29	12	17	22	30	44	34	27	31
2009[1]	31	30	31	13	18	23	32	45	35	28	33
2011[1]	31	31	31	12	18	24	30	44	36	28	33
2012[1]	32	32	32	16	19	23	30	45	37	29	34
Lästid bland läsare av tidningen på internet											
2009	17	18	16	–[2]	–[2]	15	19	–[2]	–[2]	18	17
2010	17	18	15	–[2]	–[2]	15	17	–[2]	–[2]	12	18
2012	18	20	14	–[2]	18[3]	17	17	–[2]	–[2]	15	20

Lästid bland läsarna

Den genomsnittliga lästiden bland morgontidningsläsarna är 32 minuter. Män och kvinnor läser tidningen lika länge. De unga läsarna ägnar tidningen betydligt kortare tid än andra medan de äldsta läser tidningen avsevärt längre än andra åldersgrupper, t ex närmare 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 i åldersgruppen 25 till 44 år. Sedan 1990-talets början har lästiden dock legat på samma nivå.

Tidningen på internet ägnas inte lika lång tid som papperstidningen.

Anmärkning

Med morgontidning avses alla morgonutgivna tidningar som utkommer minst en gång per vecka, vilket inkluderar både prenumererationsbar storstads- och landsortsmorgonpress samt dagliga gratistidningar, 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*).

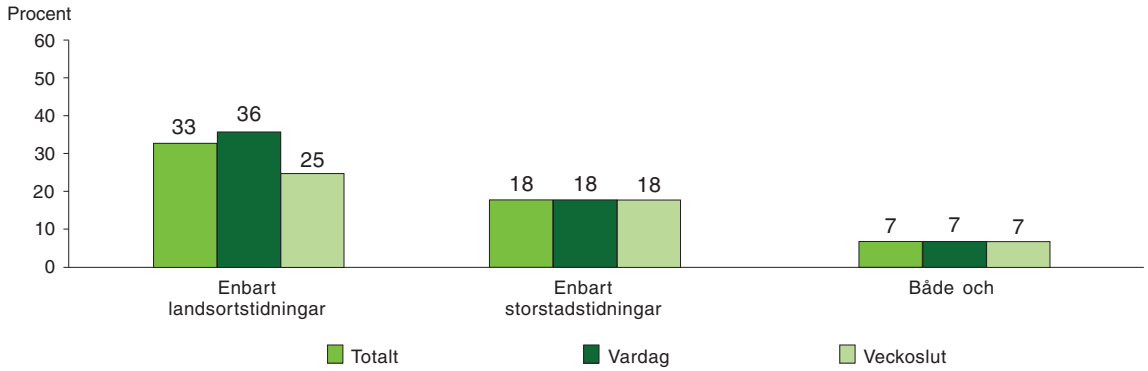
Tabellen redovisar genomsnittlig lästid bland dem som läst morgontidning en genomsnittlig dag.

Noter

1. Frågorna om lästid bygger från och med 2009 på två frågor för att kunna skilja ut lästiden för papperstidningen och lästiden på internet. Den genomsnittliga lästiden bland dem som läser morgontidning avser all läsning oavsett plattform.
2. Antalet svarspersoner är mycket lågt och siffran redovisas ej.
3. Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffran bör tolkas med försiktighet.

Morgontidning

Läsare 9-79 år en genomsnittlig *vardag*/*veckoslut* 2012 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Enbart papperstidning	54	51	56	23	27	43	64	78	69	51	59
Enbart nättidning[1]	4	5	3	0	5	7	4	2	2	4	6
Både och	3	4	3	–	3	4	4	3	2	4	4
Digital tidning via app	1	1	1	0	2	2	1	1	0	1	1
Enbart en morgontidning	52	50	54	23	30	47	62	70	67	53	56
Två morgontidningar	7	7	6	–	4	6	9	10	6	5	11
Tre eller fler	2	1	1	–	1	2	2	2	1	2	2
Enbart landsortstidning	33	31	34	11	16	27	41	47	52	36	30
Enbart storstadstidning	18	18	19	6	14	18	22	22	13	16	26
Både och	7	7	7	2	3	6	8	12	6	5	11
Mindre än ¼ tim	14	13	15	14	18	20	15	6	10	16	15
¼-½ tim	24	24	23	8	13	23	33	25	29	25	26
½-1 tim	17	16	17	2	4	8	20	36	25	14	21
1-2 tim	5	5	5	–	–	2	4	14	8	4	6
Mer än 2 tim	–	–	–	0	–	–	–	1	1	–	1
Genomsnittlig vecka	82	80	84	51	71	80	90	92	88	84	87

Läsning av morgontidning

Andelen läsare av en morgontidning på papper har minskat från 72 procent år 2002 till 54 procent 2012. Läsning av någon morgontidning på internet en genomsnittlig dag ligger fortsatt på en relativt låg nivå (7 procent). Andelen läsare är högst bland 25 till 44-åringar (11 procent) och högutbildade (10 procent). En procent läser morgontidning via app.

9 procent läser mer än en morgontidning. Andelen är störst bland högutbildade, där 13 procent läser två eller fler morgontidningar. Dessa kombinerar också betydligt oftare storstads- och landsortspress.

Det är landsortspressen som står för huvuddelen av den totala morgontidningsläsningen i Sverige. 40 procent av befolkningen läser minst en landsortstidning en genomsnittlig dag medan motsvarande andel för storstadsmorgonpressen är 25 procent. Om vi beaktar att de flesta landsortstidningar inte ges ut på söndagar och utgår från läsningen på vardagar så ökar landsortspressens andel till 43 procent.

38 procent av befolkningen ägnar som mest 30 minuter åt morgontidningar en genomsnittlig dag och knappt en femtedel 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, 82 procent, läser minst en morgontidning en genomsnittlig vecka. Bland 9 till 14-åringar är 51 procent ”veckoläsare”. Både totalt och i de flesta grupper handlar det om relativt stabila mönster under det senaste decenniet.

Anmärkning

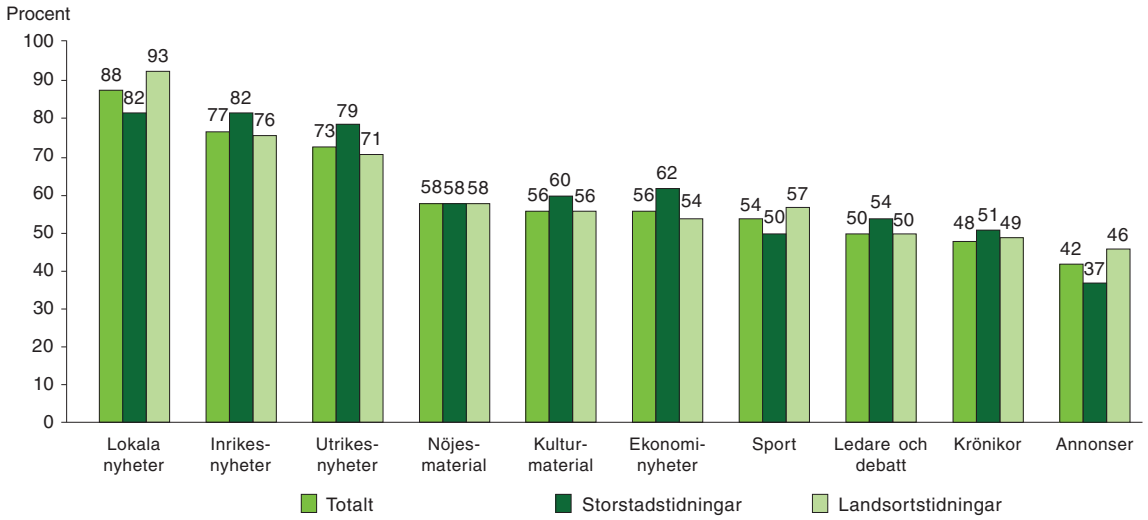
Med morgontidning avses alla morgonutgivna tidningar som utkommer minst en gång per vecka, vilket inkluderar både prenumerationsbar storstads- och landsortsmorgonpress samt dagliga gratistidningar, tryckt version eller internetversion.
Med storstadstidning avses tidning utgiven i Stockholm, Göteborg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

Not

1. Nättidning inkluderar även digital tidning via app.

Morgontidning

Läsare av olika innehållskategorier *bland läsare* 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Läsare av olika innehållskategorier *bland läsare* 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Lokala nyheter	88	86	89	57	72	87	90	93	94	90	87
Inrikesnyheter	77	75	79	39	63	73	78	86	76	77	82
Utrikesnyheter	73	71	75	38	59	70	74	81	73	71	79
Nöjesmaterial	58	53	63	38	53	53	59	64	61	59	59
Kulturmaterial	56	49	62	32	43	47	58	66	55	53	61
Ekonominyheter	56	58	53	21	37	46	59	68	59	54	60
Sport	54	67	42	53	55	48	54	58	61	56	50
Ledare och debatt	50	47	52	13	33	43	51	61	52	47	55
Krönikor	48	43	53	19	34	42	49	58	49	47	52
Annonser	42	38	45	14	23	36	45	50	51	45	40

Morgontidningsinnehåll bland läsare

Det mest lästa innehållet bland morgontidningarnas läsare är nyheter. Det gäller främst de lokala nyheterna (88 procent) men även inrikes- och utrikesnyheter (77 respektive 73 procent). Nöje ligger något lägre men läses ändå av närmare 60 procent av läsarna en genomsnittlig dag.

Gemensamt för flertalet grupper är att man prioriterar nyheter före ledare och krönikor. Kvinnor tar del av nöjes-/kulturnyheter och krönikor i större utsträckning än män medan motsatt förhållande gäller för sport- och ekonominyheter.

Intresset för ledare och debatt ökar med ålder – drygt 60 procent av läsare 65 till 79 år läser sådant material medan motsvarande siffra för 15 till 24-åringarna är 33 procent.

Det finns en förhållandevis klar skillnad i läsmönster mellan storstadsmorgonpressen och landsortstidningarna. I de förra ligger läsning av inrikes- och utrikesnyheter på en relativt hög nivå, i de senare läses lokalnyheterna mest. Ekonominyheter, ledare och debatt samt kultur ligger högre i storstadstidningarna och annonser i landsortstidningarna.

Bland dem som har läst morgontidning på internet läses samtliga innehållskategorier i mindre omfattning jämfört med den totala andelen läsare. Resultatet speglar sannolikt nättidningens och papperstidningens olika funktioner.

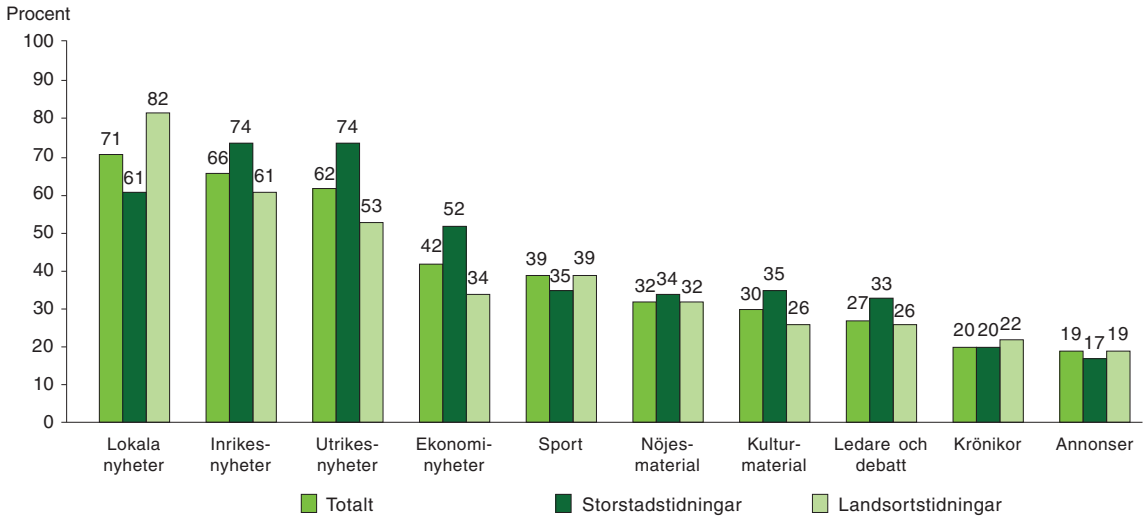
Anmärkning

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

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

Morgontidning

Läsare av olika innehållskategorier *bland läsare av tidningen på internet* 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Läsare av olika innehållskategorier *bland läsare av tidningen på internet* 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Lokala nyheter	71	65	78	–[1]	54[2]	74	73	–[1]	–[1]	76	68
Inrikesnyheter	66	67	63	–[1]	59[2]	69	65	–[1]	–[1]	61	73
Utrikesnyheter	62	64	59	–[1]	59[2]	62	59	–[1]	–[1]	54	72
Ekonominyheter	42	49	34	–[1]	39[2]	39	46	–[1]	–[1]	35	49
Sport	39	48	26	–[1]	43[2]	37	39	–[1]	–[1]	43	34
Nöjesmaterial	32	31	34	–[1]	43[2]	33	31	–[1]	–[1]	34	33
Kulturmaterial	30	25	36	–[1]	28[2]	24	35	–[1]	–[1]	24	35
Ledare och debatt	27	25	29	–[1]	31[2]	24	26	–[1]	–[1]	25	30
Krönikor och bloggar	20	18	23	–[1]	20[2]	19	21	–[1]	–[1]	13	24
Annonser	19	19	19	–[1]	22[2]	16	22	–[1]	–[1]	22	17

Anmärkning

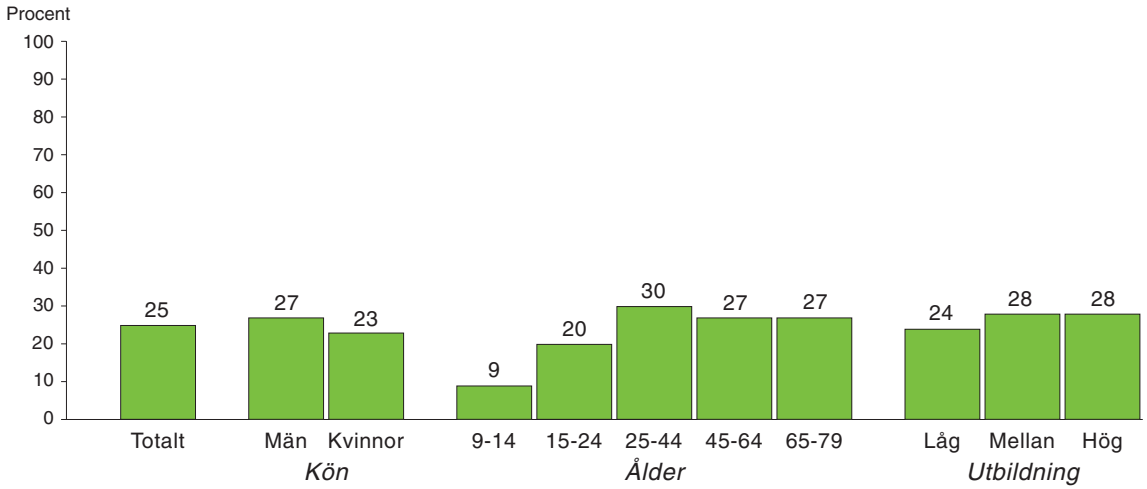
Med morgontidning avses alla morgonutgivna tidningar som utkommer minst en gång per vecka, vilket inkluderar både prenumerationsbar storstads- och landsortspress samt dagliga gratistidningar, tryckt version eller internetversion.
Siffrorna avser andelen som läst minst något av innehållskategorin och inte den genomsnittliga publikandelen för kategorin.

Noter

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

Kvällstidning 25%

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
År	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1979	39	44	36	28	47	45	40	25	39	44	40
1981	36	41	32	24	47	39	38	26	38	48	24
1985	33	41	27	19	37	39	35	23	36	36	32
1987	36	40	31	24	42	41	33	28	35	40	37
1989	34	39	29	18	40	40	34	24	33	39	34
1991	32	35	29	18	38	36	33	26	33	39	24
1995	27	31	24	18	30	29	31	18	28	31	22
1997	28	31	25	18	29	29	31	21	33	31	20
1999	28	30	26	19	30	30	31	22	27	36	23
2001	29	32	26	14	30	32	32	24	32	34	25
2005	31	32	30	17	27	33	35	27	33	35	30
2007	31	34	28	13	30	39	34	25	32	38	31
2009	29	31	27	14	25	34	32	27	31	34	29
2011	28	31	26	9	24	33	31	30	32	31	30
2012	25	27	23	9	20	30	27	27	24	28	28

Läser kvällstidning

Under 2000-talets första decennium har kvällstidningsläsningen legat på en nivå omkring 30 procent en genomsnittlig dag. 2012 läser 25 procent av befolkningen en kvällstidning. Andelen läsare är något högre bland män än kvinnor. Medelålders läser i något större utsträckning än andra åldersgrupper. Skillnader mellan olika utbildningsgrupper är marginella.

Nedgången i kvällstidningsläsning under senare år gäller alla åldersgrupper med undantag för de äldre.

Anmärkning

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

Kvällstidning

Andel som läser en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	25
	Vuxna 18-79 år	27
	Barn/ungdom 9-17 år	10
Kön	Män 9-79 år	27
	Kvinnor 9-79 år	23
	Män 18-79 år	30
	Kvinnor 18-79 år	25
	Pojkar 9-17 år	12
	Flickor 9-17 år	9
Ålder	9-14 år	9
	15-19 år	19
	20-24 år	21
	25-34 år	28
	35-44 år	31
	45-54 år	28
	55-64 år	26
	65-79 år	27
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	22
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	28
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	32
	Gymnasial utbildning > 2 år	27
	Högskola/universitet ≤ 3 år	30
	Högskola/universitet > 3 år	26

		%
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid[1]	29
	Förvärvsarbetar deltid[1]	27
	Egna företagare	31
	Pensionärer	27
	Studerande	22
	Arbetslösa[2]	26
Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	25
	Två personer (18 år och äldre)	28
	Tre eller fler (18 år och äldre)	27
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	26
	Äldre vuxna (45-79 år)	27
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	28
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	30
Hushåll (9-79 år)	En person	25
	Två personer	27
	Tre personer	27
	Fyra personer eller fler	22
Hemort (9-79 år)	Stockholm	26
	Malmö	20
	Göteborg	23
	Större städer	24
	Pendlingskommuner	25
	Glesbygdskommuner	30
	Varuproducerande kommuner	24
	Övriga kommuner	26

Kvällstidningsläsaren

Kvällspressens räckvidd varierar inte längre lika mycket som tidigare mellan olika grupper. Andelen läsare är relativt låg bland barn och ungdomar. Män läser något mer än kvinnor.

I de demografiska grupper där kvällspressen har sin största andel läsare en genomsnittlig dag är morgonpressen relativt sett något svagare.

Anmärkning

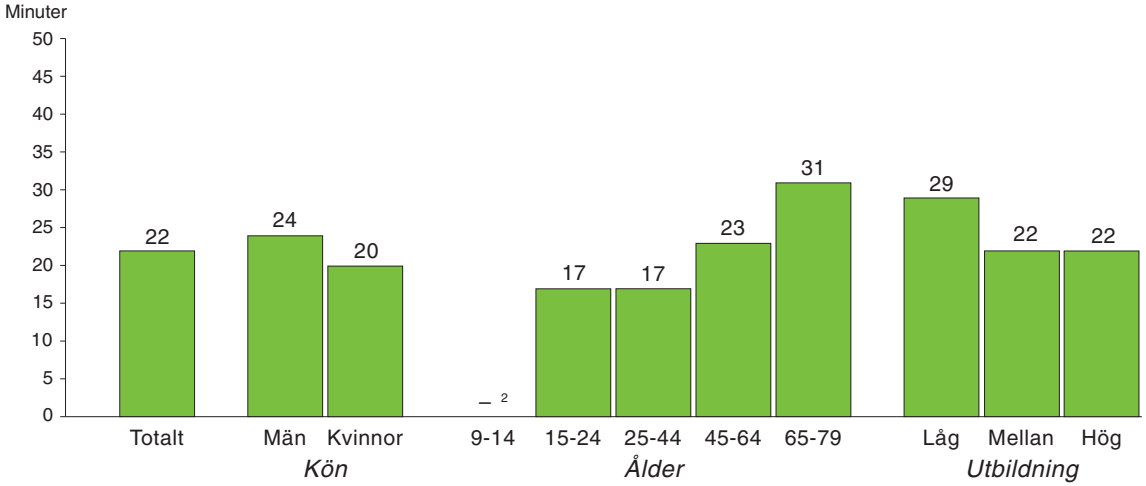
Med kvällstidning avses någon av kvällstidningarna Aftonbladet, Expressen, GT och Kvällsposten, tryckt version eller internetversion.

Noter

1. Avser anställda arbetare, tjänstemän eller akademiker.
2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Kvällstidning 22 minuter

Lästid *bland läsare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (minuter)



Lästid *bland läsare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 1980-2012 (minuter)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1980	29	32	25	14	24	30	32	38	34	25	28
1985	33	34	31	16	24	33	40	35	33	36	31
1987	29	32	25	13	24	31	32	36	34	28	26
1989	26	29	22	12	20	25	30	34	30	25	25
1991	26	28	23	16	21	26	28	32	27	27	27
1995	26	28	24	12	22	26	28	39	30	25	26
1997	27	29	26	13	21	25	30	40	31	27	25
1999	25	26	23	18	19	24	27	33	29	25	24
2001	26	28	24	14	18	24	29	39	34	24	25
2004	26	28	24	14	22	23	28	36	33	26	23
2005	24	26	23	14	20	21	26	34	29	25	22
2007	23	25	22	14	17	21	25	32	31	23	21
2009[1]	24	25	22	14	19	21	24	33	29	23	23
2011[1]	22	24	20	15	18	19	22	30	29	21	21
2012[1]	22	24	20	–[2]	17	17	23	31	29	22	22
Lästid bland läsare av tidningen på internet											
2009	18	19	17	–[2]	18	18	17	22[3]	20[3]	17	19
2011	16	17	16	–[2]	16	17	15	20[3]	18[3]	16	17
2012	16	18	14	–[2]	14	16	16	20[3]	–[2]	16	16

Lästid bland läsarna

Den genomsnittlige läsaren ägnar 22 minuter åt kvällspress en genomsnittlig dag. Lästiden ökar med ålder – de äldsta läsarna ägnar kvällspressen mer än dubbelt så lång tid som de yngsta läsarna – och lågutbildade läser kvällstidningen längre tid än medel- och högutbildade.

Lästiden bland kvällspressläsare minskade i slutet av 1980-talet men har därefter varit relativt stabil både totalt sett och i olika grupper. Lästiden bland de som läst tidningen på internet är 16 minuter, d v s något kortare än lästiden för kvällspressen totalt.

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 gårdagen. Intervallen har sedan omräknats till genomsnittlig lästid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*).

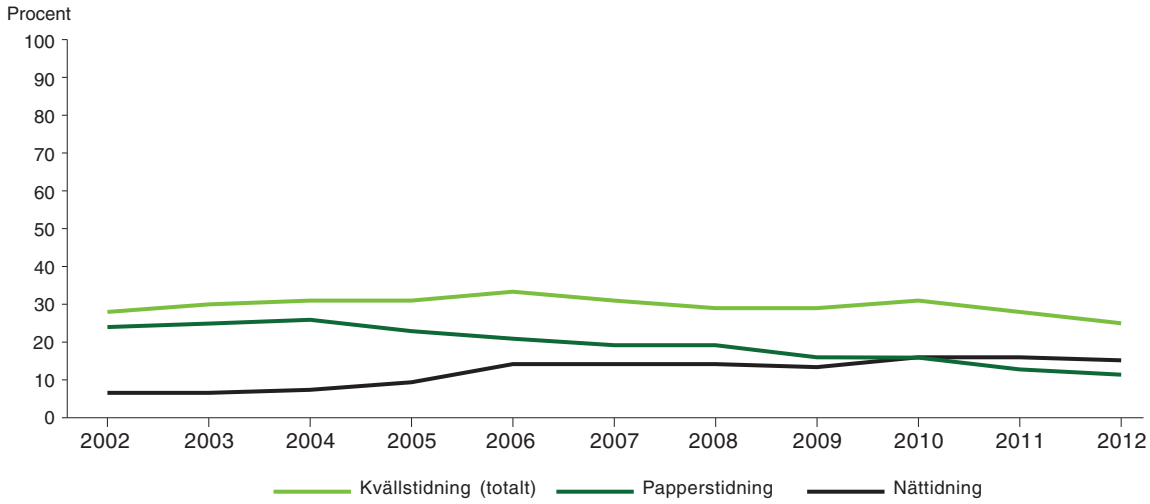
Tabellen redovisar genomsnittlig lästid bland dem som läst morgontidning en genomsnittlig dag.

Noter

1. Frågorna om lästid bygger från och med 2009 på två frågor för att kunna skilja ut lästiden för papperstidningen och lästiden på internet. Den genomsnittliga lästiden bland dem som läser kvällstidning avser all läsning oavsett plattform.
2. Siffran redovisas ej då antalet svarspersoner är mycket lågt.
3. Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffran bör tolkas med försiktighet

Kvällstidning

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2002-2012 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Enbart papperstidning	10	11	10	3	4	6	12	19	17	12	9
Enbart nättidning[1]	14	15	12	5	15	23	13	7	6	15	17
Både nät[1]- och papperstidning	1	1	1	–	1	1	2	1	1	1	1
Digital tidning via app	4	3	4	1	6	7	3	1	1	5	4
Enbart en kvällstidning	21	23	20	8	18	25	23	23	22	25	23
Två eller fler	4	4	3	–	1	5	5	4	2	4	5
Mindre än ¼ tim	11	11	11	–[2]	12	18	11	5	6	12	13
¼-½ tim	8	10	7	–[2]	5	8	10	11	10	10	8
½-1 tim	5	5	4	–[2]	1	4	5	9	7	4	5
Mer än 1 tim	1	1	1	–[2]	1	–	1	2	1	1	1
Genomsnittlig vecka	48	50	45	28	43	53	52	48	50	54	49

Läsning av kvällstidning

Idag spelar internet en avgörande roll för kvällstidningarnas räckvidd. Mer än varannan kvällstidningsläsare tar del av tidningen i elektronisk form. En genomsnittlig dag tar 15 procent av befolkningen del av kvällstidningen på internet – 14 procent läser tidningen enbart på nätet och det är främst 25 till 44-åringarna (23 procent). 4 procent har tagit del av en kvällstidning via app. I åldersgruppen 25 till 44 år har 7 procent läst en kvällstidning via app en genomsnittlig dag.

48 procent av befolkningen läser kvällstidning under en genomsnittlig vecka. Veckoräckvidden är i stort sett lika hög bland män och kvinnor.

Flertalet kvällstidningsläsare håller sig till en tidning; 4 procent av befolkningen läser dock mer än en kvällstidning en genomsnittlig dag.

Anmärkning

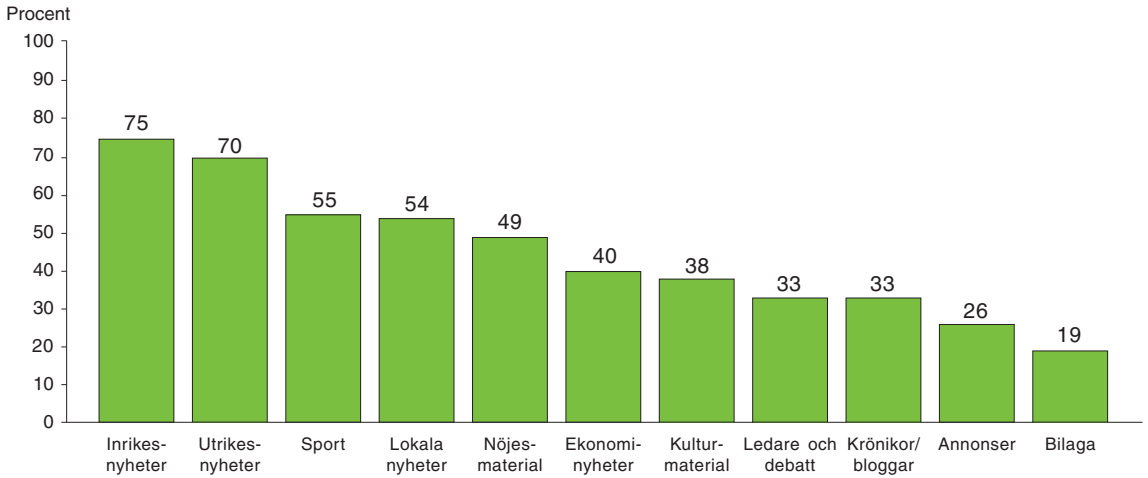
Med kvällstidning avses någon av kvällstidningarna Aftonbladet, Expressen, GT och Kvällsposten, tryckt version eller internetversion. Lästiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna utifrån på förhand angivna tidsintervall fått göra en uppskattning av sin lästid under gårdagen.

Not

1. Nättidning inkluderar även digital tidning via app.
2. Siffran redovisas ej då antalet svarspersoner är mycket lågt.

Kvällstidning

Läsare av olika innehållskategorier *bland läsare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Läsare av olika innehållskategorier *bland läsare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Inrikesnyheter	75	72	79	–[2]	64	75	78	82	77	78	76
Utrikesnyheter	70	68	72	–[2]	62	65	72	79	74	72	69
Sport	55	70	39	–[2]	59	52	56	57	61	57	53
Lokala nyheter	54	52	57	–[2]	44	46	58	64	63	56	51
Nöjesmaterial	49	41	57	–[2]	42	48	46	56	50	49	48
Ekonominyheter	40	41	40	–[2]	25	30	45	56	49	42	40
Kulturmaterial	38	32	44	–[2]	27	28	42	50	43	38	38
Ledare och debatt	33	33	33	–[2]	21	22	36	50	43	35	31
Krönikor eller bloggar	33	29	37	–[2]	26	23	36	45	40	35	30
Annonser	26	23	29	–[2]	16	19	29	36	34	27	24
Bilaga	19	19	19	–[2]	10	13	21	27	25	22	16

Kvällstidningsinnehåll bland läsare

Det mest lästa innehållet bland kvällstidningsläsarna är nyheter. Det gäller såväl inrikesnyheter (75 procent) som utrikesnyheter (70 procent). Sport och lokala nyheter ligger något lägre och läses av ca 55 procent av läsarna en genomsnittlig dag. Det är i princip samma tidningsinnehåll som prioriteras bland läsare av morgontidningar.

Kvinnor tar del av nöjes- och kulturmaterial samt krönikor i större utsträckning än män medan motsatt förhållande gäller för sportnyheter. De flesta innehållskategorier läses i högre grad av äldre än yngre.

När det gäller innehåll som är unikt för nättidningar märks samma skillnader i läsning beroende på kön. Kvinnor läser om nöje, kändisar samt livsstilsrelaterat innehåll i högre grad än män. Män tar del av sport och webb-TV i kvällstidningarnas nätupplagor i högre utsträckning än kvinnor. Skillnader på grund av i ålder och utbildning är mindre framträdande.

Anmärkning

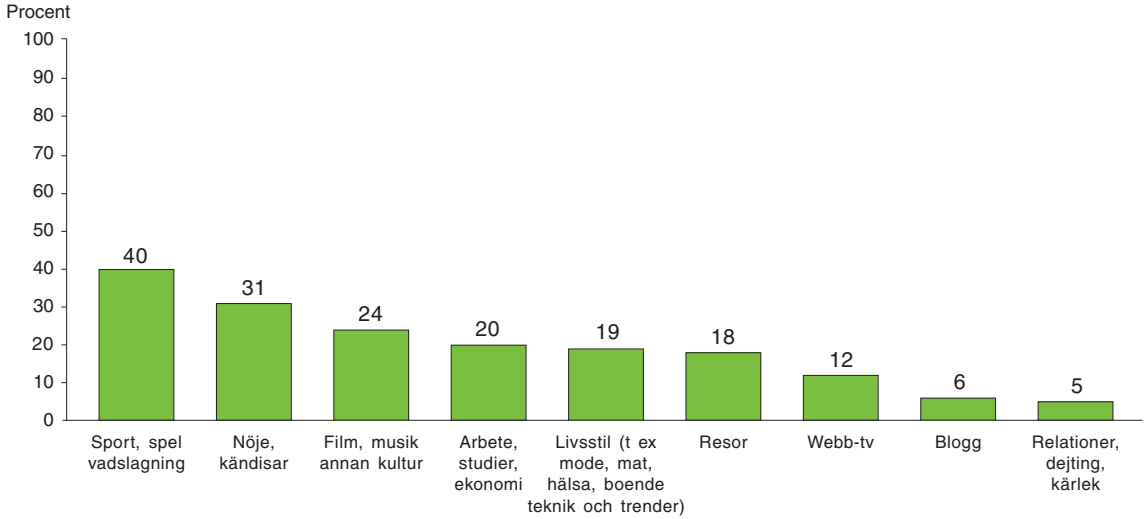
Med kvällstidning avses någon av kvällstidningarna Aftonbladet, Expressen, GT och Kvällsposten, tryckt version eller fr o m 2006 internetversion.

Not

1. Avser läsare av tryckt version och internetversion.
2. Siffran redovisas ej då antalet svarspersoner är mycket lågt.

Kvällstidning

Läsare av olika innehållskategorier *bland läsare av tidningen på internet* 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Läsare av olika innehållskategorier *bland läsare av tidningen på internet* 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

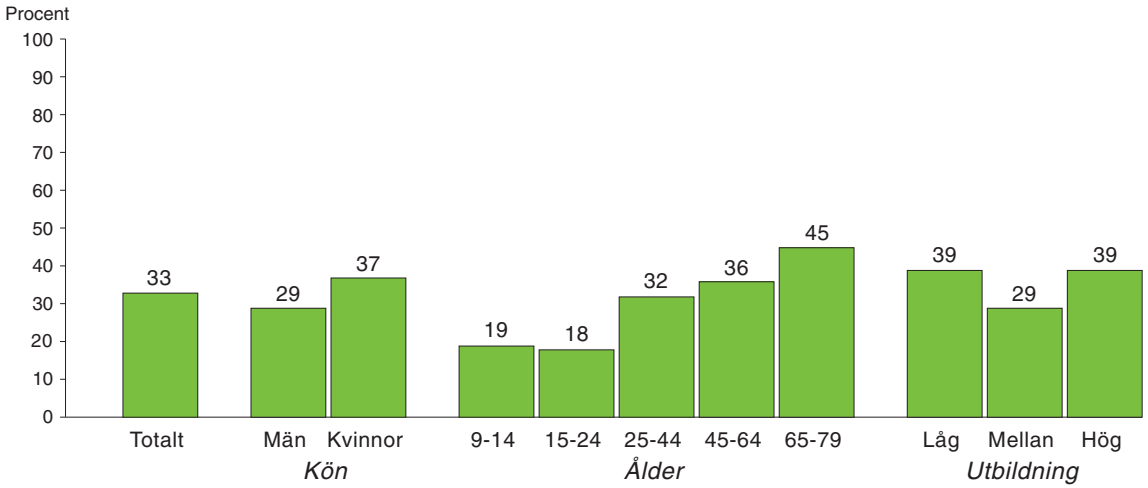
		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Sport,spel,vadslagning	40	57	19	–[2]	44	41	39	38[3]	–[2]	46	37
Nöje,kändisar	31	23	42	–[2]	32	38	26	24[3]	–[2]	32	32
Film, musik,annan kultur	24	24	23	–[2]	31	20	25	22[3]	–[2]	27	20
Arbete,studier,ekonomi	20	21	19	–[2]	15	18	21	34[3]	–[2]	18	22
Livsstil[1]	19	13	27	–[2]	23	21	16	18[3]	–[2]	21	18
Resor	18	15	21	–[2]	16	18	18	20[3]	–[2]	19	17
Webb-TV	12	14	9	–[2]	18	15	7	8[3]	–[2]	16	9
Blogg	6	5	8	–[2]	10	6	4	5[3]	–[2]	6	5
Relationer,dejting,kärlek	5	3	7	–[2]	5	6	4	5[3]	–[2]	5	5

Noter

1. Har läst material om mode, mat, vikt, hälsa, boende, inredning, teknik, prylar och trender.
2. Siffran redovisas ej då antalet svarspersoner är mycket lågt.
3. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Tidskrift 33%

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1994-2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
År	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1994	51	51	52	36	44	49	57	60	51	48	67
1995	49	46	52	33	46	48	55	55	48	48	62
1997	47	44	48	39	38	43	51	59	48	43	55
1999	49	47	51	36	35	47	57	63	51	51	56
2001	47	43	51	40	38	44	53	55	49	43	55
2002	42	36	48	34	31	38	46	53	45	41	45
2003	43	39	47	46	28	39	47	52	44	39	48
2004	39	35	43	38	30	34	42	50	40	38	43
2005	41	37	45	36	36	38	44	48	43	40	45
2006	39	34	44	39	27	34	43	50	41	35	44
2007	40	35	44	31	23	36	45	53	45	36	45
2008	41	38	44	26	29	39	46	52	44	37	50
2009	36	31	41	29	23	33	38	51	42	31	41
2010	34	30	38	29	19	30	41	42	36	31	40
2011	34	30	37	28	20	30	37	46	37	29	39
2012	33	29	37	19	18	32	36	45	39	29	39
Läser tidskrift på internet	2	3	2	2	3	3	3	0	1	2	3

Läser tidskrifter

33 procent av befolkningen läser minst en tidskrift en genomsnittlig dag. Sedan slutet av 1990-talet har andelen läsare märkbart minskat. Den nedåtgående trenden måste tolkas med viss försiktighet eftersom tidskriftsmarknaden är mycket heterogen och rymmer alltifrån traditionella veckotidningar och 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 (37 respektive 29 procent). Äldre är överlag flitigare läsare än yngre, hög- och lågutbildade läser i större utsträckning än personer med medelhög utbildning. Mönstret mellan de olika grupperna har i stort sett varit 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 månadsutgivna magasin. Med special-/facktidskrifter avses tidskrifter inriktade på fack- och yrkesområden. Specialtidningar är tidskrifter inriktade på ett eller några specialintressen hos läsaren. Innefattar fr o m 2008 både tryckt version och internetversion.

Tidskrift

Andel som läser en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	33
	Vuxna 18-79 år	35
	Barn/ungdom 9-17 år	19
Kön	Män 9-79 år	29
	Kvinnor 9-79 år	37
	Män 18-79 år	31
	Kvinnor 18-79 år	39
	Pojkar 9-17 år	14
	Flickor 9-17 år	24
Ålder	9-14 år	19
	15-19 år	16
	20-24 år	19
	25-34 år	27
	35-44 år	35
	45-54 år	33
	55-64 år	39
	65-79 år	45
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	37
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	40
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	31
	Gymnasial utbildning > 2 år	27
	Högskola/universitet ≤ 3 år	37
	Högskola/universitet > 3 år	41

		%
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid[1]	34
	Förvärvsarbetar deltid[1]	32
	Egna företagare	34
	Pensionärer	44
	Studerande	21
	Arbetslösa[2]	17
Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	34
	Två personer (18 år och äldre)	37
	Tre eller fler (18 år och äldre)	27
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	25
	Äldre vuxna (45-79 år)	41
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	30
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	33
Hushåll (9-79 år)	En person	34
	Två personer	40
	Tre personer	29
	Fyra personer eller fler	27
Hemort (9-79 år)	Stockholm	34
	Malmö	32
	Göteborg	35
	Större städer	34
	Pendlingskommuner	33
	Glesbygdskommuner	33
	Varuproducerande kommuner	30
	Övriga kommuner	32

Tidskriftsläsaren

Tidskriftsläsningen en genomsnittlig dag är högst bland personer mellan 65 och 79 år (45 procent). Andra grupper med förhållandevis hög tidskriftsläsning är högutbildade med fler än tre års universitetsstudier (41 procent) och kvinnor 18 till 79 år (39 procent). Lägsta andelen läsare av tidskrifter noteras bland ungdomar, 15 till 19 år, 16 procent.

Det finns relativt små regionala skillnader. Mönstret i de olika gruppernas läsning har i stort sett varit detsamma under de senaste åren. Ungdomarnas läsning av tidskrifter en genomsnittlig dag har dock minskat under senare år.

Anmärkning

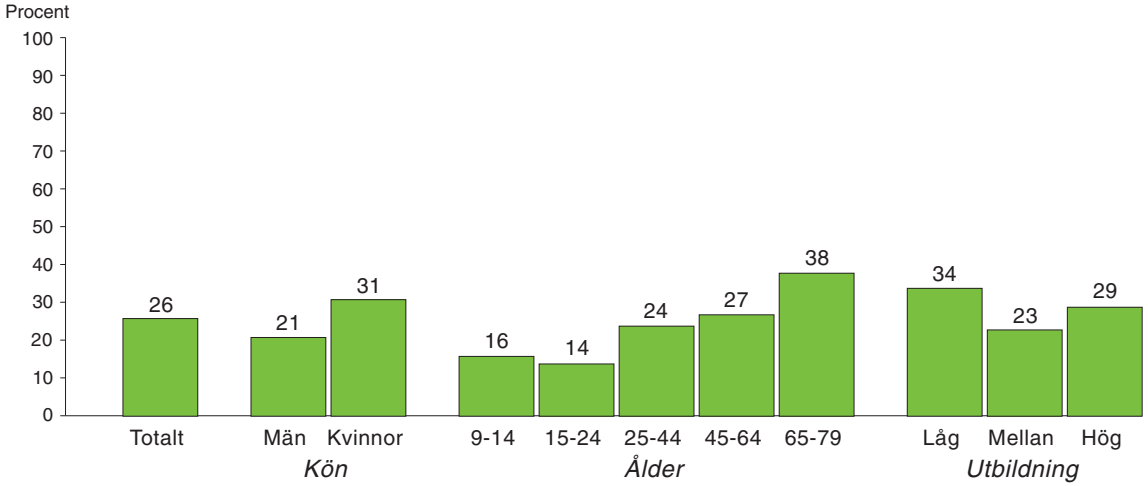
Tidskrift innefattar vecko-/månadstidningar och special-/facktidskrifter. Med vecko-/månadstidningar avses såväl den traditionella veckopressen, herrtidningar och ungdomstidningar som populärtidskrifter inriktade på ett eller några specialintressen hos läsaren. Med special-/facktidskrifter avses såväl facktidskrifter inriktade på fack- och yrkesområden som organisationsutgivna specialtidskrifter. Innefattar fr o m 2008 både tryckt version och internetversion.

Noter

1. Avser anställda arbetare, tjänstemän eller akademiker.
2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Vecko-/månadstidning 26%

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1981-2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
År	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1981[1]	23	15	31	29	24	16	20	39	27	19	13
1985[1]	22	13	31	14	19	18	23	42	28	19	16
1989[1]	19	12	26	13	15	15	18	36	25	19	13
1991[1]	18	10	26	13	15	14	19	31	23	18	12
1993[1]	22	12	31	13	19	16	25	37	30	18	16
1995	31	23	38	24	29	28	30	45	34	29	32
1997	29	22	34	32	24	22	29	46	35	24	27
1999	31	25	37	29	25	25	33	47	37	30	29
2001	34	27	40	37	28	27	36	46	40	32	30
2003	31	24	37	44	20	24	32	42	37	26	28
2005	30	23	36	33	27	25	29	39	35	28	28
2007	30	23	36	29	19	24	30	44	37	26	30
2009	29	21	35	28	20	24	27	45	37	24	29
2011	27	21	32	26	16	22	27	39	32	23	28
2012	26	21	31	16	14	24	27	38	34	23	29
Läser vecko-/månadstidning på internet	1	1	1	1	2	2	1	0	1	1	1

Läser vecko- och månadstidningar

Vecko- och månadstidningar är den mest lästa delen av den totala tidskriftsmarknaden. 26 procent av befolkningen läser någon vecko- eller månadstidning en genomsnittlig dag. Äldre, lågutbildade och kvinnor uppvisar högst andelar; 38 procent av de äldsta, 34 procent av lågutbildade och 31 procent av kvinnorna läser någon vecko- eller månadstidning en genomsnittlig dag. Detta mönster har i stort sett varit detsamma sedan mitten av 1990-talet. En vikande trend kan särskilt noteras bland 15 till 24-åringar men en sådan är även märkbar bland kvinnor. En procent läser någon vecko-/månadstidning på internet en genomsnittlig dag.

Anmärkning

Med vecko-/månadstidningar avses såväl den traditionella veckopressen, herrtidningar och ungdomstidningar som populärtidskrifter inriktade på ett eller några specialintressen hos läsaren. Innefattar fr o m 2008 både tryckt version och internetversion.

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 2012 (procent)

		%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	26
	Vuxna 18-79 år	27
	Barn/ungdom 9-17 år	16
Kön	Män 9-79 år	21
	Kvinnor 9-79 år	31
	Män 18-79 år	23
	Kvinnor 18-79 år	32
	Pojkar 9-17 år	9
	Flickor 9-17 år	23
Ålder	9-14 år	16
	15-19 år	13
	20-24 år	15
	25-34 år	22
	35-44 år	25
	45-54 år	25
	55-64 år	29
	65-79 år	38
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	34
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	34
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	24
	Gymnasial utbildning > 2 år	22
	Högskola/universitet ≤ 3 år	28
	Högskola/universitet > 3 år	29

		%
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid[1]	25
	Förvärvsarbetar deltid[1]	24
	Egna företagare	24
	Pensionärer	38
	Studerande	16
	Arbetslösa[2]	14
Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	27
	Två personer (18 år och äldre)	29
	Tre eller fler (18 år och äldre)	20
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	20
	Äldre vuxna (45-79 år)	33
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	20
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	25
Hushåll (9-79 år)	En person	28
	Två personer	32
	Tre personer	22
	Fyra personer eller fler	20
Hemort (9-79 år)	Stockholm	25
	Malmö	28
	Göteborg	27
	Större städer	27
	Pendlingskommuner	26
	Glesbygdskommuner	26
	Varuproducerande kommuner	22
	Övriga kommuner	25

Vecko-/månads-tidningsläsaren

Vecko- och månadstidningarna uppvisar en högre räckvidd för grupperna kvinnor och äldre. Bland vuxna kvinnor läser 32 procent någon vecko- eller månadstidning en genomsnittlig dag och andelen läsare bland vuxna män är 23 procent. I den äldsta gruppen, 65 till 79 år, är andelen läsare 38 procent.

Mönstren i olika gruppers läsning är i stort desamma som de senaste åren.

Anmärkning

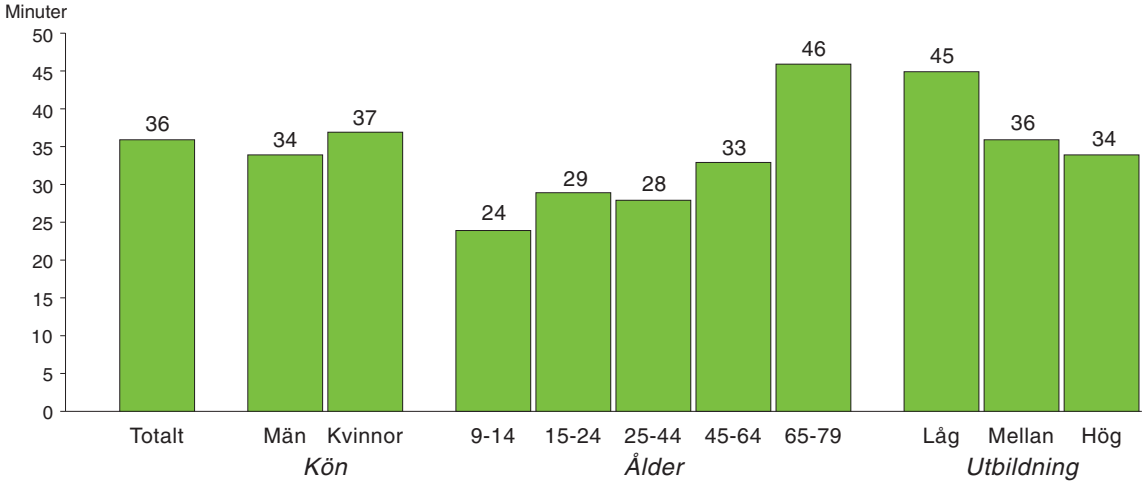
Med vecko-/månadstidningar avses såväl den traditionella veckopressen, herrtidningar och ungdomstidningar som populärtidskrifter inriktade på ett eller några specialintressen hos läsaren. Innefattar fr o m 2008 både tryckt version och internetversion.

Noter

1. Avser anställda arbetare, tjänstemän eller akademiker.
2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Vecko-/månadstidning 36 minuter

Lästid *bland läsare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (minuter)



Lästid *bland läsare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2012 (minuter)

		Kön		Ålder					Utbildning		
År	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1986[2]	32	28	34	25	29	26	32	44	38	30	22
1987[2]	37	39	36	29	30	33	36	47	41	35	26
1988[2]	30	28	31	23	24	27	29	39	35	24	28
1989[2]	34	33	35	20	27	23	37	49	42	32	23
1990[2]	29	26	30	15	24	24	34	31	33	21	22
1991[2]	27	23	29	19	23	27	30	29	30	25	28
1993[2]	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
2005	32	29	34	26	27	27	33	44	36	33	30
2007	32	29	34	23	28	28	30	43	38	32	30
2009	35	32	36	24	32	28	37	42	40	36	33
2011	34	33	35	26	28	29	33	44	43	33	32
2012	36	34	37	24	29	28	33	46	45	36	34

Lästid bland läsarna

Läsarna avsätter i genomsnitt 36 minuter åt vecko-/månadspress under en genomsnittlig dag. Lästiden är längre bland pensionärerna (46 minuter), men i övrigt är åldersskillnaderna inte särskilt stora. Lågutbildade läser längre än medel- och högutbildade vilket kan förklaras av åldersstrukturer i grupperna.

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-/månadstidningar avses såväl den traditionella veckopressen, herrtidningar och ungdomstidningar som populärtidskrifter inriktade på ett eller några specialintressen hos läsaren. Innefattar fr o m 2008 både tryckt version och internetversion.

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 vecko- eller månadspress en genomsnittlig dag.

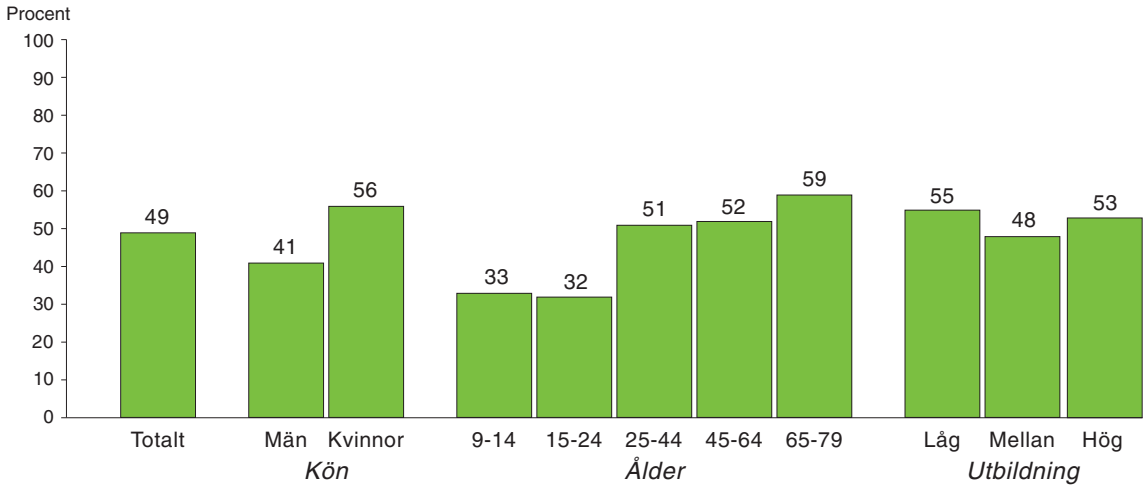
Observera att tabellen enbart baseras på dem som läst en genomsnittlig dag, vilket innebär att antalet svarspersoner är relativt litet och att siffrorna därför bör tolkas med försiktighet.

Noter

1. Frågorna om lästid bygger från och med 2009 på två frågor för att kunna skilja ut lästiden för papperstidningen och lästiden på internet. Den genomsnittliga lästiden bland dem som läser vecko-/månadstidning avser all läsning oavsett plattform.
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 9-79 år en genomsnittlig vecka 2012 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Genomsnittlig dag											
Enbart en vecko-/månadstidning	22	18	26	15	11	20	24	32	29	20	24
Två vecko-/månadstidningar	3	2	4	1	2	3	3	5	4	3	4
Tre eller fler	1	1	1	–	1	1	1	1	1	1	1
Mindre än ½ tim	14	11	16	12	8	16	14	14	12	11	17
½-1 tim	10	7	12	3	5	6	11	17	16	9	9
Mer än 1 tim	3	2	4	1	1	1	2	7	6	2	3
Genomsnittlig vecka	49	41	56	33	32	51	52	59	55	48	53
Genomsnittlig månad	73	66	80	59	63	77	77	75	73	74	78

Läsning av vecko- och månadstidningar

Ungefär hälften av befolkningen läser någon vecko- eller månadstidning under en genomsnittlig vecka. I relation till hur ofta dessa tidningar utkommer ligger räckvidden på en jämförelsevis hög nivå. Det är betydligt fler kvinnor, 56 procent, som läser vecko- och månadstidningar än män, 41 procent. Äldre, 59 procent, är flitigare läsare än barn och unga, 33 respektive 32 procent.

Läsarna håller sig normalt till enbart en vecko- eller månadstidning en genomsnittlig dag, det är endast 4 procent av befolkningen som läser eller tittar i fler än en tidning.

14 procent av befolkningen ägnar vecko- eller månadstidningarna som mest 30 minuter och 13 procent läser en vecko- eller månadstidning i mer än 30 minuter en genomsnittlig dag. De som avsätter en timma eller mer är få. De äldre och lågutbildade utmärker sig något genom att i större utsträckning ägna mer tid åt vecko-/månadstidningar än andra grupper.

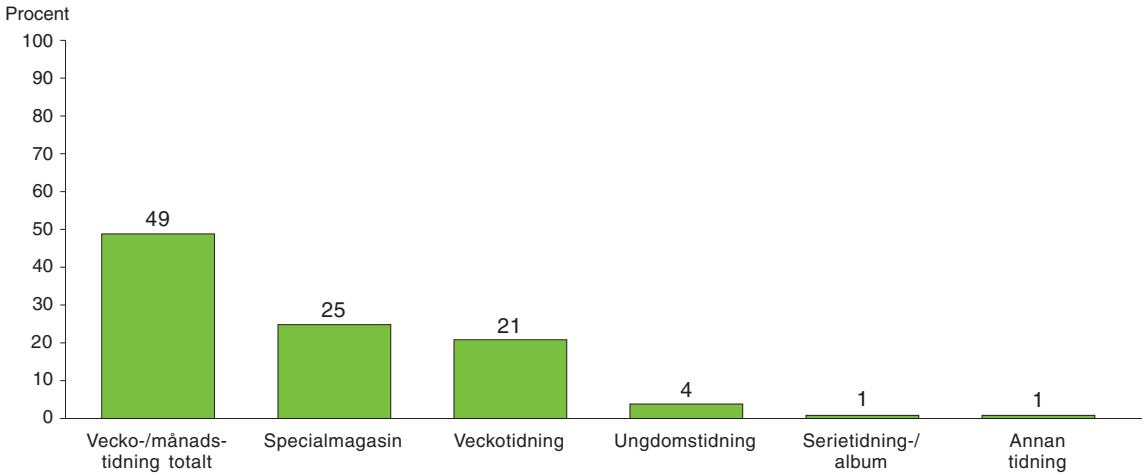
Andelen som någon gång per månad läser någon vecko- eller månadstidning ligger i flertalet grupper över 70 procent. Undantaget är männen (66 procent) och barn och ungdomar (59 respektive 63 procent). Högst är andelen bland kvinnor (80 procent).

Anmärkning

Med vecko-/månadstidningar avses såväl den traditionella veckopressen, herrtidningar och ungdomstidningar som populärtidskrifter inriktade på ett eller några specialintressen hos läsaren. Innefattar fr o m 2008 både tryckt version och internetversion.
Lästiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna fått göra en uppskattning av sin lästid under gårdagen.

Vecko-/månadstidning

Läsare av olika vecko-/månadstidningar 9-79 år en genomsnittlig vecka 2012 (procent)



Läsare av olika vecko-/månadstidningar 9-79 år en genomsnittlig vecka 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
Typ av tidning	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Specialmagasin[1]	25	27	23	6	17	34	27	25	17	26	33
Veckotidning[2]	21	12	30	5	9	18	25	34	38	22	20
Ungdomstidning[3]	3	1	5	17	4	2	1	1	1	1	1
Serietidning-/album	1	1	1	4	1	1	–	–	–	–	1
Annan tidning	1	1	1	–	1	1	1	1	–	1	1

Läsning av olika vecko-/månadstidningar

Det som kallas veckopress har traditionellt dominerats av familje- och damtidningar. Under 1980- och 1990-talen utökades denna genre med magasin/specialmagasin, ofta på månatlig basis, inriktade på olika ämnesområden som barn, kvinnor, män, mat, heminredning, mode, datorer, fiske, motorer etc. Denna marknad har ytterligare expanderat och diversifierats under det senaste decenniet, vilket försvårar tydliga kategoriindelningar.

25 procent av befolkningen har läst specialmagasin en genomsnittlig vecka och något färre, 21 procent, har läst veckotidning. Läsning av veckotidningar är betydligt högre bland kvinnor, 30 procent, än män, 12 procent. Veckotidningsläsningen är även högre bland äldre än yngre och högre bland lågutbildade än högutbildade. Specialmagasinen uppvisar ett närmast omvänt mönster. Här är det män, åldersgruppen 25 till 44 år och högutbildade som är överrepresenterade bland läsarna.

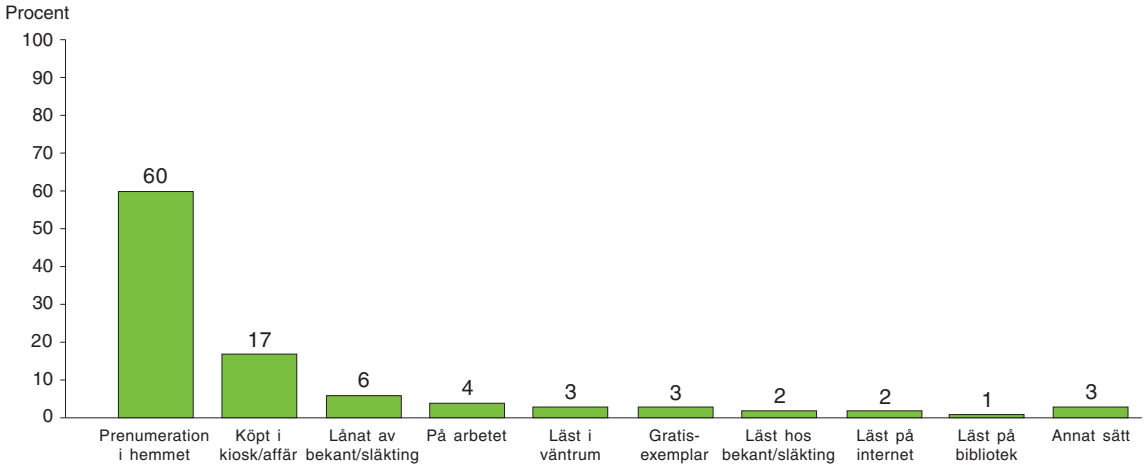
Serie- och ungdomstidningarna når knappt en femtedel av barnen en genomsnittlig vecka.

Noter

1. Med specialmagasin avses magasin med inriktning på: Sport, motion, hälsa, friluftsliv, resor, trädgård, mat, barn, data, IT, motor, teknik, kultur, musik, vetenskap, historia, ekonomi, samhälle, politik, livsstil/magasin för kvinnor, damtidning och livsstil/magasin för män.
2. Med veckotidning avses familjetidning, kändistidning och annan veckotidning.
3. Med ungdomstidning avses tjejtidning med inriktning på mode, trender eller skönhet och barn och ungdomstidning.

Vecko-/månadstidning

Anskaffning av vecko-/månadstidningar *bland dem som läst någon vecko-/månadstidning* 9-79 år den senaste veckan 2012 (procent)



Anskaffning av vecko-/månadstidningar *bland dem som läst någon vecko-/månadstidning* 9-79 år den senaste veckan 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Anskaffning bland läsare											
Prenumeration i hemmet	60	61	60	52	33	49	63	77	72	55	62
Köpt i kiosk/affär	17	16	19	29	29	22	15	10	12	18	16
Lånat av bekant/släkting	6	4	7	3	7	8	6	5	5	8	5
På arbetet	4	4	3	1	8	7	4	–	1	6	4
Läst i väntrum	3	2	3	–	3	3	4	1	2	3	3
Gratisexemplar	3	4	2	2	5	3	2	3	2	3	3
Läst hos bekant/släkting	2	1	2	1	4	1	1	1	1	2	2
Internet	2	3	1	1	5	3	1	–	1	2	2
Läst på bibliotek	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1
Annat sätt	3	3	2	3	3	3	2	2	1	2	3

Anskaffning

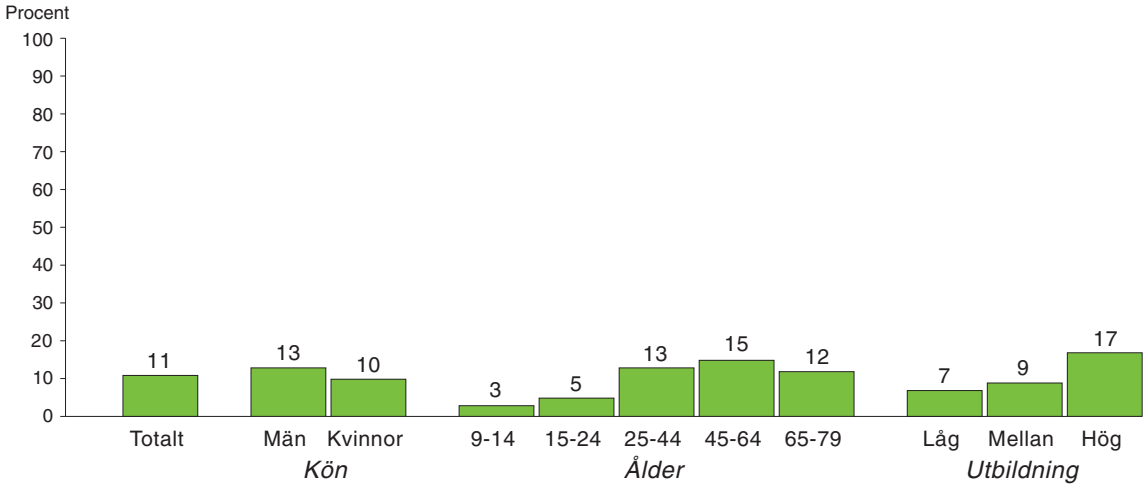
Flertalet läsare av vecko-/månadstidningar prenumererar på en tidning (60 procent) eller köper den i en kiosk/affär (17 procent). Det är framför allt mellan olika åldersgrupper som skillnader syns mellan prenumeration och lösnummerköp. Prenumeration är klart vanligare bland pensionärer (77 procent) och dem som är 45 till 64 år (63 procent). I dessa grupper är andelen lösnummerköpare endast 10 respektive 15 procent. I åldersgruppen 15 till 24 år är andelarna relativt jämna mellan lösnummerköpare och prenumeranter (33 respektive 29 procent). Kvinnor köper lösnummer i större utsträckning än män. Andelarna har varit relativt stabila under de senaste åren men en viss nedgång för prenumeration kan noteras bland unga vuxna.

Andelen som har läst en vecko-/månadstindning som lånats av en bekant eller släkting är 6 procent medan 4 procent har tillgång till tidningen på arbetet.

Förhållandevis få personer uppger att de haft tillgång till tidningen i ett väntrum, fått ett gratisexemplar eller läst på bibliotek. Vecko-/månadstidningar på internet spelar än så länge en mycket blygsam roll.

Special-/facktidskrift 11%

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1981-2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
År	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1981	22	26	16	12	18	26	27	12	16	24	39
1985	26	32	20	6	25	32	32	17	23	28	44
1989	24	29	19	9	22	25	33	18	21	23	36
1991	26	30	22	12	21	31	30	20	19	30	43
1993	28	34	23	13	25	29	36	22	22	30	43
1995	29	34	24	10	26	31	36	23	22	29	47
1997	26	31	23	12	19	28	33	24	21	26	41
1999	28	31	25	10	18	30	36	29	24	31	41
2001[1]	21	24	19	6	16	24	27	18	16	20	35
2003[1]	19	21	17	6	10	20	24	18	13	19	28
2005[1]	17	18	16	6	12	18	22	15	12	18	25
2007[1]	15	17	13	3	5	15	21	17	11	14	24
2009[1]	12	15	10	1	4	13	16	14	9	10	19
2011[1]	11	13	9	3	5	12	14	13	8	9	17
2012[1]	11	13	10	3	5	13	15	12	7	9	17
Läser special-/facktidskrift på internet	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2

Läser special- och facktidskrifter

11 procent av befolkningen läser en genomsnittlig dag någon special- eller facktidskrift. Läsningen är mest utbredd bland medelålders personer och pensionärer. Andelen läsare ökar med utbildning, 17 procent av alla högutbildade läser någon special- eller facktidskrift en genomsnittlig dag jämfört med 7 procent bland de lågutbildade.

En påfallande nedgång i läsningen under det senaste decenniet kan noteras men synes nu ha stabiliserats kring 11 procent. Det har främst varit medel- och högutbildades läsning av special- och facktidskrifter en genomsnittlig dag som har minskat, vilket sannolikt kan förklaras av en övergång till användning av kunskaps- och informationsförmedling på internet.

Anmärkning

Med special-/facktidskrifter avses såväl tidskrifter inriktade på fack- och yrkesområden som organisationsutgivna specialtidskrifter. Innefattar fr o m 2008 både tryckt version och internetversion.

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

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-/facktidskrifter.

Special-/facktidskrift

Andel som läser en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	11
	Vuxna 18-79 år	12
	Barn/ungdom 9-17 år	3
Kön	Män 9-79 år	13
	Kvinnor 9-79 år	10
	Män 18-79 år	14
	Kvinnor 18-79 år	11
	Pojkar 9-17 år	5
	Flickor 9-17 år	2
Ålder	9-14 år	3
	15-19 år	5
	20-24 år	5
	25-34 år	9
	35-44 år	15
	45-54 år	13
	55-64 år	17
	65-79 år	12
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	7
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	9
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	9
	Gymnasial utbildning > 2 år	8
	Högskola/universitet ≤ 3 år	15
	Högskola/universitet > 3 år	20

		%
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid[1]	15
	Förvärvsarbetar deltid[1]	10
	Egna företagare	14
	Pensionärer	11
	Studerande	8
	Arbetslösa[2]	4
Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	12
	Två personer (18 år och äldre)	13
	Tre eller fler (18 år och äldre)	11
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	9
	Äldre vuxna (45-79 år)	14
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	12
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	12
Hushåll (9-79 år)	En person	11
	Två personer	14
	Tre personer	9
	Fyra personer eller fler	10
Hemort (9-79 år)	Stockholm	13
	Malmö	10
	Göteborg	12
	Större städer	11
	Pendlingskommuner	9
	Glesbygdskommuner	10
	Varuproducerande kommuner	12
	Övriga kommuner	11

Special- och fack-tidskriftsläsaren

Såväl utbildning och ålder som kön och sociala faktorer inverkar på benägenheten att läsa special- och facktidskrifter. Bland högutbildade med mer än tre års utbildning på högskola/universitet är andelen läsare högre än i andra grupper (20 procent). Även bland heltidsarbetande och egna företagare läser relativt många special- och facktidskrifter. De höga andelarna i dessa grupper torde ha att göra med att facktidskrifter normalt är knutna till yrkesverksamhet. De lägsta andelarna återfinns bland barn, ungdomar, arbetslösa och studerande.

Anmärkning

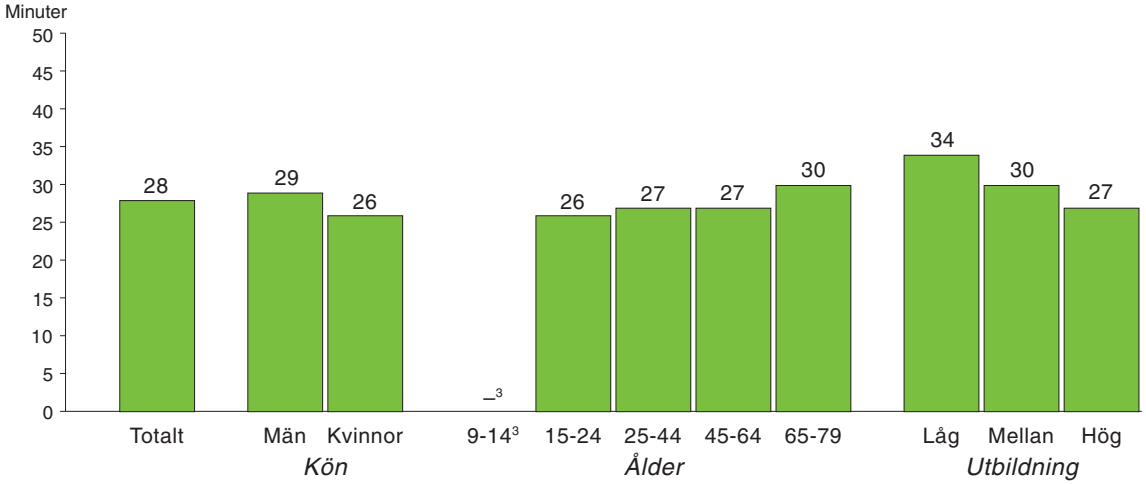
Med special-/facktidskrifter avses såväl tidskrifter inriktade på fack- och yrkesområden som organisationsutgivna specialtidskrifter. Innefattar fr o m 2008 både tryckt version och internetversion.

Noter

1. Avser anställda arbetare, tjänstemän eller akademiker.
2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Special-/facktidskrift 28 minuter

Lästid *bland läsare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (minuter)



Lästid *bland läsare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2012 (minuter)

		Kön		Ålder					Utbildning		
År	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1986	31	32	29	25	27	30	31	41	33	30	30
1987	31	32	31	35	27	30	33	37	31	29	34
1989	27	29	25	22	28	26	29	28	26	27	30
1991	28	30	24	18	32	26	30	27	27	28	29
1993	27	29	25	21	27	27	28	31	28	28	27
1995	28	29	27	32	32	26	27	34	27	27	30
1997	30	34	27	26	29	32	28	37	30	32	31
1999	28	28	29	18	23	28	28	37	30	26	31
2001[2]	26	27	24	25	19	23	26	34	27	23	27
2003[2]	26	27	25	24	28	25	25	30	29	26	25
2005[2]	23	24	24	20	22	22	23	27	23	24	24
2007[2]	29	30	28	–[3]	29	30	26	35	31	29	28
2009[2]	28	29	27	–[3]	24	28	27	31	25	29	29
2011[2]	28	28	27	–[3]	22	23	30	30	27	24	29
2012[2]	28	29	26	–[3]	26	27	27	30	34	30	27

Lästid bland läsarna

Den som läser special- och facktidskrifter avsätter i genomsnitt 28 minuter åt dessa en genomsnitt dag. Äldre ägnar något mer tid åt läsning än yngre men i stort är skillnaderna mellan olika gruppers lästid marginell.

Det har varit små variationer i den totala lästiden under åren.

Anmärkning

Med special-/facktidskrifter avses såväl tidskrifter inriktade på fack- och yrkesområden som organisationsutgivna specialtidskrifter. Innefattar fr o m 2008 både tryckt version och internetversion.

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.

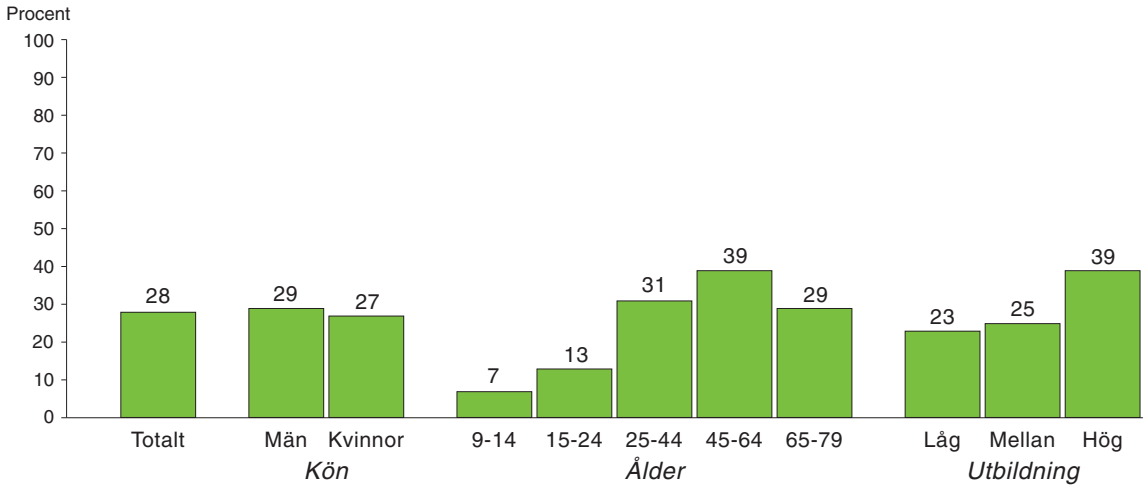
Observera att tabellen enbart baseras på dem som läst en genomsnittlig dag, vilket innebär att antalet svarspersoner är relativt litet och att siffrorna därför bör tolkas med försiktighet.

Noter

1. Frågorna om lästid bygger från och med 2009 på två frågor för att kunna skilja ut lästiden för papperstidningen och lästiden på internet. Den genomsnittliga lästiden bland dem som läser special-/facktidskrift avser all läsning oavsett plattform.
2. I frågeformuleringen har fr o m 2001 ingått förtydliganden när det gäller typ av vecko-/månadstidning vilket sannolikt har bidragit till en uppgiven minskad användning av special-/facktidskrifter.
3. Siffran redovisas inte då antalet svarspersoner är mycket lågt.

Special-/facktidskrift

Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2012 (procent)



Läsning 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Genomsnittlig dag											
Enbart en special-/ facktidskrift	10	11	9	2	4	11	13	11	7	8	15
Två eller fler special-/ facktidskrifter	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2
Mindre än ½ tim	8	8	7	3	3	10	11	7	4	6	12
½-1 tim	3	4	2	–	1	2	4	4	2	2	4
Mer än 1 tim	1	1	1	–	–	1	1	1	1	1	1
Genomsnittlig vecka	28	29	27	7	13	31	39	29	23	25	39
Genomsnittlig månad	51	52	51	21	32	58	65	50	43	51	65

Läsning av special- och facktidskrifter

Drygt en fjärdedel av befolkningen läser eller tittar i minst någon special- eller facktidskrift en genomsnittlig vecka. Bland personer mellan 45 och 64 år och bland högutbildade är andelen ”veckoläsare” 39 procent.

Flertalet special- och tidskriftsläsare tittar i enbart en tidskrift en genomsnittlig dag. 8 procent av befolkningen läser special- och facktidskrifter som mest 30 minuter en genomsnittlig dag medan 4 procent läser mer än 30 minuter.

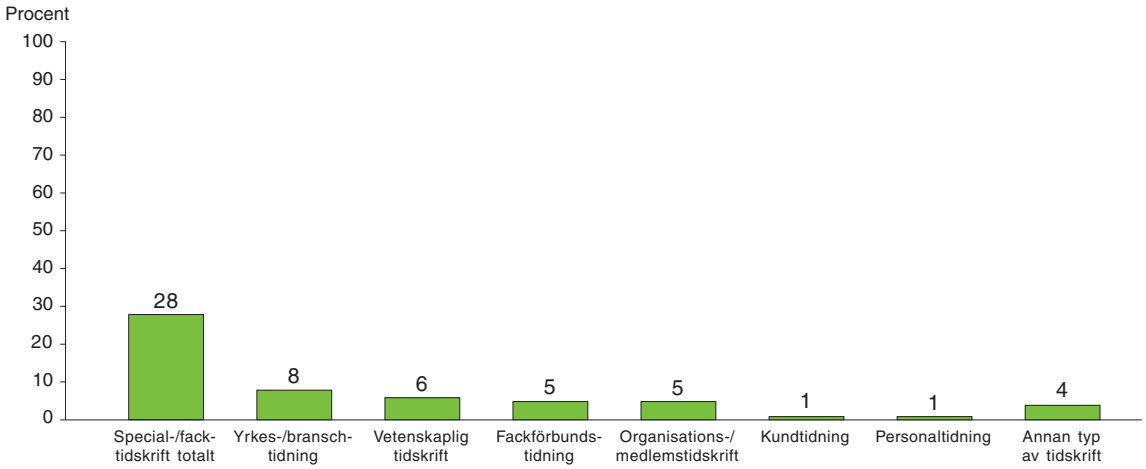
Andelen läsare av minst en tidskrift under en månad är 51 procent. Variationerna mellan olika grupper är stora – från 21 procent i åldersgruppen 9 till 14 år till 65 procent bland de högutbildade.

Anmärkning

Med special-/facktidskrifter avses såväl tidskrifter inriktade på fack- och yrkesområden som organisationsutgivna specialtidskrifter. Innefattar fr o m 2008 både tryckt version och internetversion.
Lästiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna fått göra en uppskattning av sin lästid under gårdagen.

Special-/facktidskrift

Läsare av olika special-/facktidskrifter 9-79 år en genomsnittlig vecka 2012 (procent)



Läsare av olika special-/facktidskrifter 9-79 år en genomsnittlig vecka 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
Typ av tidskrift	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Yrkes-/branschtidning	8	9	7	1	3	11	12	6	6	7	12
Vetenskaplig tidskrift	6	6	5	2	3	7	6	7	3	5	9
Fackförbundstidning	5	5	6	–	1	5	9	5	4	5	8
Organisations-/ medlemstidskrift	5	5	5	–	2	5	7	6	5	4	7
Kundtidning	1	1	1	–	–	1	1	1	1	1	1
Personaltidning	1	1	1	–	–	1	1	1	1	1	1
Annan typ av tidskrift	4	4	3	2	2	3	5	4	3	3	5

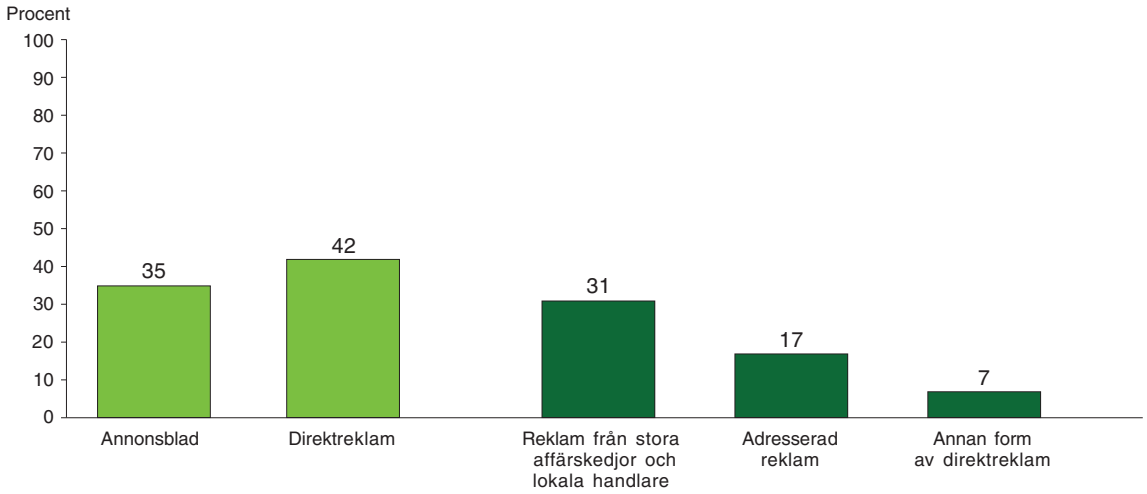
Läsning av olika tidskriftstyper

Special- och facktidskriftsmarknaden rymmer bland annat tidskrifter som är inriktade på olika yrkesområden, de något bredare organisations- och medlemstidskrifterna, fackförbundstidningarna samt vetenskapliga tidskrifter. Även kund- och personaltidningar ingår här. Yrkes-/branschtidningarna har störst veckoräckvidd, 8 procent – i åldersgrupperna från 25 till 64 år är veckoräckvidden, 11 procent.

Bland högutbildade är räckvidden för yrkes-/branschtidningarna klart störst (12 procent). Även organisations- och medlemstidskrifter, fackförbundstidningar och vetenskapliga tidskrifter läses i något högre omfattning bland högutbildade.

Annonsblad/direktreklam

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Annonsblad (lokalt)	35	34	36	23	28	35	38	41	36	39	37
Direktreklam	42	37	41	28	29	38	42	49	47	41	39
Reklam från stora affärskedjor och lokala handlare	31	31	32	23	23	31	33	37	34	35	31
Adresserad reklam	17	16	19	14	15	17	17	20	17	17	18
Annan form av direktreklam	7	7	7	9	7	8	6	6	6	6	8

Läser annonsblad/direktreklam

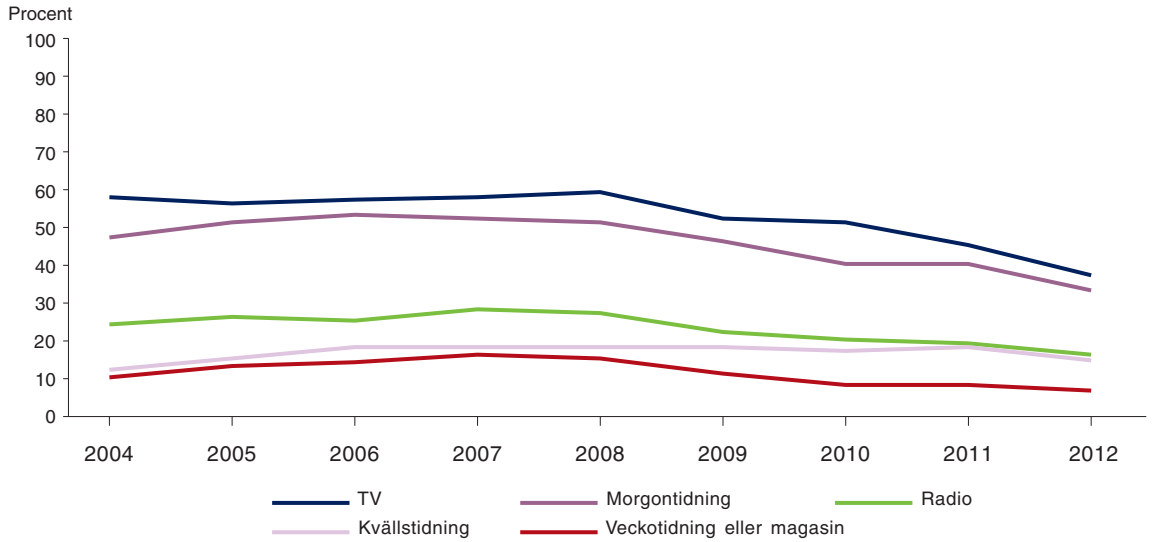
Befolkningens läsning av annonsblad och andra reklammedier är svårbedömd, eftersom området är mycket heterogent och kategorierna inte alltid entydiga. I den gruppering som gjorts dominerar direktreklam (42 procent) tillsammans med lokala annonsblad (35 procent). Adresserad reklam når 17 procent av befolkningen en genomsnittlig dag. En ökning kan noteras för samtliga reklamtyper.

Överlag 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 personer över 25 år än bland barn och ungdomar. För utbildning finns inget entydigt räckviddsmönster.

Definitionsproblem gör det något osäkert att bedöma räckvidden för reklammedier över tid.

Reklam

Andel som tagit del av reklam i olika medier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2004-2012 (procent)



Andel som tagit del av reklam i olika medier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2004-2012 (procent)

	TV	Morgontidning	Radio	Kvällstidning	Veckotidning eller magasin
2004	58	47	24	12	10
2005	56	51	26	15	13
2006	57	53	25	18	14
2007	58	52	28	18	16
2008	59	51	27	18	15
2009	52	46	22	18	11
2010	51	40	20	17	8
2011	45	40	19	18	8
2012	37	33	16	15	7

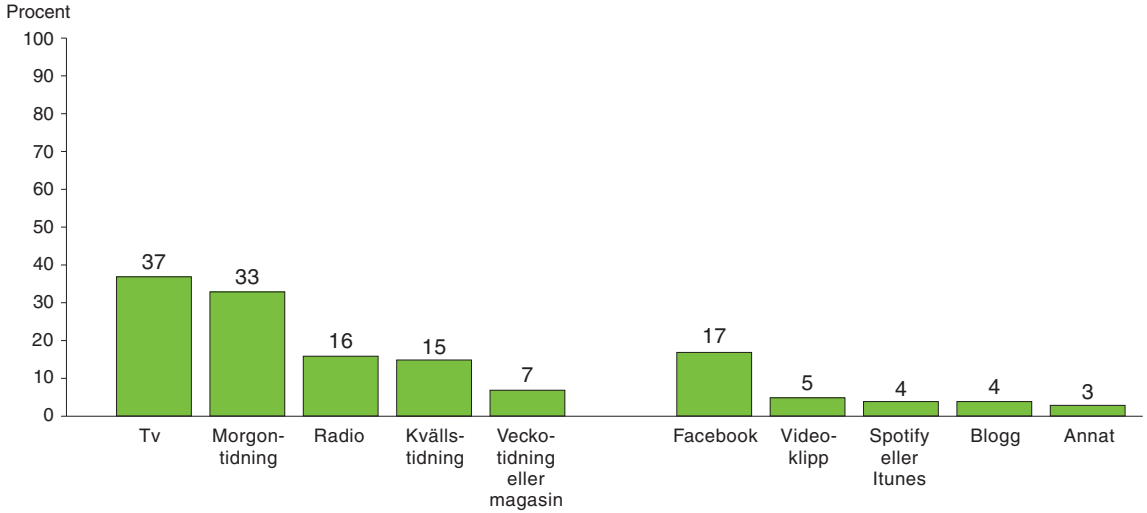
Reklam i olika medier

Andel av befolkningen som tar del av någon reklam i TV en genomsnittlig dag är 37 procent. 33 procent har tagit del av minst någon annons i morgonpressen. För både TV och morgonpress kan en viss nedgång noteras för de senaste åren.

Det är betydligt färre som tar del av reklam i radio 16 procent, kvällspress 15 procent och veckotidning/magasin 7 procent.

Reklam

Andel som tagit del av reklam i olika medier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Andel som tagit del av reklam i olika medier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
TV	37	35	40	33	34	40	38	38	40	40	36
Morgontidning	33	31	35	8	20	31	40	45	40	34	38
Radio	16	16	16	10	17	21	17	12	14	19	16
Kvällstidning	15	17	14	3	16	19	16	15	14	19	16
Veckotidning eller magasin	7	6	8	2	5	7	8	10	9	6	8
Facebook	17	15	19	15	42	25	10	4	5	21	16
Videoklipp	5	6	4	8	14	5	2	–	1	4	4
Spotify eller Itunes	4	4	4	8	10	4	1	–	1	4	2
Blogg	4	2	6	6	11	5	1	–	1	3	4
Annat socialt medium	3	2	3	2	6	4	2	–	1	3	3

Reklamanvändarna

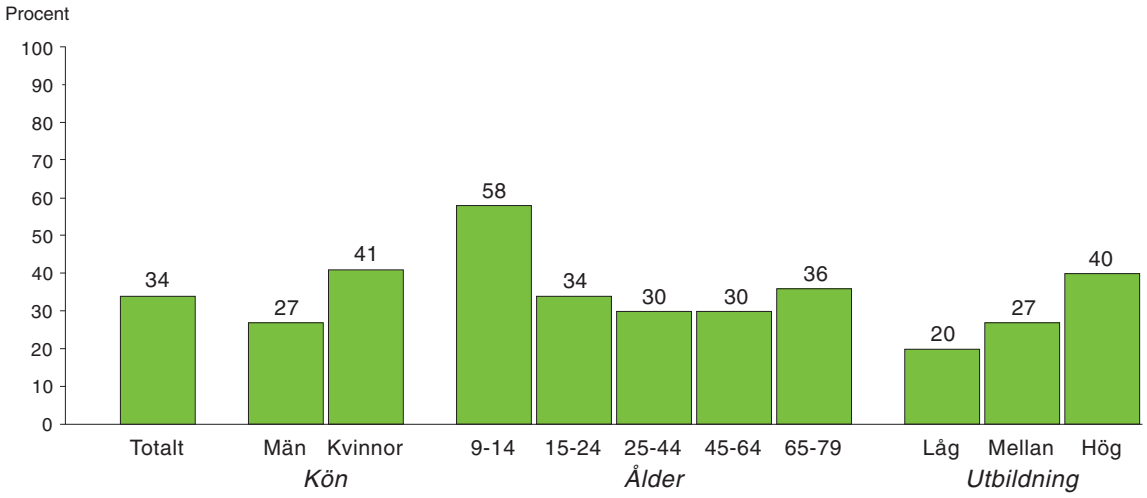
TV-reklamen är relativt jämt spridd i olika grupper medan andelen som tar del av reklam i morgontidningar ökar med ålder.

Reklam i radio når främst 25 till 44-åringarna, 21 procent, detsamma gäller för reklam i kvällstidningen, 19 procent. Andelen som tagit del av reklam på Facebook är högst bland ungdomar, 42 procent.

Fler kvinnor än män uppger att de tar del av reklam i TV, morgontidningar, Facebook och bloggar medan motsatt förhållande gäller för kvällstidningen. Utbildningsnivå har liten betydelse vad gäller andelen som tar del av reklam i traditionella medier. Att andelen med medelhög utbildning är överrepresenterad bland de som tagit del av reklam via Facebook och bloggar förklaras av åldersstrukturen bland dem som tar del av de sociala nätverken.

Bok 34%

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
År	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1979[1]	29	26	33	50	31	28	25	23	16	33	56
1981[1]	29	26	33	51	36	28	24	19	16	34	46
1985[1]	31	27	35	54	43	31	21	18	17	35	48
1989[1]	31	25	38	46	35	33	25	25	19	33	44
1991[1]	32	28	35	53	41	32	21	25	21	32	43
1993[1]	31	26	37	51	37	31	25	26	20	28	46
1995	44	38	50	74	56	41	35	32	27	43	58
1997	38	31	43	63	47	37	32	29	22	35	52
1999	37	31	44	62	43	35	30	32	24	29	46
2001	38	33	43	62	45	37	31	36	23	33	47
2003	35	27	42	55	40	32	33	28	19	30	45
2005	38	32	44	59	39	34	37	37	25	30	49
2007[2]	38	30	45	60	39	33	36	36	24	31	45
2009[2]	36	28	43	59	40	35	31	34	21	30	43
2011[2]	36	29	43	62	37	30	32	36	25	27	41
2012[2]	34	27	41	58	34	30	30	36	20	27	40

Läser böcker

Andelen läsare en genomsnittlig dag uppgår till 34 procent. Skillnaderna mellan könen är påfallande. 41 procent av kvinnorna läser någon bok en genomsnittlig dag medan andelen bland män är 27 procent. I barngruppen, 9 till 14 år, är bokläsning mer utbredd än i någon annan åldersgrupp, 58 procent. Bland ungdomar i skolåldern och pensionärer är andelen bokläsare något högre än bland medelålders. Högutbildade är flitigare bokläsare än andra grupper, 40 procent har läst eller tittat i en bok en genomsnittlig dag medan motsvarande siffra för lågutbildade är 20 procent.

Under det senaste decenniet har den totala bokläsningen varit relativt stabil.

Anmärkning

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

Noter

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 ljud- och e-bok ingår.

Bok

Andel som läser en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	34
	Vuxna 18-79 år	32
	Barn/ungdom 9-17 år	52
Kön	Män 9-79 år	27
	Kvinnor 9-79 år	41
	Män 18-79 år	24
	Kvinnor 18-79 år	39
	Pojkar 9-17 år	45
	Flickor 9-17 år	60
Ålder	9-14 år	58
	15-19 år	35
	20-24 år	32
	25-34 år	27
	35-44 år	32
	45-54 år	29
	55-64 år	31
	65-79 år	36
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	19
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	23
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	28
	Gymnasial utbildning > 2 år	27
	Högskola/universitet ≤ 3 år	36
	Högskola/universitet > 3 år	43

		%
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid[1]	30
	Förvärvsarbetar deltid[1]	34
	Egna företagare	22
	Pensionärer	35
	Studerande	38
	Arbetslösa[2]	19
Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	34
	Två personer (18 år och äldre)	32
	Tre eller fler (18 år och äldre)	29
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	31
	Äldre vuxna (45-79 år)	33
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	31
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	27
Hushåll (9-79 år)	En person	33
	Två personer	33
	Tre personer	34
	Fyra personer eller fler	37
Hemort (9-79 år)	Stockholm	40
	Malmö	33
	Göteborg	40
	Större städer	37
	Pendlingskommuner	29
	Glesbygdskommuner	30
	Varuproducerande kommuner	27
	Övriga kommuner	30

Bokläsaren

Kön, ålder och utbildning påverkar i hög grad räckvidden för bokläsning. Kvinnor läser böcker i större utsträckning än män (41 respektive 27 procent). Barn läser böcker i betydligt högre grad än äldre, inte minst genom skolan. Det är därför inte förvånande att högkonsumenterna utmärks av barn 9 till 14 år (58 procent) och unga flickor (60 procent) en genomsnittlig dag. Även pojkar 9 till 17 år ligger över genomsnittet för bokläsning (45 procent).

Utbildningsnivån har också stor betydelse för bokläsningen. Högutbildade är flitigare bokläsare, 43 procent, än de med lägst utbildning, 19 procent. Bokläsningen är också något mera utbredd i storstadsområdena än i landsorten. Högst är läsningen i Stockholm och Göteborg med 40 procent läsare och lägst i varuproducerande kommuner, 27 procent. En liten nedgång i den totala bokläsningen kan förmärkas under de senaste åren, främst bland barn och ungdomar.

Anmärkning

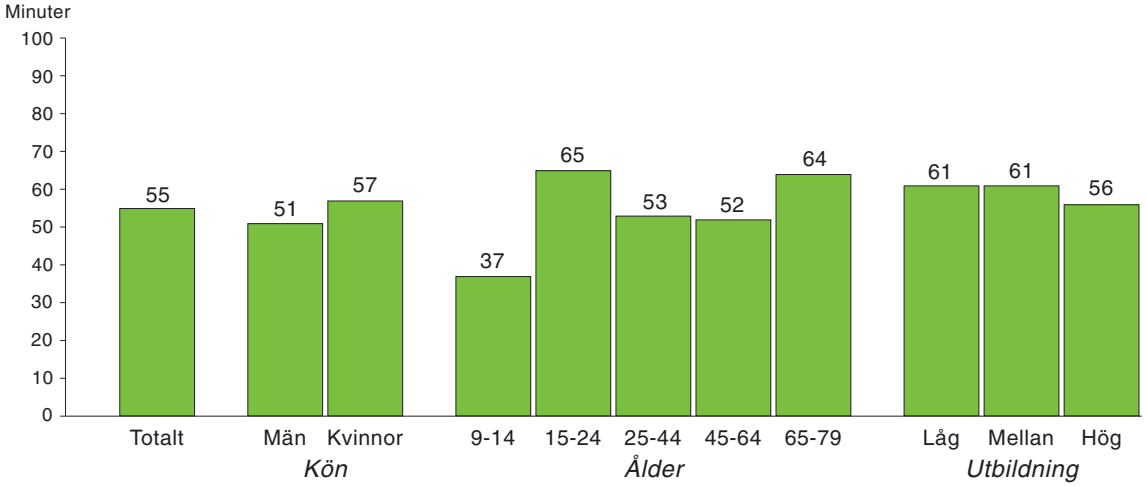
Med böcker avses såväl skön- och facklitteratur som barn-/ungdoms- och läroböcker, tryckt bok eller fr o m 2006 ljudbok och e-bok.

Noter

1. Avser anställda arbetare, tjänstemän eller akademiker.
2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Bok 55 minuter

Lästid *bland läsare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (minuter)



Lästid *bland läsare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2012 (minuter)

		Kön		Ålder					Utbildning		
År	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1986[2]	68	68	69	46	82	71	64	65	64	79	71
1987[2]	64	62	65	44	72	62	70	72	60	76	66
1989[2]	61	58	64	41	68	63	69	59	68	57	70
1991[2]	58	64	53	46	72	53	52	68	49	58	74
1993[2]	59	60	58	42	75	57	57	61	58	57	66
1995	64	59	68	51	89	60	57	65	64	68	68
1997	61	57	64	51	72	60	57	69	67	61	61
1999	55	54	56	37	76	54	56	59	59	52	62
2001	62	57	66	52	77	60	58	66	56	64	65
2003	55	54	57	44	61	56	56	62	59	57	58
2005	56	51	58	34	59	56	56	67	62	55	60
2007[3]	51	50	51	35	51	48	51	68	60	50	54
2009[3,4]	58	56	59	42	70	56	57	65	68	61	59
2011[3,4]	56	53	58	38	71	57	56	57	57	60	60
2012[3,4]	55	51	57	37	65	53	52	64	61	61	56

Lästid bland läsarna

Lästiden bland dem som läser eller lyssnar på minst en bok är 55 minuter en genomsnittlig dag. Lästiden varierar förhållandevis lite mellan olika grupper av befolkningen. Skolbarn 9 till 14 år, 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, särskilt bland de unga, men i övrigt är mönstret mellan olika grupper i stort sett detsamma de senaste åren.

Anmärkning

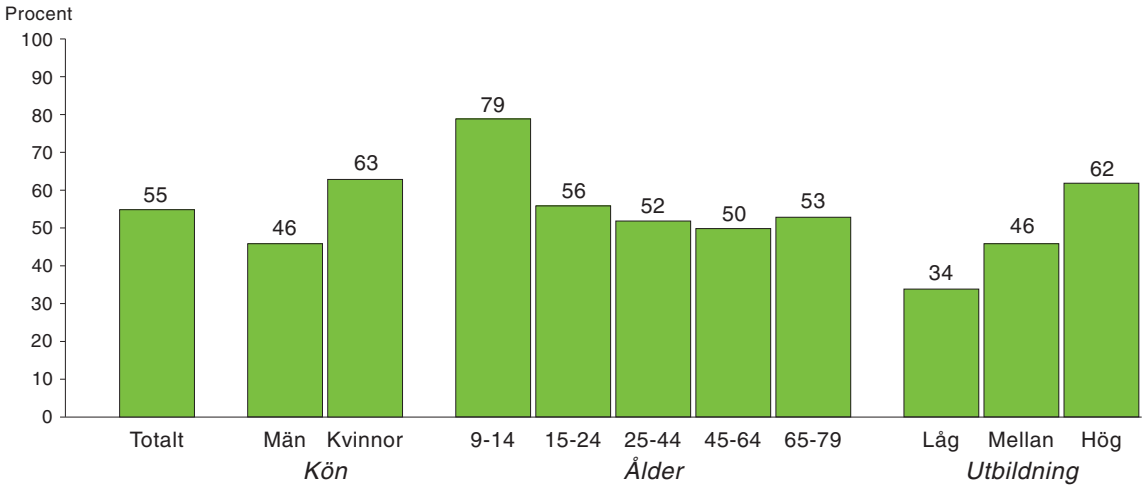
Med böcker avses såväl skön- och facklitteratur som barn-/ungdoms- och läroböcker, tryckt bok eller fr o m 2006 ljudbok och e-bok.
Lästiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna utifrån på förhand angivna tidsintervall fått göra en uppskattning av sin lästid under gårdagen. Intervallen har sedan omräknats till genomsnittlig lästid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*).
Tabellen redovisar genomsnittlig lästid bland dem som läst böcker en genomsnittlig dag.

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 ljud- och e-bok ingår.
4. Tiden för bokläsning bygger från och med 2009 på två frågor för att kunna skilja ut tiden för lästa böcker och böcker man lyssnat till. Frågorna har också utökats med ett intervall för att kunna fånga in den längre tiden för böcker man lyssnat till.

Bok

Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2012 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Enbart en bok	32	25	38	53	30	26	28	34	20	25	36
Två böcker	2	1	3	3	1	3	2	1	–	1	3
Tre eller fler	1	1	1	1	2	1	–	1	–	1	1
Mindre än ½ tim	11	9	12	29	8	11	10	7	4	7	12
½-1 tim	15	12	17	23	15	11	13	17	10	11	17
1-2 tim	6	4	7	3	7	5	5	8	4	6	7
2-3 tim	2	1	3	2	3	2	2	3	1	2	3
Mer än 3 tim	1	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1
Ljudbok	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3
Bok på papper	31	25	37	54	31	26	27	33	19	24	35
E-bok	1	1	1	0	1	1	–	–	–	1	1

Läsning av böcker

55 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 antydan om att bokläsning ofta är en vana. Andelen ”veckoläsare” är förhållandevis stabil över tid.

”Veckoläsning” är mer utbredd bland de yngsta (79 procent) samt bland kvinnor och högutbildade (vardera 63 respektive 62 procent). 3 procent av befolkningen tar del av mer än en bok en genomsnittlig dag. En generell minskning kan noteras för de senaste åren.

Drygt en fjärdedel av befolkningen ägnar böcker som mest en timma en genomsnittlig dag och 9 procent läser mer än en timma. Bland dem som ägnar en timma eller mer åt bokläsning är pensionärer och högutbildade något överrepresenterade.

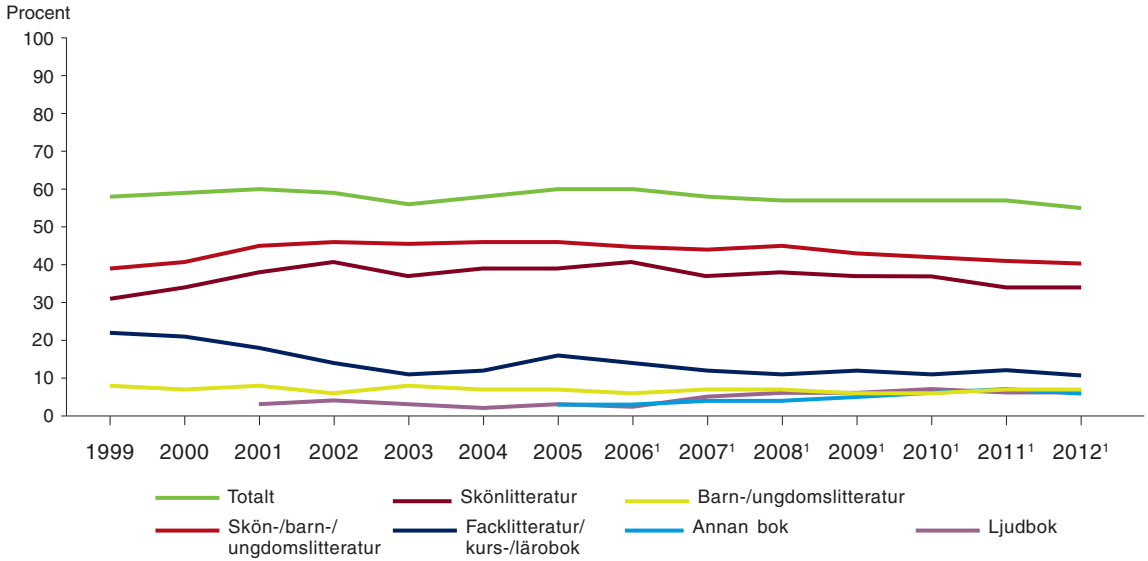
Andelen som tagit del av ljudbok uppgår till 3 procent en genomsnittlig dag. Räckvidden för e-bok är ännu begränsad.

Anmärkning

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

Bok

Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 1999-2012 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 1999-2012 (procent)

	Totalt	Skönlitteratur	Barn-/ungdoms litteratur	Skön-/barn- och ungdomslitteratur	Facklitteratur/ kurs-/lärobok	Annan bok	Ljudbok
1999	58	31	8	39	22	..	..
2000	59	34	7	40	21	..	..
2001	60	38	8	45	18	..	3[2]
2002	59	40	6	46	14	..	4[2]
2003	56	37	8	45	11	..	3[2]
2004	58	39	7	46	12	..	2[2]
2005	60	39	7	46	16	3	3
2006[1]	60	40	6	45	14	3	2
2007[1]	58	37	7	44	12	4	5
2008[1]	57	38	7	45	11	4	6
2009[1]	57	37	6	43	12	5	6
2011[1]	57	34	7	41	12	7	6
2012[1]	55	34	7	40	11	6	6

Veckoläsning av böcker

Skönlitteratur är den klart dominerande bokgenren i befolkningen, 34 procent läser skönlitteratur en genomsnittlig vecka. Om kategorin vidgas med barn- och ungdomslitteratur ökar andelen till 40 procent. Läsning av skönlitteratur har legat på en stabil nivå sedan slutet av 1990-talet. Även läsningen av barn- och ungdomslitteratur är oförändrat stabil.

Läsning av skönlitteratur är betydligt mer utbredd bland kvinnor (42 procent) än män (26 procent). Barn- och ungdomsböcker läses framför allt av dem mellan 9 och 14 år (47 procent).

Med högre utbildning ökar vanan att läsa skönlitteratur. Andelen läsare i olika åldersgrupper ligger jämn bortsett från den högre andelen bland de unga.

11 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 har att göra med att internet används i allt större utsträckning för motsvarande behov. Läsningen är högst bland ungdomar och högutbildade (18 respektive 15 procent) vilket är en avspegling av läroboksläsningen. Samtidigt är det i dessa grupper som nedgången i fackboksläsningen noterats de senaste åren. Med högre utbildning ökar vanan att läsa facklitteratur. För facklitteratur finns inga skillnader mellan könen.

Andelen som tagit del av ljudbok uppgår till 6 procent en genomsnittlig vecka. Barn och ungdomar lyssnar i något lägre utsträckning än äldre annars märks endast små skillnader mellan olika grupper.

Noter

1. I frågan om bokläsning gjordes 2006 ett förtydligande för att betona att även ljud- och e-bok ingår.
2. Frågan gällde bok på talkassett.

Bok

Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 1999-2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
År	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Skönlitteratur											
1999	31	24	39	16	30	33	36	33	25	30	45
2001	38	29	45	12	39	42	39	39	29	39	52
2005	39	30	48	17	40	39	44	40	31	38	51
2007[1]	37	27	46	13	34	41	40	39	28	35	51
2009[1]	37	27	45	18	34	38	40	40	27	36	47
2011[1]	34	25	42	15	29	36	39	37	28	30	46
2012[1]	34	26	42	16	30	35	37	38	22	33	44
Barn-/ungdomslitteratur											
1999	8	5	10	39	6	7	1	0	1	3	5
2001	8	6	10	56	7	7	1	1	0	4	4
2005	7	5	8	49	5	5	2	1	1	2	4
2007[1]	7	7	7	51	7	4	1	0	1	2	3
2009[1]	6	6	7	47	8	3	1	1	1	1	2
2011[1]	7	6	8	52	6	4	1	0	1	2	3
2012[1]	7	6	7	47	5	5	1	1	0	2	3
Skönlitteratur/barn- och ungdomslitteratur											
1999	39	29	49	55	36	39	37	33	27	34	50
2001	45	35	54	68	45	46	40	40	29	42	55
2005	46	35	56	66	45	43	45	41	32	40	54
2007[1]	44	34	53	64	40	44	41	39	29	36	53
2009[1]	43	33	51	64	41	41	40	41	28	38	49
2011[1]	41	31	50	67	35	39	40	38	29	32	48
2012[1]	40	31	49	63	36	39	37	39	22	34	46
Facklitteratur/kurs-/lärobok											
1999	22	22	22	37	39	23	14	9	9	16	30
2001	18	20	16	25	35	19	12	9	8	14	26
2005	16	17	16	24	26	17	14	9	7	13	23
2007[1]	12	12	13	22	21	12	10	7	5	10	15
2009[1]	12	13	11	21	20	13	8	8	4	9	16
2011[1]	12	12	12	18	21	13	8	8	5	8	15
2012[1]	11	12	11	12	18	12	8	10	6	7	15
Annan bok											
2005	3	6	4	3	3	4	5	8	4	5	5
2007[1]	4	4	5	2	4	4	5	6	5	5	4
2009[1]	5	5	5	3	5	6	5	7	6	5	6
2011[1]	7	6	7	5	6	6	8	8	7	7	7
2012[1]	6	6	6	4	4	7	7	6	4	7	7
Ljudbok											
2007	5	5	5	3	3	7	7	3	3	6	7
2009	6	7	6	4	3	7	8	7	5	8	7
2011[1]	6	5	6	3	3	7	7	6	5	6	7
2012[1]	6	5	6	4	5	4	7	7	7	6	5

Not

1. I frågan om bokläsning gjordes 2006 ett förtydligande för att betona att även ljud- och e-bok ingår.

Bok

Andel som läser skönlitteratur/barn- och ungdomslitteratur (S) samt facklitteratur/kurs- och lärobok (F) en genomsnittlig vecka 2012 (procent)

		S	F
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	40	11
	Vuxna 18-79 år	37	11
	Barn/ungdom 9-17 år	59	13
Kön	Män 9-79 år	31	12
	Kvinnor 9-79 år	49	11
	Män 18-79 år	28	11
	Kvinnor 18-79 år	46	11
	Pojkar 9-17 år	53	15
	Flickor 9-17 år	66	12
Ålder	9-14 år	64	12
	15-19 år	40	18
	20-24 år	31	19
	25-34 år	35	16
	35-44 år	41	10
	45-54 år	36	8
	55-64 år	39	8
	65-79 år	39	10
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	21	5
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	23	8
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	36	6
	Gymnasial utbildning > 2 år	33	8
	Högskola/universitet ≤ 3 år	43	13
	Högskola/universitet > 3 år	49	17
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid[1]	38	10
	Förvärvsarbetar deltid[1]	42	9
	Egna företagare	34	10
	Pensionärer	38	9
	Studerande	31	31
	Arbetslösa[2]	29	5
Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	37	11
	Två personer (18 år och äldre)	38	11
	Tre eller fler (18 år och äldre)	32	12
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	35	16
	Äldre vuxna (45-79 år)	38	9
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	37	11
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	35	12
Hushåll (9-79 år)	En person	37	12
	Två personer	39	10
	Tre personer	39	13
	Fyra personer eller fler	44	12
Hemort (9-79 år)	Stockholm	47	15
	Malmö	42	14
	Göteborg	46	13
	Större städer	44	12
	Pendlingskommuner	37	6
	Glesbygdskommuner	34	9
	Varuproducerande kommuner	28	10
	Övriga kommuner	34	10

Läsare av skön- och facklitteratur

Utmärkande för andelen läsare av skönlitteratur och/eller barn- och ungdomslitteratur är de höga andelarna bland barn och särskilt unga flickor (66 procent) samt den lägre läsningen bland lågutbildade med nioårig skola (21 procent) och vuxna män (28 procent).

Andelen läsare av facklitteratur/kurs- och läroböcker är 11 procent och uppvisar inte något lika entydigt mönster. De flitigaste läsarna återfinns naturligt nog bland studerande (31 procent). Arbetslösa läser i mindre omfattning (5 procent). Mönstret är i stort sett detsamma som under de senaste åren.

Anmärkning

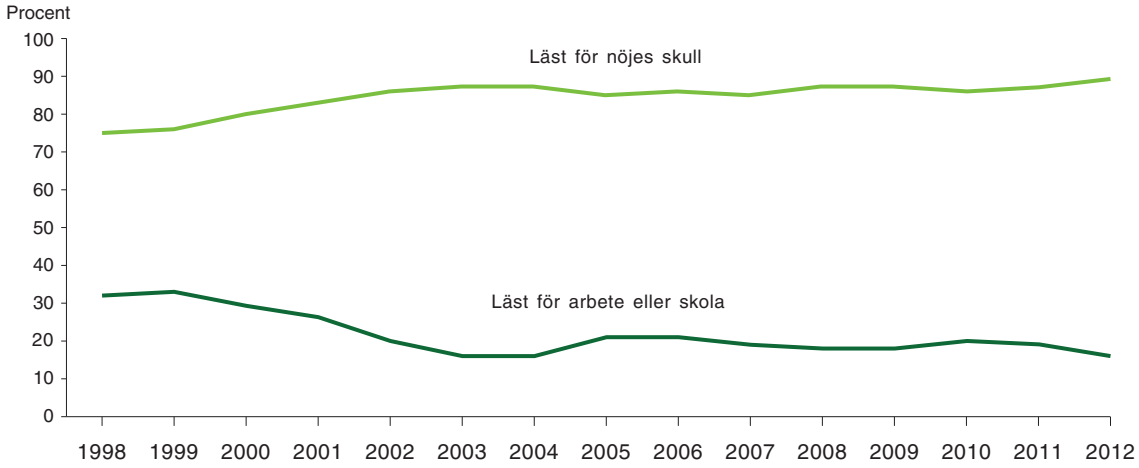
Med böcker avses såväl skön- och facklitteratur som barn-/ungdoms- och läroböcker, tryckt bok eller fr o m 2006 ljudbok och e-bok.

Noter

1. Avser anställda arbetare, tjänstemän eller akademiker.
2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Bok

Andel som har läst bok för nöjes skull och för arbete eller skola *bland bokläsare* 9–79 år en genomsnittlig dag 1998-2012 (procent)



Andel som har läst bok för nöjes skull och för arbete eller skola *bland bokläsare* 9-79 år en genomsnittlig dag 1999-2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Läst för nöjes skull											
1999	76	73	78	64	51	78	87	99	90	84	77
2001	83	83	83	71	59	85	93	99	98	83	89
2003	87	84	89	73	69	88	96	98	96	91	90
2005	85	82	87	70	62	86	94	98	95	89	87
2007[1]	85	83	87	67	61	89	95	98	98	89	91
2009[1]	87	84	90	68	67	91	96	99	97	92	92
2011[1]	87	85	88	77	64	87	98	100	98	89	90
2012[1]	89	86	90	74	67	92	96	98	94	93	93
Läst för arbete eller skola											
1999	33	36	30	50	63	29	20	2	9	22	34
2001	26	27	26	46	59	25	12	1	7	22	22
2003	17	20	15	36	37	18	7	2	5	12	16
2005	21	24	18	37	49	20	10	3	6	15	20
2007[1]	19	22	17	40	45	16	9	3	4	14	15
2009[1]	18	22	16	46	41	13	8	2	3	11	13
2011[1]	19	21	18	35	48	19	7	1	5	15	16
2012[1]	16	18	15	38	37	14	7	2	6	8	12

Läsning för nöjes skull

Bokläsarna läser i stor utsträckning böcker för nöjes skull, andelen uppgår till 89 procent – 1999 var motsvarande siffra 76 procent.

Detta gäller samtliga åldersgrupper men är särskilt utmärkande för de unga. Samtidigt som nöjesläsningen har ökat under senare år har läsningen för arbetet eller skolan minskat från 33 procent 1999 till 16 procent 2012.

Anmärkning

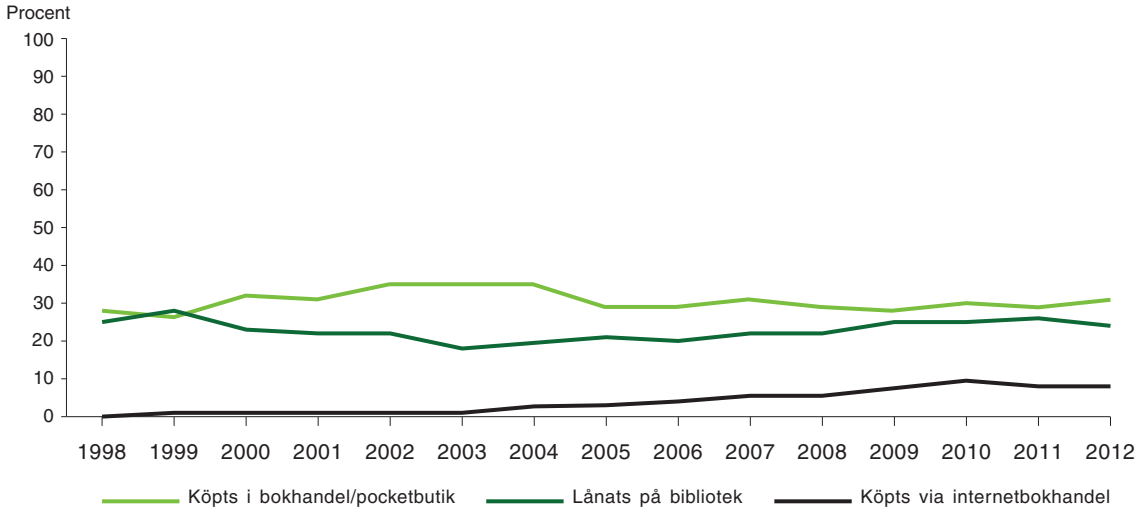
Med böcker avses såväl skön- och facklitteratur som barn-/ungdoms- och läroböcker, tryckt bok eller fr o m 2006 ljudbok och e-bok.

Not

1. I frågan om bokläsning gjordes 2006 ett förtydligande för att betona att även ljud- och e-bok ingår.

Bok

Anskaffning av böcker *bland dem som läst någon bok* 9-79 år den senaste veckan 1998-2012 (procent)



Anskaffning av böcker *bland dem som läst någon bok* 9-79 år den senaste veckan 1998-2012 (procent)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Köpt i bokhandel/pocketbutik	28	26	32	31	35	35	35	29	29	31	29	28	30	29	31
Lånat på bibliotek	25	28	23	22	22	18	19	21	20	22	22	25	25	25	24
Lånat från släkt/vän/bekant	11	12	12	14	13	13	14	10	9	10	10	11	10	8	9
Fått som gåva	13	10	10	13	11	14	10	13	15	11	10	9	9	10	11
Köpt via internetbokhandel	0	1	1	1	1	1	2	3	4	5	5	7	9	8	8
Köpt i kiosk eller i varuhus	4	4	3	4	4	3	4	6	6	6	8	6	6	6	6
Köpt genom bokklubb	10	10	8	9	8	6	7	9	7	6	6	4	4	4	4
Köpt på antikvariat	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Laddat ned från internet	..	..	..	..	..	..	..	..	..	1	1	1	0	1	1
Lånat i läsecirkel	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Anskaffat på annat sätt	7	6	8	6	5	7	7	7	8	6	6	6	6	5	4

Anskaffning

De flesta bokläsare införskaffar böcker från bokhandel (31 procent) och bibliotek (24 procent). Bibliotekens roll försvagades efter 1999, men förefaller ha återhämtat sig under senare år och ligger numera relativt stabilt kring 25 procent. Andelen som köpt bok genom bokklubb har minskat från 10 till 4 procent sedan slutet av 1990-talet. Under samma period har köp via internetbokhandel ökat från 1 till 8 procent. I övrigt är anskaffningsmönstren stabila över tid.

Medel- och högutbildade samt medelålders personer köper i förhållandevis stor utsträckning böcker i bokhandeln medan barn och ungdomar lånar på bibliotek.

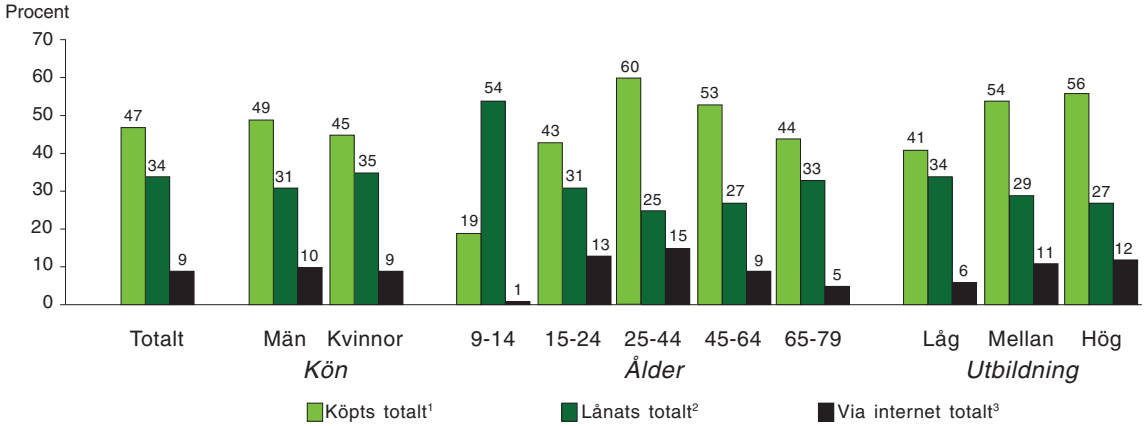
Andelen som läser en bok som man har lånat från vänner och bekanta är 9 procent medan andelen som läser böcker de har fått som gåva är 11 procent, här kan en minskning noteras under senare år. Köp via internetbokhandel är vanligast bland yngre medelålders (13 procent) men även högutbildade köper via internet i allt större utsträckning (11 procent). 6 procent är köp i kiosk. Få personer införskaffar böcker via läsecirkel, antikvariat eller genom att ladda ned böcker från internet.

Anmärkning

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

Bok

Anskaffning av böcker *bland dem som läst någon bok* 9-79 år den senaste veckan 2012 (procent)



Anskaffning av böcker *bland dem som läst någon bok* 9-79 år den senaste veckan 2012 (procent)

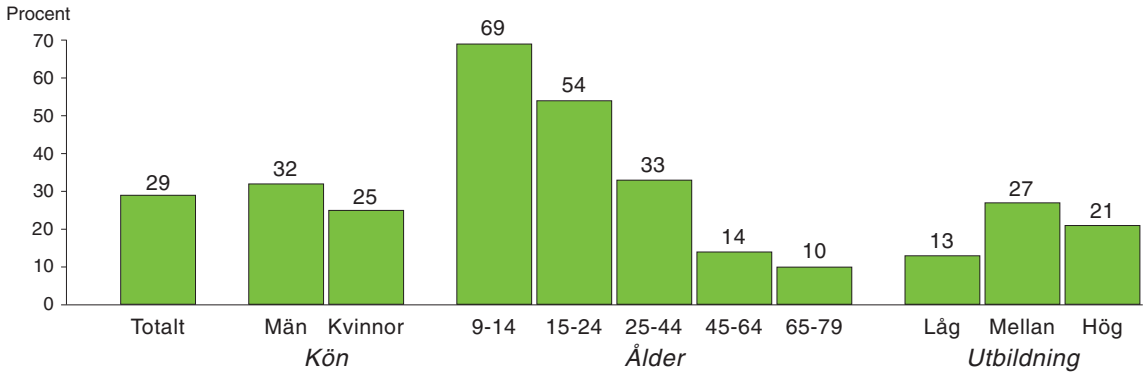
		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Anskaffning bland läsare											
Köpt i bokhandel/pocketbutik	31	34	30	15	27	37	35	32	27	35	37
Köpt via internetbokhandel	8	9	8	1	11	13	9	5	6	9	11
Köpt i kiosk eller i varuhus	6	5	6	3	3	8	7	5	6	7	6
Köpt genom bokklubb	4	3	4	1	–	2	6	5	6	4	4
Köpt på antikvariat	1	1	1	0	–	1	1	2	1	–	1
Lånat på bibliotek	24	24	24	51	31	14	15	25	21	16	18
Lånat från släkt/vän/bekant	9	7	10	3	10	11	10	8	12	12	8
Lånat via bibliotekets hemsida	1	–	1	1	–	1	1	1	1	–	1
Lånat i läsecirkel	1	–	1	–	0	–	–	2	1	–	1
Köpt via internetbokhandel	8	9	8	1	11	13	9	5	6	9	11
Laddat ned från internet	1	1	1	0	2	2	1	0	0	2	1
Fått som gåva	11	11	11	17	7	8	10	12	13	10	9
Anskaffat på annat sätt	4	4	3	7	7	2	2	3	3	3	2

Noter

1. Har köpt i bokhandel/pocketbutik, internetbokhandel, kiosk/varuhus, bokklubb eller antikvariat.
2. Har lånat via bibliotek, bibliotekets hemsida, släkt/vän/bekant eller i läsecirkel.
3. Har köpt via internetbokhandel, laddat ned från internet eller lånat via bibliotekets hemsida.

Dator-/TV-/internetspel 29%

Dator-/TV-/internetspelanvändare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Dator-/TV-/internetspelanvändare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2004-2012 (procent/minuter)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
TV- och internetspel: Genomsnittlig dag											
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
2009	12	17	8	44	28	10	4	3	4	11	6
2011	22	27	17	59	46	23	9	5	8	20	16
2012	29	32	25	69	54	33	14	10	13	27	21
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
2009	25	32	19	71	53	26	10	7	10	24	17
2011	34	41	28	81	67	39	17	11	16	34	27
2012	37	41	33	83	65	45	21	14	17	35	30
Speltid bland spelare (minuter)											
2007	87	105	55	95	109	73	43	–[1]	–[1]	94	53
2009	76	92	46	75	96	64	53	–[1]	–[1]	69	63
2011	65	81	40	57	91	56	47	–[1]	–[1]	69	57
2012	65	82	41	64	90	55	46	41[2]	60[2]	71	51

Dator-/TV- och internetspel

En genomsnittlig dag spelar 29 procent av befolkningen något dator-/TV- eller internetbaserat spel. För varje år ökar denna andel. Spelen är framförallt en sysselsättning för män, barn och unga. Men under det senaste året har ökningen av andelen spelare främst skett bland äldre och kvinnor, d v s grupper som traditionellt spelat i mindre omfattning. Mer än hälften av barnen och nära hälften av ungdomarna spelar en genomsnittlig dag.

En genomsnittlig vecka har 37 procent av befolkningen spelat, 83 procent av barnen och 65 procent av ungdomarna. 45 procent av 25 till 44-åringarna har spelat något spel.

En ökning kan noteras bland medelålders och pensionärer under de senaste åren. 10 procent av pensionärerna spelar en genomsnittlig dag och 14 procent en genomsnittlig vecka.

Spelande är vanligare bland män än kvinnor och personer med längre utbildning spelar i betydligt större utsträckning än lågutbildade, vilket delvis beror på åldersstrukturen i utbildningsgrupperna.

Sedan mätserien startade 2004 har andelen som spelar en genomsnittlig dag mer än tredubblats och den ökning som kan noteras för 2012 är sannolikt ett resultat av såväl spelutveckling som genomslag för smarta telefoner.

Anmärkning

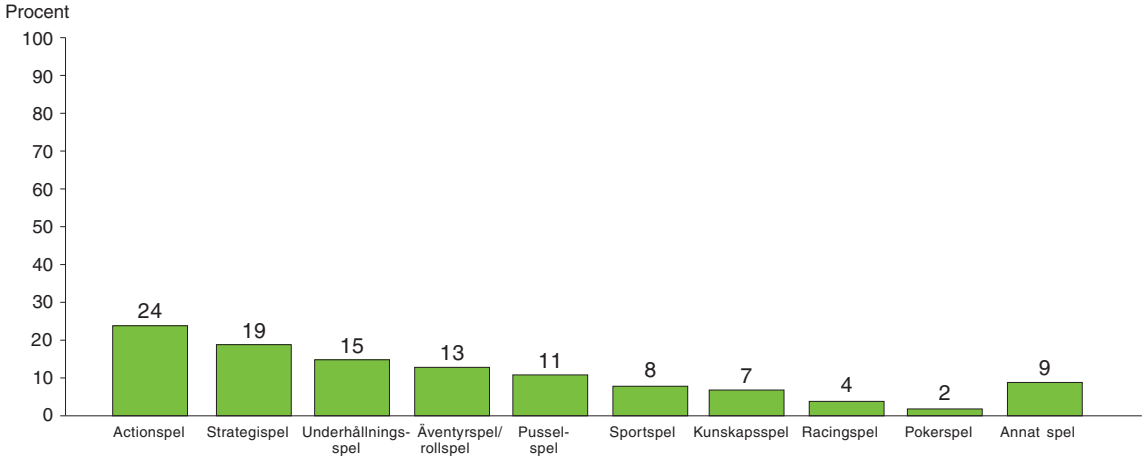
Svarspersonerna har utifrån på förhand angivna intervall fått ange hur länge de spelade under gårdagen. Intervallen har sedan omräknats till genomsnittlig speltid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*). Tabellen redovisar genomsnittlig speltid bland dem som spelar dator-/TV- eller internetspel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

Noter

1. Siffran redovisas ej då antalet svarspersoner är mycket lågt.
2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Dator-/TV-/internetspel

Spelområden bland spelare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Spelområden bland spelare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
Typ av spel	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg[1]	Mellan	Hög
Actionspel	24	39	5	31	41	17	5	0	10	21	17
Strategispel	19	18	21	12	24	23	19	15	14	25	20
Underhållningsspel	15	8	24	20	10	13	16	25	20	14	13
Äventyrspel/rollspel	13	15	9	20	12	12	4	5	6	10	6
Pusselspel	11	6	18	2	5	14	23	30	16	14	20
Sportspel	8	13	3	13	10	8	2	2	6	9	4
Kunskapsspel	7	3	12	3	3	8	16	11	8	6	13
Racingspel	4	5	2	6	5	4	1	0	6	4	2
Pokerspel	2	3	2	1	1	3	5	5	10	3	3
Annat spel	9	7	11	4	7	9	14	18	12	9	13

Spelområden

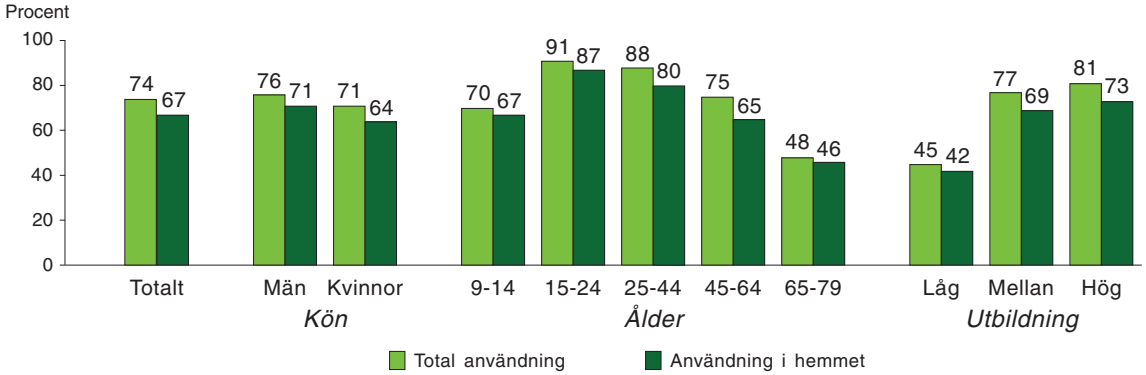
De flesta spelarna spelar actionspel (24 procent), strategispel (19 procent), underhållningsspel (15 procent), äventyrsspel (13 procent) eller pusselspel (11 procent). Såväl spelandet som typ av spel hänger starkt samman med kön, ålder och utbildning. Män spelar action- och sportspel i klart större utsträckning än kvinnor vilka oftare spelar underhållnings-, pussel- och kunskapsspel än män. Barn och ungdomar är överrepresenterade när det gäller action-, underhållnings- och äventyrsspel medan äldre spelare i större utsträckning väljer att spela pussel- och kunskapsspel.

Not

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

Internet 74%

Användare 9-79 år totalt och i hemmet en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Användare 9-79 år totalt och i hemmet en genomsnittlig dag 1999-2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Total användning											
1999	31	35	26	31	45	40	29	4	10	31	50
2001	35	41	30	29	49	50	31	7	13	37	51
2003	33	38	29	28	42	43	34	9	14	37	43
2005	42	46	38	34	54	54	44	15	21	46	53
2007	64	68	60	64	86	77	65	29	33	68	75
2009	65	69	61	65	85	78	63	34	35	68	75
2011	74	75	72	71	94	89	73	44	42	76	84
2012	74	76	71	70	91	88	75	48	45	77	81
Användning i hemmet											
1999	12	15	9	13	16	17	10	3	5	14	18
2001	25	29	21	20	35	36	21	7	9	26	35
2003	21	24	18	19	23	26	21	8	10	23	26
2005	27	30	24	23	32	32	27	13	15	28	32
2007	56	62	51	59	81	66	54	27	29	59	64
2009	58	64	53	60	81	70	52	32	31	61	65
2011	67	70	65	67	89	82	62	43	38	69	77
2012	67	71	64	67	87	80	65	46	42	69	73

Internetanvändningen

74 procent av befolkningen använder internet en genomsnittlig dag. Detta avser den totala användningen oavsett om den sker i bostaden, på arbetet/skolan eller annan plats, och oavsett om den ingår i ett arbete eller om den är av privat karaktär. Det är något fler män än kvinnor bland internetanvändarna, fler unga än äldre och fler högutbildade än lågutbildade. I ungdomsgruppen använder 91 procent internet en genomsnittlig dag medan motsvarande siffra för äldre är 48 procent. En ökad användning kan noteras i samtliga åldersgrupper. Genomslaget för smarta telefoner har säkerligen påverkat utvecklingen under det senaste året. I åldersgruppen 9 till 14 år har 61 procent tillgång till smarta telefoner och i åldersgruppen 15 till 34 år är andelen 82 procent.

Bland högutbildade är andelen internetanvändare 81 procent och bland lågutbildade 45 procent. Den sociala ojämlikheten är fortfarande klart märkbar.

Andelen som en genomsnittlig dag använder internet i hemmet är 67 procent, 1999 var andelen 12 procent. Efter 2005 ökade andelen användare i hemmet snabbt – en effekt av tillgången till bredband. Mönstren vad gäller användningen i hemmet 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.

Internet

Andel användare totalt (A) och och i hemmet (B) en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		A	B
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	74	67
	Vuxna 18-79 år	73	66
	Barn/ungdom 9-17 år	78	74
Kön	Män 9-79 år	76	71
	Kvinnor 9-79 år	71	64
	Män 18-79 år	76	70
	Kvinnor 18-79 år	70	62
	Pojkar 9-17 år	77	74
	Flickor 9-17 år	78	75
Ålder	9-14 år	71	68
	15-19 år	92	88
	20-24 år	90	85
	25-34 år	89	80
	35-44 år	87	79
	45-54 år	82	72
	55-64 år	69	58
	65-79 år	48	46
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	39	36
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	60	55
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	70	63
	Gymnasial utbildning > 2 år	80	72
	Högskola/universitet ≤ 3 år	81	73
	Högskola/universitet > 3 år	81	73
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid[1]	85	73
	Förvärvsarbetar deltid[1]	77	72
	Egna företagare	83	75
	Pensionärer	47	46
	Studerande	92	88
	Arbetslösa[2]	72	70
Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	64	57
	Två personer (18 år och äldre)	74	67
	Tre eller fler (18 år och äldre)	82	74
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	89	82
	Äldre vuxna (45-79 år)	59	53
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	88	79
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	86	79
Hushåll (9-79 år)	En person	61	54
	Två personer	68	62
	Tre personer	84	77
	Fyra personer eller fler	82	76
Hemort (9-79 år)	Stockholm	80	75
	Malmö	76	72
	Göteborg	77	69
	Större städer	74	68
	Pendlingskommuner	71	65
	Glesbygdskommuner	70	64
	Varuproducerande kommuner	74	69
	Övriga kommuner	68	61

Andelen internetanvändare

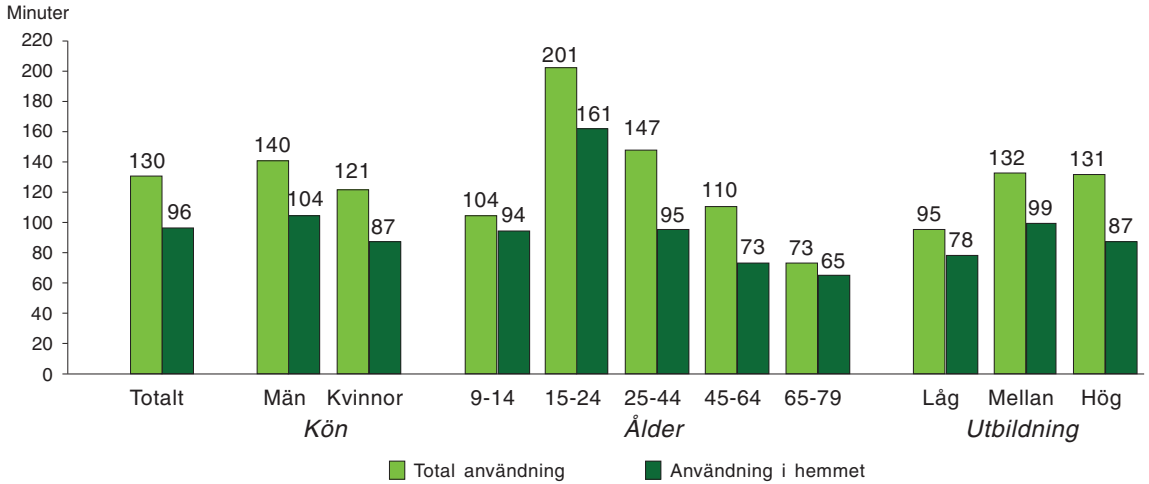
Den totala internetanvändningen en genomsnittlig dag skiljer sig markant mellan olika grupper. De högsta andelarna användare finns bland unga 15 till 19 år (92 procent) men motsvarande andelar för åldersgrupper upp till 44 år ligger kring 87 till 90 procent. De lägsta andelarna användare återfinns bland lågutbildade och pensionärer (39 respektive 47 procent). Storstadsområdena har en något högre andel internetanvändare än övriga landet.

Vad gäller internetanvändning i hemmet är mönstret i stort sett detsamma men skillnaderna mellan olika grupper något mindre.

Noter

1. Avser anställda arbetare, tjänstemän eller akademiker.
2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Användartid *bland internetanvändare*[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (minuter)



Användartid *bland internetanvändare*[1] 9-79 år totalt och i hemmet en genomsnittlig dag 1999-2012 (minuter)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Total användning											
1999	62	65	57	46[2]	63	69	60	–[3]	62[2]	61	68
2001	65	71	58	54[2]	77	66	61	39[2]	55[2]	63	71
2003	72	76	65	50[2]	76	80	68	39[2]	53[2]	81	71
2005	75	85	64	62[2]	85	79	73	51[2]	58[2]	78	77
2007	96	105	83	82	128	104	85	53	74	95	99
2009	106	114	97	101	155	108	86	65	82	109	103
2011	133	146	120	88	196	153	111	69	103	140	137
2012	130	140	121	104	201	147	110	73	95	132	131
Användning i hemmet											
1999	41	43	37	39[2]	49	42	37	–[3]	44[2]	37	41
2001	47	52	40	58[2]	63	46	38	22[2]	49[2]	47	42
2003	48	56	39	47[2]	84	49	35	36[2]	41[2]	60	36
2005	55	60	48	73[2]	88	53	39	48[2]	46[2]	51	48
2007	71	80	61	81	114	65	54	50	58	73	62
2009	87	93	79	101	136	82	61	62	74	91	74
2011	100	110	89	80	162	104	72	62	86	110	91
2012	96	104	87	94	161	95	73	65	78	99	87

Den totala tiden för internetanvändning

Den totala tiden för internetanvändning bland nätanvändare – oavsett användningsplats och användningsområde – är 130 minuter en genomsnittlig dag. Motsvarande siffra för internetanvändning i hemmet är 96 minuter. Den påfallande ökningen av internettiden som skedde mellan åren 2007 till 2011 förefaller ha avstannat på en nivå omkring 130 minuter. Den längsta användartiden – 201 minuter – noteras i samma grupper, som också använder smarta telefoner, d v s bland 15 till 24-åringarna.

Inom användargruppen framträder skillnader mellan mäns och kvinnors användningstid och mellan olika ålders- och utbildningsgrupper. Den samlade användningstiden är kortare bland kvinnor än män. Kortast är tiden bland pensionärer. Mönstret är i stort sett detsamma för internetanvändningen i hemmet.

Anmärkning

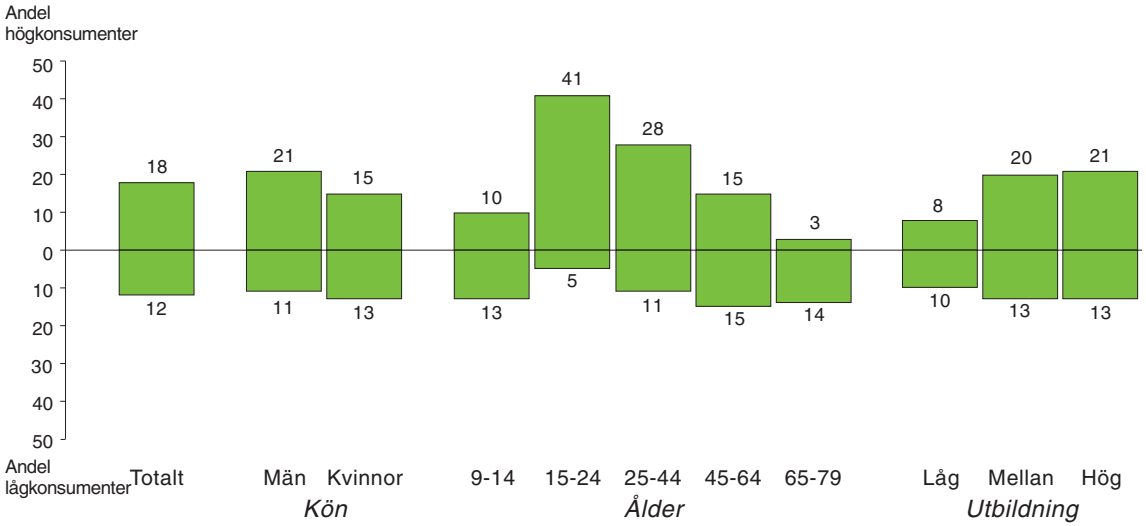
Svarspersonerna har utifrån på förhand angivna svarsintervall fått ange hur länge de använt Internet under gårdagen. Intervallen har sedan omräknats till en genomsnittlig användartid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*) bland dem som använt internet en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga användartiden totalt i hela befolkningen, där även de som inte använder internet inkluderas, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2012: 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.

Internet

Hög- och lågkonsumenter[1] 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Internetanvändare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Genomsnittlig dag											
Mindre än ½ tim	12	11	13	13	5	11	15	14	10	13	13
½-1 tim	16	16	16	19	9	17	19	15	14	16	18
1-2 tim	15	15	16	14	17	18	16	11	10	16	18
2-3 tim	9	10	9	13	16	11	8	4	4	10	10
3-4 tim	6	7	5	3	12	9	6	2	3	6	7
4-5 tim	3	4	3	3	9	6	3	1	2	4	4
Mer än 5 tim	9	10	7	4	20	13	7	1	3	10	10

Internetanvändningen

Totalt sett finns det finns fler högkonsumenter av internet än lågkonsumenter. Andelen högkonsumenter – de som en vanlig dag använder internet tre timmar eller mer – är 20 procent och andelen lågkonsumenter – de som en vanlig dag använder internet kortare än 30 minuter – är 12 procent. Fördelningen mellan hög- och lågkonsumenter varierar starkt mellan olika grupper. Flest högkonsumenter återfinns bland unga (44 procent). Bland barn, medelålders, äldre och låg-utbildade är högkonsumenterna relativt få.

Anmärkning

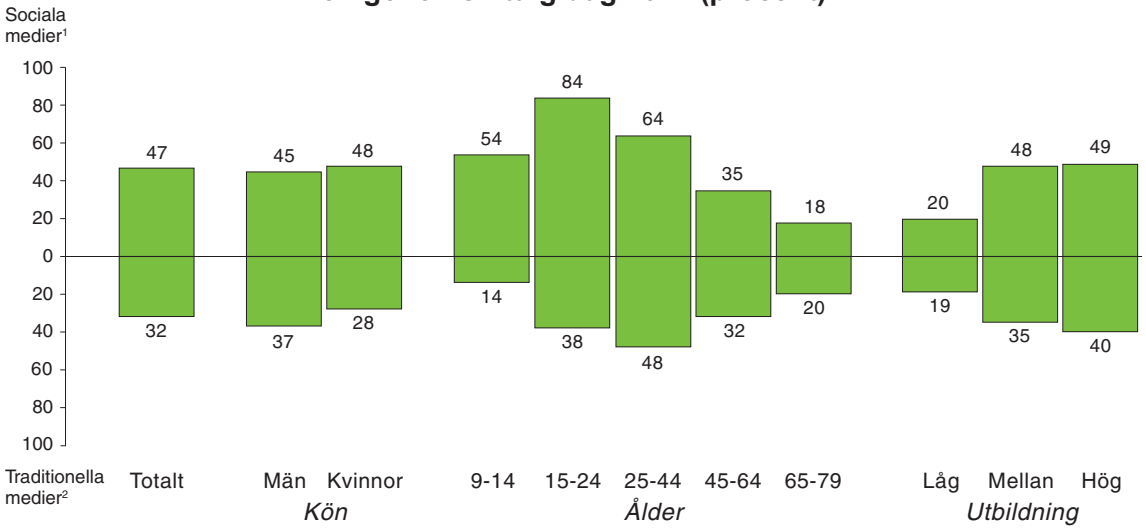
Andelen för total internetanvändning bygger på en sammanvägning av användare i hemmet, på arbetet, i skolan och andelen användare på annan plats. Före 2011 gällde redovisningen bland användare i hemmet, från och med Mediebarometer 2011 gäller redovisningen bland andelen internetanvändare totalt.

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.

Internet

Användare 9-79 år av sociala och traditionella medier på internet en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Användare 9-79 år av sociala och traditionella medier på internet en genomsnittlig dag 2009-2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Enbart sociala medier[1]	24	21	27	43	48	26	18	9	9	25	21
Enbart traditionella medier[2]	10	13	7	3	2	11	15	11	7	12	13
Både sociala[1] och traditionella medier[2]	22	24	21	11	36	37	17	10	12	23	28
Sociala medier[1]											
2009	26	25	26	44	64	32	11	4	8	28	23
2011	42	40	44	49	86	58	26	11	16	43	44
2012	47	45	48	54	84	64	35	18	20	48	49
Traditionella medier[2]											
2009	25	30	22	5	29	39	26	13	13	30	34
2011	31	37	26	8	36	47	32	19	18	34	41
2012	32	37	28	14	38	48	32	20	19	35	40

Sociala och traditionella medier på internet

Internet är en arena som erbjuder fora för kommunikation, information, kunskap, konsumtion, shopping, underhållning, spel, opinionsbildning m m. Våra vanliga massmedier – TV, film, radio, musik, dagstidning – återfinns på nätet, delvis i ny form med inslag av interaktivitet. Det som benämns 'sociala medier' är något annat, aktiviteter som kombinerar teknologi, social interaktion och skapande av medier, t ex olika typer av diskussionsrum och bloggar. Det är denna typ av interaktiv individanvändning som ökar mest.

Idag är användningen av sociala medier vanligare än användningen av traditionella medier på nätet. Det är främst ungdomarna som är flitiga användare av de sociala medierna, 84 procent av 15 till 24-åringarna använder dessa en genomsnittlig dag. Även personer mellan 25 och 44 år använder sociala medier på internet i relativt stor utsträckning, 64 procent. Det är också 25 till 44-åringarna som uppvisar störst räckvidd vad gäller användning av traditionella medier på nätet, 48 procent. Pensionärer använder fortfarande traditionella medier på internet i högre utsträckning än sociala medier, 20 respektive18 procent. Medel- och högutbildade använder både sociala som traditionella medier i betydligt större utsträckning än lågutbildade. Även vissa könsskillnader kan noteras, kvinnor väljer sociala medier före traditionella medier på nätet. Bland männen är fördelningen relativt jämn.

Noter

1. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.
2. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, tidskrift, radio eller TV.

Internet

Användare 9-79 år av sociala medier[1] (A) och traditionella medier[2] (B) på internet en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		A	B
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	47	32
	Vuxna 18-79 år	44	35
	Barn/ungdom 9-17 år	65	17
Kön	Män 9-79 år	45	37
	Kvinnor 9-79 år	48	28
	Män 18-79 år	42	40
	Kvinnor 18-79 år	46	29
	Pojkar 9-17 år	64	17
	Flickor 9-17 år	67	18
Ålder	9-14 år	54	13
	15-19 år	88	32
	20-24 år	79	44
	25-34 år	72	53
	35-44 år	58	45
	45-54 år	44	36
	55-64 år	28	28
	65-79 år	18	20
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	16	14
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	32	28
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	40	31
	Gymnasial utbildning > 2 år	53	37
	Högskola/universitet ≤ 3 år	49	39
	Högskola/universitet > 3 år	49	41

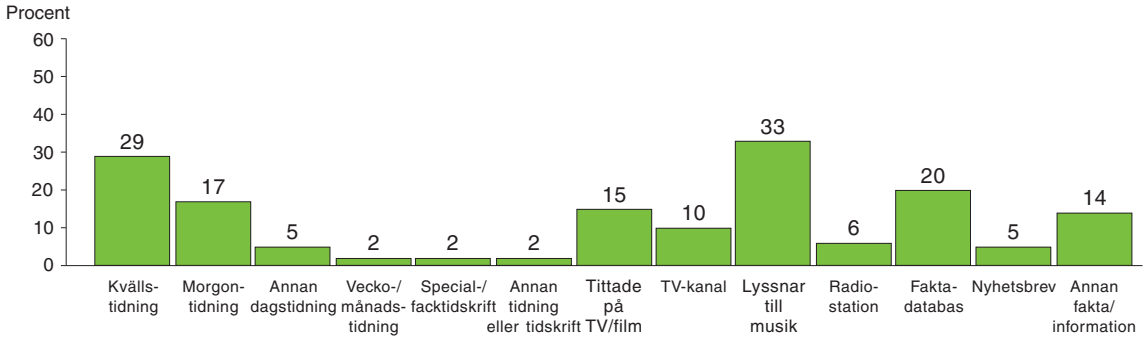
		A	B
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid[3]	49	41
	Förvärvsarbetar deltid[3]	52	34
	Egna företagare	47	39
	Pensionärer	17	20
	Studerande	86	47
	Arbetslösa[4]	63	35
Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	39	30
	Två personer (18 år och äldre)	43	35
	Tre eller fler (18 år och äldre)	54	38
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	73	50
	Äldre vuxna (45-79 år)	25	25
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	57	39
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	60	47
Hushåll (9-79 år)	En person	37	29
	Två personer	36	31
	Tre personer	61	37
	Fyra personer eller fler	57	34
Hemort (9-79 år)	Stockholm	50	33
	Malmö	53	31
	Göteborg	49	34
	Större städer	49	34
	Pendlingskommuner	45	30
	Glesbygdskommuner	45	33
	Varuproducerande kommuner	41	29
	Övriga kommuner	43	31

Noter

1. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.
2. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, tidskrift, radio eller TV.
3. Avser anställda arbetare, tjänstemän eller akademiker.
4. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Internet och traditionella medier

Användningsområden *bland användare* i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Användningsområden *bland användare* i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Kvällstidning	29	32	25	8	25	39	30	26	27	34	32
Morgontidning	17	20	14	3	13	24	18	19	15	18	23
Annan dagstidning	5	6	4	1	3	6	7	6	3	5	7
Vecko-/månadstidning	2	2	2	1	2	3	2	2	3	1	3
Special-/facktidskrift	2	3	1	0	1	3	3	3	2	2	3
Annan tidning eller tidskrift	2	2	1	0	2	2	2	1	0	2	2
Tittar på TV/film	15	15	14	22	28	12	10	8	8	13	13
TV-kanal	10	9	10	10	12	11	8	7	5	8	11
Lyssnar på musik	33	34	32	57	65	36	15	8	15	32	26
Radiostation	6	6	6	3	7	9	5	3	6	5	7
Faktadatabas	20	22	19	13	28	24	20	12	8	18	26
Nyhetsbrev	5	6	5	1	3	6	6	7	5	5	8
Annan fakta/information	14	14	15	7	10	17	19	11	11	12	19

Användningsområden bland användare

Den dagliga internetanvändningen gäller främst e-post, 63 procent och 16 procent har tagit del av någon ”messenger”-tjänst. Andelen som använder e-post är högst bland kvinnor, medelålders samt medel- och högutbildade medan messenger-användarna är yngre och medelutbildade.

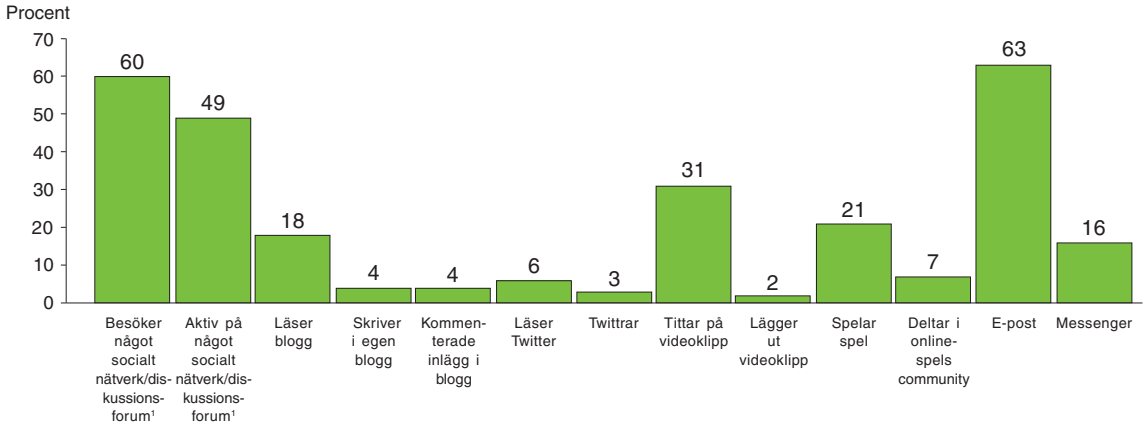
Av de traditionella medierna är det kvällspressen som har flest läsare på internet. Andelen användare som läst någon kvällstidning är 29 procent medan 17 procent har tagit del av en morgontidning. Få personer tar del av veckotidningar och tidskrifter på internet. Andelen som har varit inne på någon TV-kanals webbsida är 10 procent.

Den yngre och den äldre generationens användningsmönster skiljer sig i hög grad från varandra. De unga användarna kommunicerar direkt med varandra i nätverk och de är flitigare än äldre med att ta del av olika ljud- och bildmedier via nätet. En påfallande ökning kan särskilt noteras för socialt nätverkande och för ungdomarna är andelen bland internetanvändarna en vanlig dag drygt 80 procent. De är också flitiga användare av videoklipp (60 procent) och bloggar (33 procent) men lägger betydligt mer sällan ut videoklipp eller skriver blogginlägg.

När det gäller de nya interaktiva aktiviteterna på internet märks vissa könsskillnader. Kvinnor/flickor besöker och är aktiva på sociala nätverk samt läser bloggar i större utsträckning än män och män/pojkar ser videoklipp och spelar spel oftare än kvinnor. Att medelutbildade är flitigare användare av det interaktiva internet än låg- och högutbildade speglar användarnas ålder.

Internet och sociala medier

Användningsområden *bland användare* i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Användningsområden *bland användare* i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

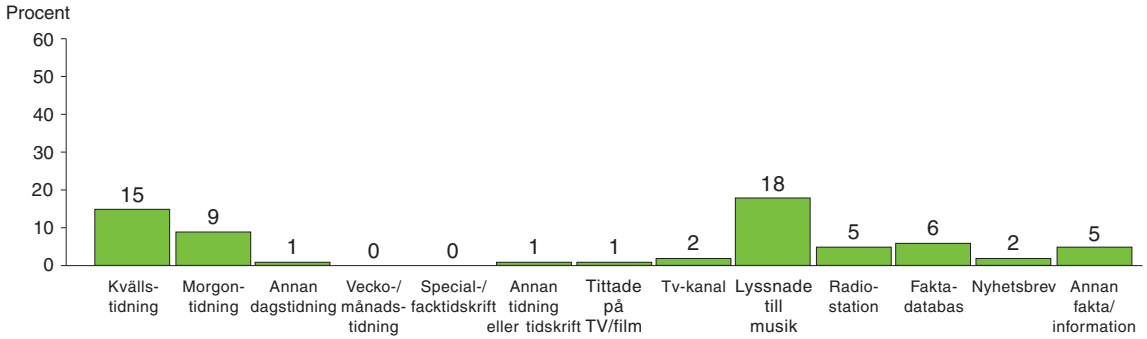
		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Besöker socialt nätverk/ diskussionsforum[1]	60	54	66	62	87	70	47	32	41	63	57
Aktiv på socialt nätverk/ diskussionsforum[1]	49	46	53	62	78	57	34	22	32	50	44
Läser blogg	18	12	25	22	33	20	10	9	10	14	18
Skriver i egen blogg	4	2	6	10	7	4	1	2	2	3	2
Kommenterar inlägg i blogg	4	2	6	8	6	6	3	2	1	3	5
Läser twitter	6	6	5	6	14	7	2	2	4	5	5
Twittrar	3	3	2	2	7	3	1	0	1	3	2
Tittar på videoklipp	31	37	25	62	60	31	15	9	15	28	24
Lägger ut videoklipp	2	2	1	5	2	2	1	1	1	1	1
Spelar spel	21	23	19	57	34	18	10	10	13	19	12
Deltar i online-spels community	7	9	4	16	15	6	2	1	2	7	3
E-post	63	61	65	27	59	69	70	65	50	64	75
Messenger	16	17	13	32	35	12	7	5	5	15	10

Not

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

Mobiltelefon

Användningsområden *bland mobiltelefonanvändare* 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Användningsområden *bland mobiltelefonanvändare* 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Kvällstidning	15	19	11	8	13	22	10	13	15	17	15
Morgontidning	9	11	8	3	8	13	8	15	11	8	11
Annan dagstidning	1	1	2	0	0	2	2	0	0	1	2
Vecko-/månadstidning	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0
Special-/facktidskrift	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Annan tidning/tidskrift	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0
Tittar på TV/film	1	1	1	1	2	0	1	2	0	1	0
TV-kanal	2	2	3	5	2	3	2	0	3	2	2
Lyssnar på musik	18	20	16	31	39	17	7	4	4	20	14
Radiostation	5	6	5	7	6	6	4	4	1	7	5
Faktadatabas	6	7	6	7	9	7	4	6	1	6	6
Nyhetsbrev	2	1	2	0	1	2	2	6	4	1	2
Annan fakta/information	5	5	4	4	3	6	4	6	7	5	5

Använder mobiltelefon

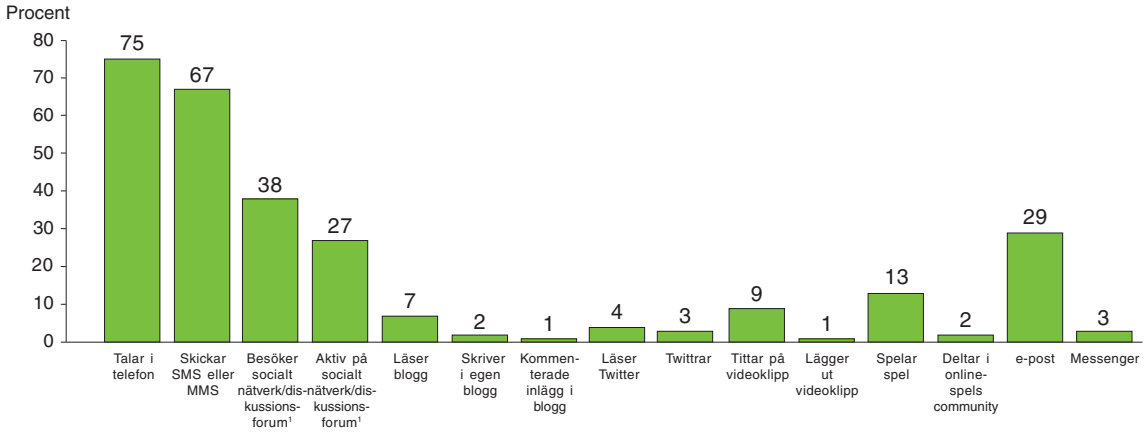
75 procent av användarna använder mobiltelefonen för vanliga telefonsamtal en genomsnittlig dag och 67 procent skickar SMS.

Det är också vanligt att delta i sociala nätverk via mobiltelefonen, 38 procent av mobilanvändarna har varit inne på något socialt nätverk via mobiltelefonen och 27 procent har varit aktiva. Det är små skillnader mellan könen vad gäller deltagande i sociala nätverk. Men det finns ett tydligt åldersmönster i mobiltelefonanvändningen. Särskilt tydlig är skillnaden i att delta i sociala nätverk via mobiltelefonen vilket 62 procent av 15 till 24-åringarna har gjort medan motsvarande andel för 65 till 79-åringarna är 21 procent.

En genomsnittlig dag tar 15 procent av mobiltelefonanvändarna del av en kvällstidning. Många spelar också spel eller lyssnar till musik med mobiltelefonen, 13 procent respektive 18 procent. Ungefär 10 procent ägnar sig åt att läsa bloggar respektive följa twitter – betydligt färre skriver egna bloggінlägg eller twittrar.

Mobiltelefon

Användningsområden *bland mobiltelefonanvändare* 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Användningsområden *bland mobiltelefonanvändare* 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

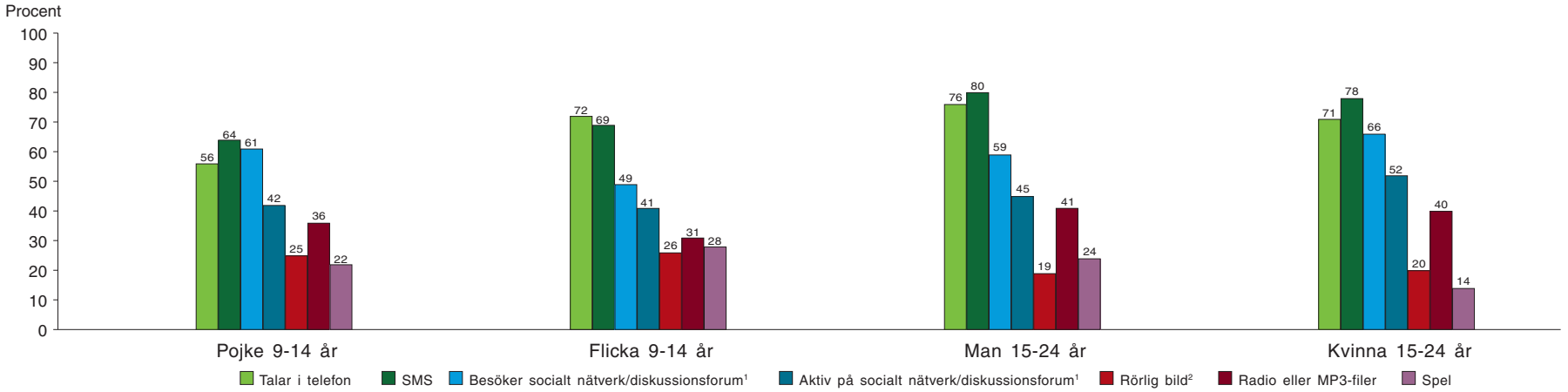
		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Talar i telefon	75	75	76	64	74	79	74	77	67	77	77
Skickar SMS eller MMS	67	66	69	67	79	70	59	54	53	68	67
Besöker socialt nätverk/ diskussionsforum[1]	38	35	42	55	62	44	18	21	33	41	32
Aktiv på socialt nätverk/ diskussionsforum[1]	27	24	29	41	48	27	13	10	21	28	21
Läser blogg	7	4	10	20	11	7	2	6	6	6	5
Skriver i egen blogg	2	1	3	4	4	1	0	4	0	2	1
Kommenterar inlägg i blogg	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	1
Läser twitter	4	4	4	4	10	4	2	2	1	5	3
Twittrar	3	3	2	1	6	2	1	2	3	2	2
Tittar på videoklipp	9	11	7	25	19	7	2	6	6	10	4
Lägger ut videoklipp	1	1	1	1	2	2	0	4	0	1	1
Spelar spel	13	13	13	25	20	15	6	6	7	14	10
Deltar i online-spels community	2	2	2	1	3	3	1	2	0	3	3
E-post	29	31	27	12	28	37	24	29	18	29	34
Messenger	3	4	3	7	8	3	1	0	1	3	3

Not

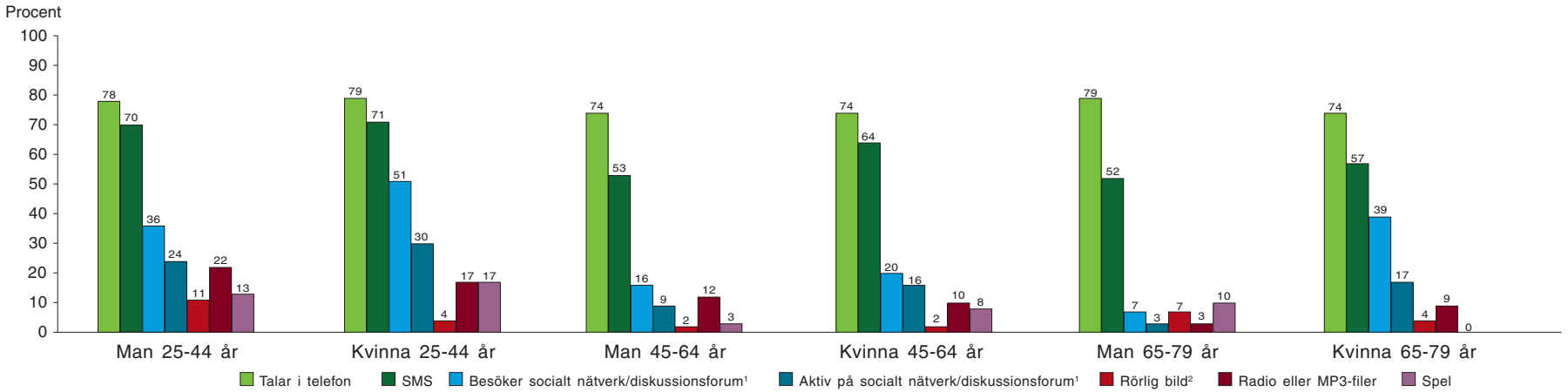
1. Med socialt nätverk/diskussionsforum avses något socialt nätverk/ community, diskussionsforum/chatt-grupp eller virtuellt community/ virtuell värld.

Mobiltelefon

Användning av mobiltelefonfunktioner bland mobilanvändare 9-14 år och 15-24 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Användning av mobiltelefonfunktioner bland mobilanvändare 25-44 år, 45-64 år och 65-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Noter

1. Med socialt nätverk/diskussionsforum avses något socialt nätverk/community, diskussionsforum/chatt-grupp eller virtuellt community/virtuell värld.
2. Med rörlig bild avses här TV i mobilen eller videoklipp.

Tillgång till olika medier

Medieinnehav 2012

Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till olika medier i hemmet 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
Har i hemmet tillgång till	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Prenumeration på dagstidning	59	57	61	45	43	44	68	77	67	55	63
enbart en	53	51	54	41	40	41	61	67	61	51	54
två eller fler	6	6	7	3	4	3	7	11	6	4	9
Radio	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100
vanlig radioapparat	84	83	86	79	65	76	92	97	94	82	85
via internet	72	74	70	78	95	90	71	38	39	76	77
i mobil/mp3/ipod	70	73	67	81	92	85	68	39	43	73	73
i bilen	83	86	80	91	74	82	87	79	79	83	82
TV	97	96	97	100	94	94	97	98	97	96	96
vanlig TV-apparat	95	94	96	99	91	91	97	98	97	94	93
enbart en	36	34	37	15	27	40	35	46	46	35	41
två	34	33	35	40	25	30	36	39	36	34	33
tre eller fler	25	27	23	45	39	21	25	13	15	26	20
via internet	49	48	50	64	59	54	47	34	28	47	53
i mobil/mp3/ipod	25	27	23	39	37	35	19	9	8	24	26
Multi-TV totalt	91	90	91	81	85	90	95	94	92	92	92
via kabel	24	25	22	10	23	25	25	26	24	26	26
via parabol	21	23	18	21	18	17	23	21	22	23	18
via mark (Boxer)	17	20	15	13	14	18	19	18	20	17	17
via bredband	23	21	25	20	23	24	25	21	18	22	26
DVD-spelare	79	77	80	92	80	83	81	65	61	80	79
enbart en	66	64	68	74	64	68	69	60	56	67	68
två eller fler	12	13	11	18	16	14	13	5	5	13	11
Videobandspelare	37	37	37	38	33	28	41	42	36	37	36
PVR/hårddiskmottagare	25	27	23	17	31	28	28	18	17	25	28
Persondator totalt	92	92	91	96	99	98	94	75	71	93	96
enbart en	30	28	31	12	17	27	31	45	43	33	29
två eller fler	62	65	59	84	82	71	63	31	27	60	67
Portabel dator	77	77	76	84	91	88	79	51	49	76	84
Surfplatta	18	20	17	31	26	25	15	5	6	14	21
Internet via dator	90	92	89	91	99	99	93	74	69	93	95
Internet via annan apparat	48	51	45	65	71	67	41	16	22	47	50
Mp3-spelare	35	35	36	50	54	45	28	17	14	32	38
Konsol för TV-spel	39	43	34	83	65	56	26	4	12	39	33
Bärbart spel	15	15	14	46	22	19	8	1	4	13	11
Smartphone	54	57	50	61	82	74	50	17	22	56	59
Läsplatta	4	4	4	4	6	5	4	2	2	3	5

Medieinnehav 1995-2012

Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till olika medier i hemmet 1995-2012 (%)

Har tillgång i hemmet till	1995	1997	1999	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Prenumeration på dagstidning	..	75	71	73	72	73	72	74	72	70	67	66	64	62	59
enbart en	..	68	64	66	66	68	67	67	65	63	61	59	58	55	53
två eller fler	..	7	7	6	6	5	4	6	7	7	7	7	6	7	6
Radio	..	..	..	99	98	98	98	97	98	100	100	100	99	99	100
vanlig radioapparat	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	93	92	88	85	84
via internet	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	56	56	58	68	72
i mobil/mp3/ipod	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	52	56	60	66	70
i bilen	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	86	85	84	85	83
TV	..	..	98	97	97	98	97	98	98	97	98	97	97	98	97
vanlig TV-apparat	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	97	97	96	96	95
enbart en	..	..	37	34	37	33	32	30	30	32	32	33	34	31	36
två	..	..	39	39	36	36	38	36	36	36	36	34	36	36	34
tre eller fler	..	..	20	24	24	29	27	32	32	30	29	29	26	29	25
via internet	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	26	29	42	55	49
i mobil/mp3/ipod	..	..	..	..	..	..	..	..	..		5	5	6	22	25
Text-TV	75	82	85	88	88	91	90	92	93	94	94	94	92	94	..
via tv-apparat	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	93	92	91	92	..
via internet	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	20	22	23	38	..
i mobil/mp3/ipod	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	6	6	9	16	..
Multi-TV totalt	55	56	58	59	60	60	65	74	84	89	90	90	90	91	91
via kabel	35	33	37	37	37	38	31	35	36	45	43	41	39	34	24
via parabol	20	23	23	24	22	22	21	23	23	29	31	30	28	23	21
via mark (Boxer)	..	..	..	..	..	..	13	18	23	29	31	33	30	23	17
via bredband	..	..	..	..	..	..	..	..	..	3	7	10	12	18	23
DVD-spelare	..	..	..	12	22	37	53	67	78	84	85	86	83	82	79
enbart en	..	..	..	..	..	..	..	55	58	57	54	59	65	64	66
två eller fler	..	..	..	..	..	..	..	12	20	27	31	28	18	18	12
Videobandspelare	75	80	85	86	83	87	86	84	81	65	57	53	48	43	37
PVR/hårddiskmottagare	..	..	..	..	..	..	..	..	2	12	12	15	23	26	25
Persondator totalt	27	42	63	69	73	79	82	83	85	87	89	89	91	91	92
enbart en	..	33	45	48	47	47	48	43	41	38	36	34	34	30	30
två eller fler	..	9	18	21	26	32	34	39	45	49	53	55	57	62	62
Portabel dator	..	..	9	13	20	21	24	30	38	44	54	62	71	75	77
Surfplatta	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	7	18
Internet via dator	3	17	47	60	66	71	71	74	80	83	85	89	85	86	90
Internet via annan apparat	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	26	25	27	41	48
Bredbandsanslutning	..	..	..	..	19	29	38	51	63	68	72	69	72	..	..
Mp3-spelare	..	..	..	..	..	..	21	32	47	54	55	45	38	36	35
Konsol för TV-spel	..	..	..	..	..	..	..	..	35	37	41	40	38	45	39
Bärbart spel	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	10	11	15	14
Smartphone	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	14	36	54
Läsplatta	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	2	4

Fakta om undersökningen Mediebarometern

Undersökningen 2012

Mediebarometerns huvudsakliga syfte har sedan starten 1979 varit att belysa mediers räckvidd en genomsnittlig dag. Ett slumpmässigt urval av Sveriges befolkning i åldern 9-79 år intervjuas via telefon. Frågorna gäller i vilken utsträckning de tagit del av olika medier under gårdagen.

Nordicom-Sverige har sedan 1994 samordningsansvar för Mediebarometern. Datainsamlingen har efter sedvanlig upphandling genomförts av Pilen AB. Mediebarometern 2012 innefattar de medier som redovisas i det följande.

Radio: Avser all radio vilket inkluderar såväl webbradio som poddradio 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-skivor, vilket även inkluderar annat lyssnande än musiklyssnande.

Mp3: Avser lyssnande på mp3-spelare vilket inkluderar lagrad musik, ljudbok, direktsänd radio eller poddradio.

Television: Avser all TV, vilket inkluderar såväl svenska och utländska kanaler som kabel-, satellit-, betal-TV, webb-TV och mobil-TV. Användning av video/DVD 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. Även text-TV via internet ingår här.

Video/DVD/: Avser såväl inspelade TV-program som hyr- och köpvideofilm. Även PVR/hårddiskmottagare ingår här.

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 storstads- och landsortspress, dagliga gratistidningar, tryckt version eller internetversion.

Kvällstidning: Avser någon av Aftonbladet, Expressen/GT/Kvällsposten, tryckt version eller internetversion.

Reklam: Avser annonsblad, lokala annonsblad, handlares annonsblad, lösa reklamblad med rabattkuponger, adresserad reklam, utomhusreklam samt reklam i olika medier.

Vecko-/månadstidning: Avser såväl den traditionella vecko-pressen, herrtidningar och ungdomstidningar som populärtidskrifter inriktade på ett eller några specialintressen hos läsaren. Tryckt version eller internetversion.

Special-/facktidskrift: Avser såväl facktidskrifter inriktade på fack- och yrkesområden som organisationsutgivna specialtidskrifter. Tryckt version eller internetversion.

Böcker: Avser såväl skön- och facklitteratur som barn/ungdomsböcker och läroböcker/kurslitteratur, tryckta böcker, E-böcker eller ljudböcker.

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.

Sociala medier: Avser användning av sociala nätverk, communities, diskussionsforum, chattgrupper eller bloggar på internet.

Dator-/TV-internetspel: Avser spel till persondatorer, tv-apparater och bärbara spelapparater.

Mobiltelefon: Avser all användning av mobiltelefon/smartphone.

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

Telefonintervjuerna har genomförts under 42 slumpmässigt utvalda dagar under perioderna 26/1 till 15/6 och 16/8 till 11/12 2012. 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.

Frågeformuläret 2012

Mediebarometern 2012 har en uppläggning som gör att den blir helt jämförbar med tidigare undersökningar. 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 konsumtion (inkl innehav) av medier under föregående dag/vecka/månad/halvår/år
- den inkluderar ett antal sociala bakgrundsfrågor (demografi, familjeförhållanden, social position)
- den avser mediekonsumtion under totalt 42 slumpmässigt valda dagar över hela året (med undantag av juli), där en stratifiering har genomförts så att varje veckodag förekommer 6 gånger
- den baseras på cirka 4 500 genomförda telefonintervjuer
- den omfattar följande frågor:

Medium	Innehav	Antal	Senaste användnings-tillfälle	Kanal/ typ	Tid	Platt-form	Tid-punkt	Användnings-område	Plats
Morgontidning	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej
Kvällstidning	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej
Vecko- eller månadstidning	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej
Special- eller facktidskrift	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej
Bok	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej
Radio	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja
CD-skiva	Nej	Nej	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej
Mp3/Ipod	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej
TV	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej
Text-TV	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej
Dator-/TV-/internetspel	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej
Video/DVD/PVR/VOD	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej
Bio	Nej	Nej	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej
Reklam	Nej	Nej	Ja	Nej	Nej	Ja	Nej	Nej	Nej
Persondator	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej
Internet	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Sociala medier	Ja	Nej	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej	Ja	Ja
Mobiltelefon	Ja	Nej	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	Ja	Nej
Övrig medieteknologi	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej

Vad gäller kanal/typ avses:

- för *morgontidning:* enskilda titlar
- för *kvällstidning:* enskilda titlar
- 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
- för *radio:* enskilda kanaler
- för *TV:* ett tjugotal TV-kanaler inklusive playtjänster
- för *text-TV:* enskilda kanaler
- för *dator-/TV-/internetspel:* typ av spel
- för *reklam:* annonsblad, lokala annonsblad, handlares annonsblad, lösa reklamblad med rabattkuponger, adresserad reklam, utomhusreklam
- för *internet:* typ av webbplatser, sajter
- för *sociala medier:* socialt nätverk, community, diskussionsforum, chattgrupp eller blogg.

Vad gäller plattform avses:

- för *morgontidning, kvällstidning, vecko-/månadstidning och special-/facktidskrift:* tryckt version eller internetversion, via dator, surfplatta, mobiltelefon, Ipod/mp3, läsplatta eller annan apparat
- för *böcker:* vanlig tryckt bok, CD-bok, MP3-bok, E-bok på läs-/surfplatta via datorn, i mobiltelefonen eller annan apparat
- för *radio:* vanlig radioapparat, webbradio, direktsänd radio via internet, poddradio, radio i mobil/mp3/Ipod eller annan bärbar radio eller bilradio
- för *MP3/Ipod:* lagrad musik/musikfiler, ljudbok, direktsänd radio, poddradio
- för *TV:* vanlig tv, via dator, surfplatta, mobiltelefon, Ipod/mp3, eller annan apparat
- för *video:* PVR, DVD, VHS, VOD eller internettjänst
- för *text-TV:* vanlig tv, via dator, surfplatta, mobiltelefon, Ipod/mp3, läsplatta eller annan apparat
- för *reklam:* dagspress, tidskrifter, radio, TV, bio, webbplatser
- för *internet:* via dator eller annan apparat

Vad gäller användningsområde avses:

- för *morgontidning:* läsning av innehåll
- för *kvällstidning:* läsning av innehåll
- för *böcker:* läsning för nöjes skull eller för skola/arbete
- för *TV:* tittande på olika programkategorier
- för *text-TV:* ta del av TV:s programtablåer, nyheter m m
- för *video:* tittande på olika programkategorier, inspelade program, hyrfilm, köpfilm, typ av inspelat program, annat
- för *internet:* nyttjande av olika typer av användningsområden, funktioner
- för *mobiltelefon:* nyttjande av olika typer av användningsområden, funktioner

Vad gäller plats avses:

- för *vecko-/månadstidning:* läsning på bibliotek, i väntrum, hos bekanta, på arbetet
- för *radio:* lyssnande i bostaden, skolan, arbetet, bilen, resa, café eller annan offentlig plats
- för *TV:* tittande i bostaden, skolan, arbetet, bilen, resa, café eller annan offentlig plats
- för *video:* tittande i bostaden, skolan, arbetet, bilen, resa, café eller annan offentlig plats
- för *internet:* användning i bostaden, skolan, arbetet, på resa, café, annan offentlig plats eller annan plats

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 8 741 personer boende i Sverige. Bortfall bestående av ej telefonnummersatta urvalsenheter, felaktiga nummer, ej målgrupp och bortresta under hela perioden osv, gav ett nettourval på 7 375 personer. Av dessa har intervjuer genomförts med 4 745 personer. Detta betyder att undersökningen har en svarsfrekvens på 65 procent. Andelen uttalade svarsvägrare uppgick till 20 procent medan resterande bortfall består av ej anträffade, korttidssjuka m.m.

Hemort: K-regioner

Från och med Mediebarometern 2009 bygger indelningen för hemort på Sveriges Kommuner och Landstings kommungrupper. Dessa är indelade efter strukturella egenskaper som bland annat befolkningsstorlek, pendlingsmönster och näringslivsstruktur.

Stockholmsregionen = Stockholms kommun samt förortskommuner.

Malmöregionen = Malmö kommun samt förortskommuner.

Göteborgsregionen = Göteborgs kommun samt förortskommuner.

Förortskommuner = Kommuner där mer än 50 procent av nattbefolkningen pendlar till arbetet i någon annan kommun. Det vanligaste utpendlingsmålet skall vara någon av storstäderna.

Större städer = Kommuner med 50 000 – 200 000 invånare samt en tätortsgrad överstigande 70 procent.

Pendlingskommuner = Kommuner där mer än 40 procent av nattbefolkningen pendlar till arbetet i någon annan kommun.

Glesbygdskommuner = Kommuner med mindre än 7 invånare per kvadratkilometer och mindre än 20 000 invånare.

Varuproducerande kommuner = Kommuner med mer än 40 procent av nattbefolkningen mellan 16 och 64 år, anställda inom varutillverkning och industriell verksamhet.

Övriga kommuner = Kommuner som inte hör till någon av tidigare grupper och har mer än 12 500 invånare.

Antal svar i olika grupper av befolkningen

Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	4 745
	Vuxna 18-79 år	4 127
	Barn/ungdom 9-17 år	618
Kön	Män 9-79 år	2 339
	Kvinnor 9-79 år	2 406
	Män 18-79 år	2 012
	Kvinnor 18-79 år	2 115
	Pojkar 9-17 år	327
	Flickor 9-17 år	291
Ålder	9-14 år	425
	15-19 år	337
	20-24 år	343
	25-34 år	443
	35-44 år	666
	45-54 år	691
	55-64 år	737
	65-79 år	1 103
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	459
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	250
	Gymnasial utbildning < 2 år	389
	Gymnasial utbildning > 2 år	1 066
	Högskola/universitet < 3 år	873
	Högskola/universitet > 3 år	1 010
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid	1 698
	Förvärvsarbetar deltid	390
	Egna företagare	235
	Pensionärer	1 069
	Studerande	325
	Arbetslösa	100
Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	897
	Två personer (18 år och äldre)	2 540
	Tre eller fler (18 år och äldre)	678
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	747
	Äldre vuxna (45-79 år)	2 109
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	740
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	514
Hushåll (9-79 år)	En person	802
	Två personer	1 707
	Tre personer	662
	Fyra personer eller fler	1 562
Hemort (9-79 år)	Stockholm	739
	Malmö	189
	Göteborg	441
	Större städer	1 325
	Pendlingskommuner	279
	Glesbygdskommuner	393
	Varuproducerande kommuner	347
	Övriga kommuner	1 032

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 och mp3
Ej lyssnat = 0 minuter
Lyssnat mindre än 30 minuter = 15 minuter
Lyssnat 30 - 60 minuter = 45 minuter
Lyssnat 60 - 120 minuter = 90 minuter
Lyssnat 120 - 180 = 150 minuter
Lyssnat mer än 180 minuter = 210 minuter

Television (vanlig TV och webb-TV
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
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 240 - 300 minuter = 270 minuter
Tittat mer än 300 minuter = 360 minuter

Morgon- och kvällstidning (tryckt version)
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-/facktidskrifter (tryckt version)
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

Morgon-/ kvällstidningar, vecko-/månadstidningar, special-/facktidskrifter (på internet)
Ej läst = 0 minuter
Läst mindre än 5 minuter = 2,5 minuter
Läst 5 - 15 minuter = 10 minuter
Läst 15 - 30 minuter = 22,5 minuter
Läst 30 - 45 minuter =37,5 minuter
Läst 45 - 60 minuter = 52,5 minuter
Läst 60 - 120 minuter = 90 minuter
Läst mer än 120 minuter = 180 minuter

Böcker (tryckt eller digital bok)
Ej läst = 0 minuter
Läst mindre än 30 minuter =15 minuter
Läst 30 - 60 minuter = 45 minuter
Läst 60 - 120 minuter = 90 minuter
Läst 120 - 180 minuter = 150 minuter
Läst mer än 180 minuter = 210 minuter

Böcker
Ej lyssnat = 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 mer än 180 minuter = 210 minuter

Dator-/TV-/internetspel
Ej spelat dator-/TV/internetspel = 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 180 - 240 minuter = 210 minuter
Spelat mer än 240 minuter = 300 minuter

Sociala medier
Ej använt sociala medier = 0 minuter
Använt mindre än 15 minuter = 7,5 minuter
Använt 15 – 30 minuter = 22,5 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

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

Mediebarometern 1979-2012

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 mätdagen i januari/februari 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 4 500 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. Svarspersonerna 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 svarsperson 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 svarspersonerna, 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 sociala medier och nya medieteknologier utvärderas och utvecklas formuläret på kontinuerlig basis.

Lathund för uträkning av statistiska felmarginaler

	Urvalsstorlek									
Procent	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 svarspersoner 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.

NORDICOM

Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning

NORDICOM är en institution inom Nordiska Ministerrådet

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 koordinator:
Mogens Vestergaard Kjeldsen
Statsbiblioteket
Victor Albecks Vej 1
DK-8000 Aarhus C

Telephone: +45 89 46 21 67
Fax: +45 89 46 20 50
mvk@statsbiblioteket.dk

Medieutveckling och mediestatistik

Nordic Media Trends

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

The International Clearinghouse on Children, Youth and Media

Vetenskaplig koordinator:
Maria Edström
Telefon: +46 31 786 66 40
Fax: +46 31 786 46 55
maria.edstrom@nordicom.gu.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
Victor Albecks Vej 1
DK-8000 Aarhus C

Medie- och kommunikationsforskning

Mogens Vestergaard Kjeldsen
Telephone: +45 89 46 21 67
Fax: +45 89 46 20 50
mvk@statsbiblioteket.dk

Ledning och administration:

NORDICOM
Göteborgs universitet
Box 713
SE-405 30 Göteborg
Sverige

Telefon: +46 31 786 00 00
Fax: +46 31 786 46 55
info@nordicom.gu.se

Nordicom-Finland

Fakulteten för kommunikation, medier och teater
FIN-33014 Tammerfors universitet

Medie- och kommunikationsforskning

Eija Poteri
Telefon: +358 50 318 5939
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
N-5020 Bergen

Medie- och kommunikationsforskning

Ragnhild Mølster
Telefon: +47 55 58 91 40
Fax: +47 55 58 91 49
ragnhild.molster@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

Medie- och kommunikationsforskning

Maria Edström
Telefon: +46 31 786 66 40
maria.edstrom@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

Jonas Ohlsson
Telefon: +46 31 786 61 25
jonas.ohlsson@nordicom.gu.se

www.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
www.nordicom.gu.se

ISSN 1101-4539

ISBN 978-91-86523-66-4