

Nordicom-Sveriges

Medie barometer 2011

i samverkan med

Dagens Nyheter

Göteborgs-Posten

.SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur)

Sveriges Radio

Sveriges Television

Utbildningsradion

MEDIENOTISER

NORDICOM-Sverige
Göteborgs universitet
Nr. 1, 2012

NORDICOM

Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning

MedieNotiser nr 1/2012

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 978-91-86523-40-4

© Nordicom 2012

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, bland annat 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 Clearing-house 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 till exempel mediebranschen, politiken och frivilliga organisationer. En årsbok och ett nyhetsbrev utges.

www.nordicom.gu.se

Nordicom-Sveriges

Medie barometer 2011

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 mediasystem.

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

Mediebarometern 2011

Den ansats som valts för *Mediebarometern* är mediernas 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 tio år tillbaka ställs också frågor om när på dagen man tar del av vissa medier.

Med dagens komplexa medielandskap och mediekultur blir det allt mer komplicerat 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. För vissa medier där förändringar sker genomför vi särskilt 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 2011* har denna redovisning vidareutvecklats med nya tabeller och figurer i såväl den inledande översikten som för enskilda medier.

Undersökningen Mediebarometern 2011

Mediebarometern 2011 har en uppläggnings 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	Nej	Nej
Vecko- eller månadstidning	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej
Special- eller facktidsskrift	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	Ja	Ja	Nej	Nej	Ja	Nej	Nej	Nej
Reklam	Nej	Ja	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 mediasystemet 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 teknologitvveckling med ökad mobilitet har dessutom tvingat fram vissa omarbetningar av de ställda frågorna, vilket i en del fall kan få till följd att fullödlig jämförelse mellan åren bakåt inte alltid kan erhållas. I analysen uppmärksammas sådana förhållanden och de innefattas i tolkningen av resultaten. Under den senaste tioårsperioden har även antalet intervjuade fördubblats i syfte att ytterligare säkerställa *Mediebarometerens* resultat.

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

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

Intressenter i 2011 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 Förläggareförbundet och Sveriges Tidskrifter.

Pilen AB har haft uppdraget att genomföra fältarbetet för *Mediebarometern 2011*. Materialet har bearbetats av Karin Hellingwerf och Ulrika Facht. I analysarbetet har även Nordicoms direktör Ulla Carlsson medverkat.

Avslutningsvis riktas ett stort tack till samtliga intressenter, bidragsgivare och Kulturdepartementet som gjort det ekonomiskt möjligt att genomföra *Mediebarometern 2011*.

Göteborg i maj 2012

Ulla Carlsson

Direktör

NORDICOM

Göteborgs universitet

Innehåll

Den samlade medieanvändningen 2011

Mediedagen 2011 (procent)	10
Mediedagen 1979-2011 (procent)	14
Dagliga medier och tidpunkter för användning 2011 (procent)	16
Internet och tidpunkter för användning 2011 (procent)	19
Mediedagen 2011 (minuter)	20
Mediedagen 1979-2011 (minuter)	21
Mediedagen 1985-2011: Bruttotid (procent)	22
Mediedagen 2011: Bruttotid (minuter)	23
Mediedagen 2011: Befolkningens medietid (minuter)	24
Mediedagen 2011: Män och kvinnor (procent)	25
Mediedagen 2011: Barn och ungdom (procent)	26
Mediedagen 2011: Vuxna (procent)	27
Mediedagen 2011: Medier och kanaler (procent)	28
Medieveckan 2011 (procent)	29
Medieveckan 1991-2011 (procent)	30

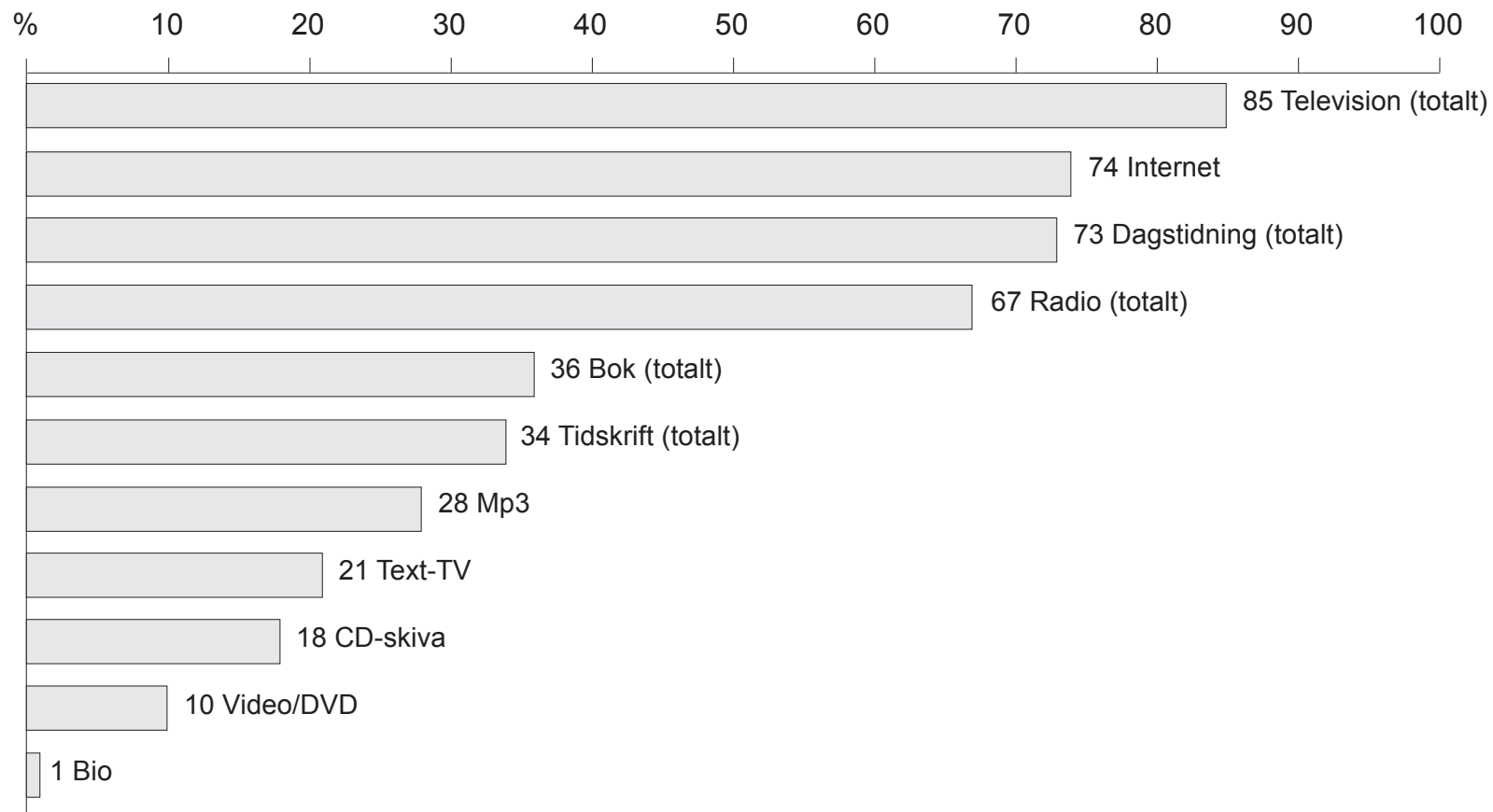
Användning av enskilda medier 2011

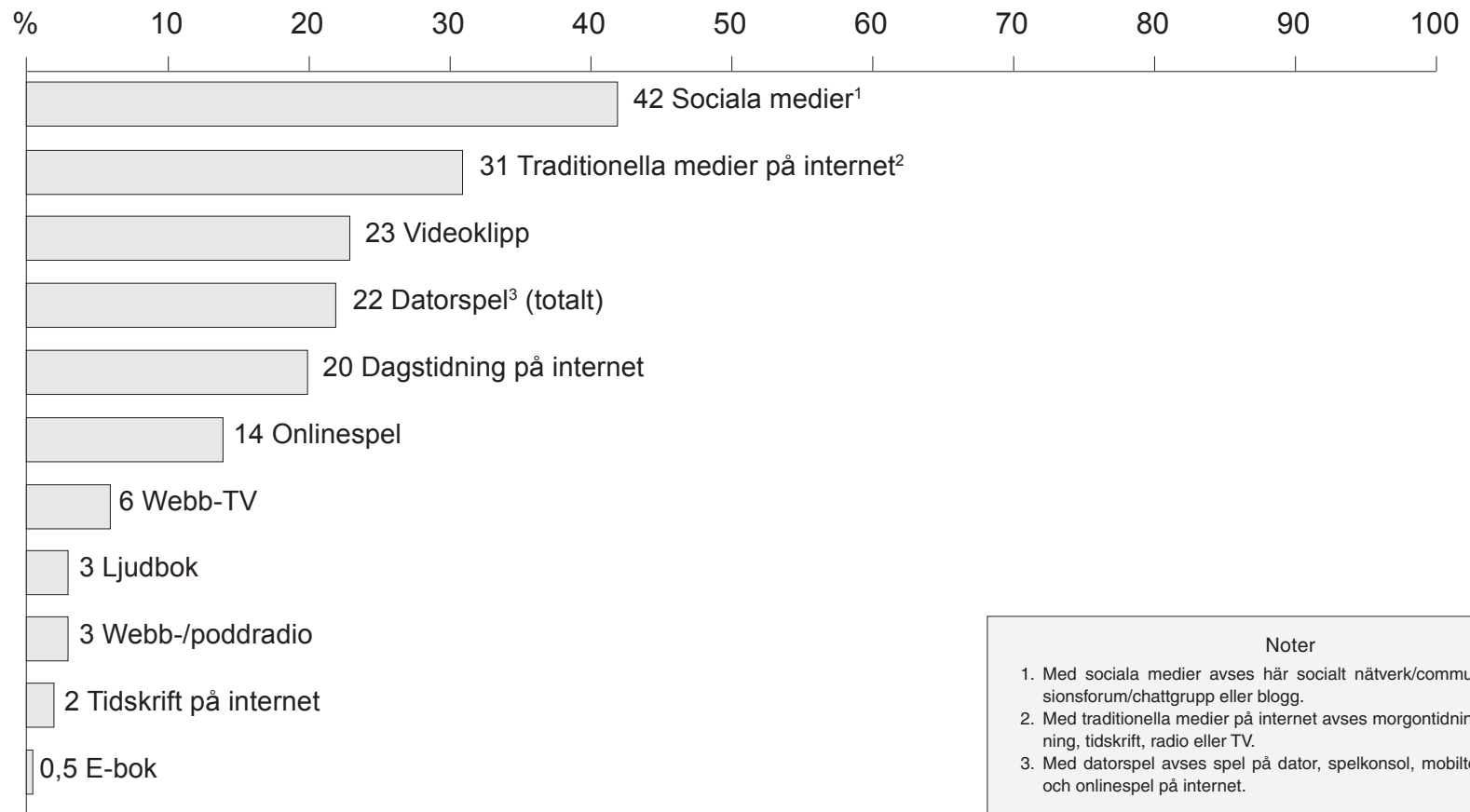
Radio	32
CD-skiva och mp3	40
CD-skiva	42
Mp3	46
Television	50
Text-TV	62
Video/DVD	66
Bio	70
Dagspress	72
Morgontidning	76
Kvällstidning	82
Tidskrift	86
Vecko-/månadstidning	88
Special-/facktidskrift	94
Annonsblad-/direktreklam	99
Reklam	100
Bok	102
Dator-/TV-/internetspel	112
Internet	114
Mobiltelefon	122
<i>Tillgång till olika medier 2011</i>	125
Fakta om undersökningen Mediebarometern 2011	129

Samlad medieanvändning

Mediedagen 2011

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 2011 (%)





Mediedagen 2011

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 2011 (%)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Television (totalt)	85	85	85	92	75	81	86	91	90	83	83
Dagstidning (totalt)	73	74	73	34	57	70	84	90	85	74	80
Radio (totalt)	67	69	65	44	52	65	75	78	73	69	70
Internet	74	75	72	71	94	89	73	44	42	76	84
Bok (totalt)	36	29	43	62	37	30	32	36	25	27	41
Tidskrift (totalt)	34	30	37	28	20	30	37	46	37	29	39
Mp3	28	31	26	61	68	31	13	5	8	27	24
Text-TV	21	27	16	9	11	22	25	29	26	22	23
CD-skiva	18	16	18	20	11	19	19	16	18	18	18
Video/DVD	10	10	9	16	13	13	7	5	4	11	9
Bio	1	1	1	1	2	1	1	0	0	1	1
Sociala medier ¹	42	40	44	49	86	58	26	11	16	43	44
Traditionella medier på internet ²	31	37	26	8	36	47	32	19	18	34	41
Dagstidning på internet	20	23	16	3	22	31	20	12	13	22	26
Videoklipp	23	29	17	41	59	25	9	4	6	24	18
Datorspel ³ (totalt)	22	27	17	59	46	23	9	5	8	20	16
Onlinespel	14	19	10	33	33	15	7	3	7	15	10
Webb-TV	6	8	5	4	9	11	4	2	2	6	8
Ljudbok	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3
Webb-/poddradio	3	4	2	1	4	5	3	1	2	3	4
Tidskrift på internet	2	3	1	0	2	3	1	1	0	2	3
E-bok	0,5	1	0	0	–	1	0	–	–	0	1

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. Med datorspel avses spel på dator, spelkonsol, mobiltelefon, Ipad och onlinespel på internet.

Mediedagen 1979-2011

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 1979-2011 (%)

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

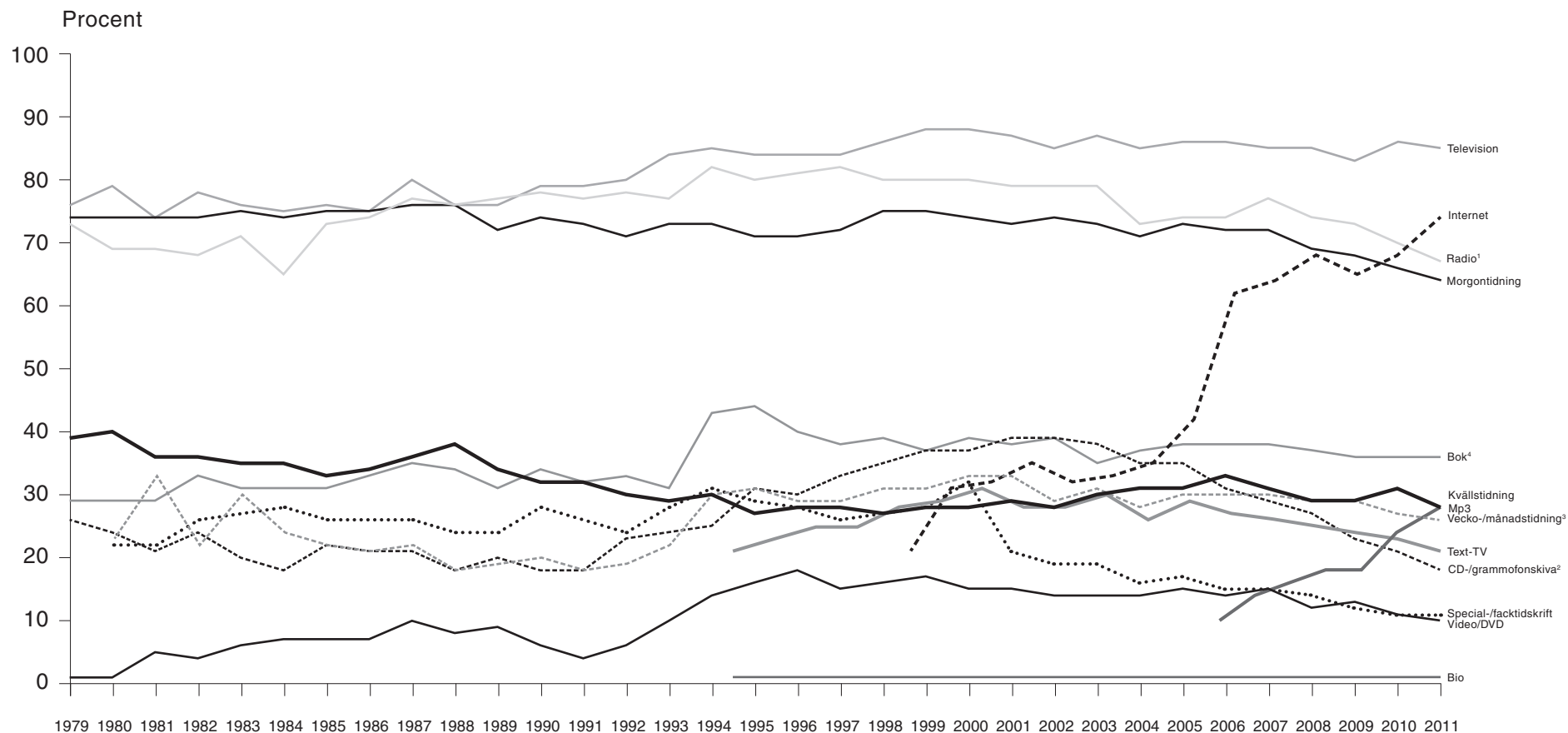
3. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, tidskrift, radio eller TV.

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 1979-2011

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 1979-2011 (%)

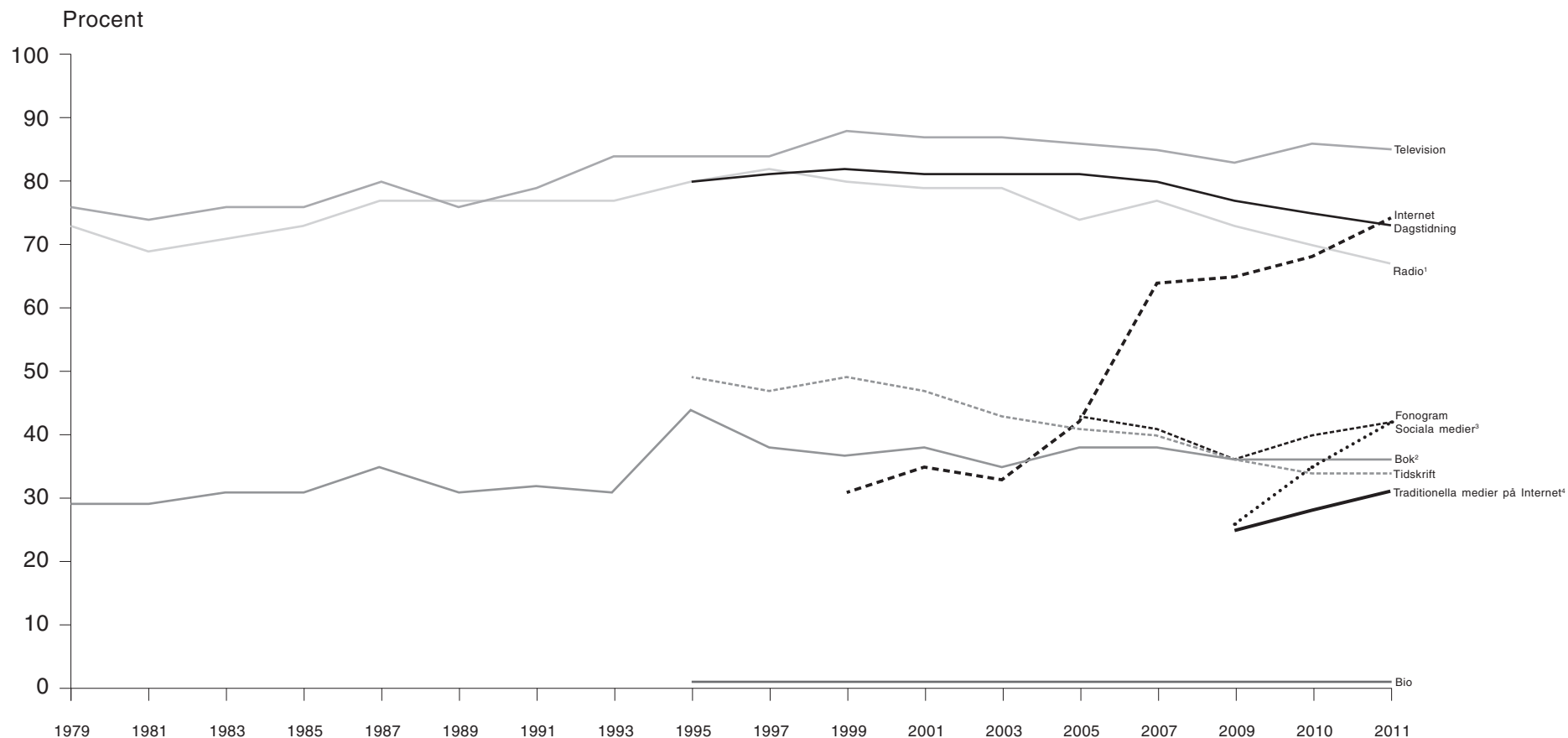


1. I frågorna om radio användes 1984 en delvis annan metod för datainsamlingen, vilket har inneburit att det årets siffror inte är helt jämförbara med övriga år.
 2. Fram till och med 1993 gällde frågan lyssnande på enbart grammofonskivor, därefter har frågan gällt både grammofonskivor och CD-skivor.

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

Mediedagen 1979-2011

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 1979-2011 (%)

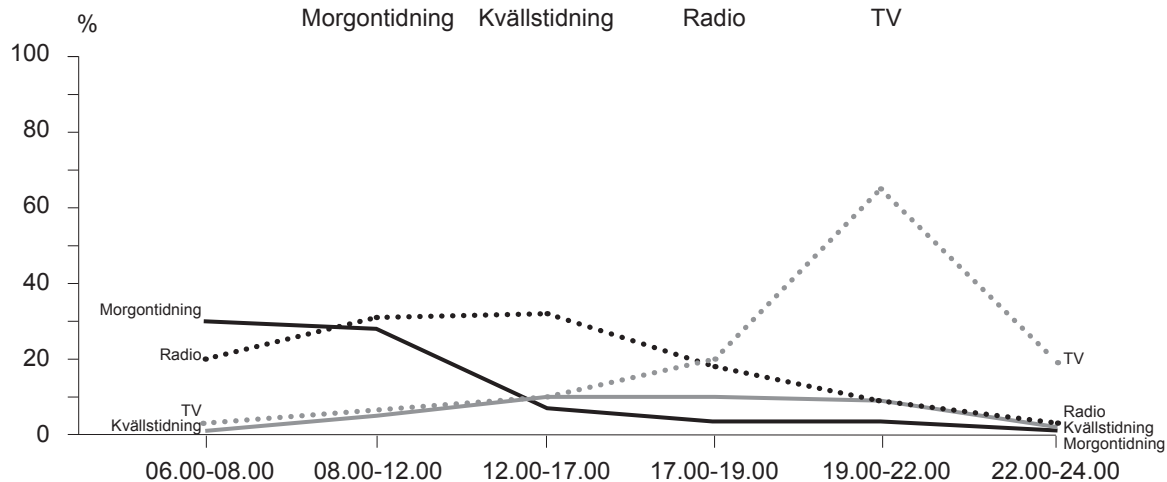
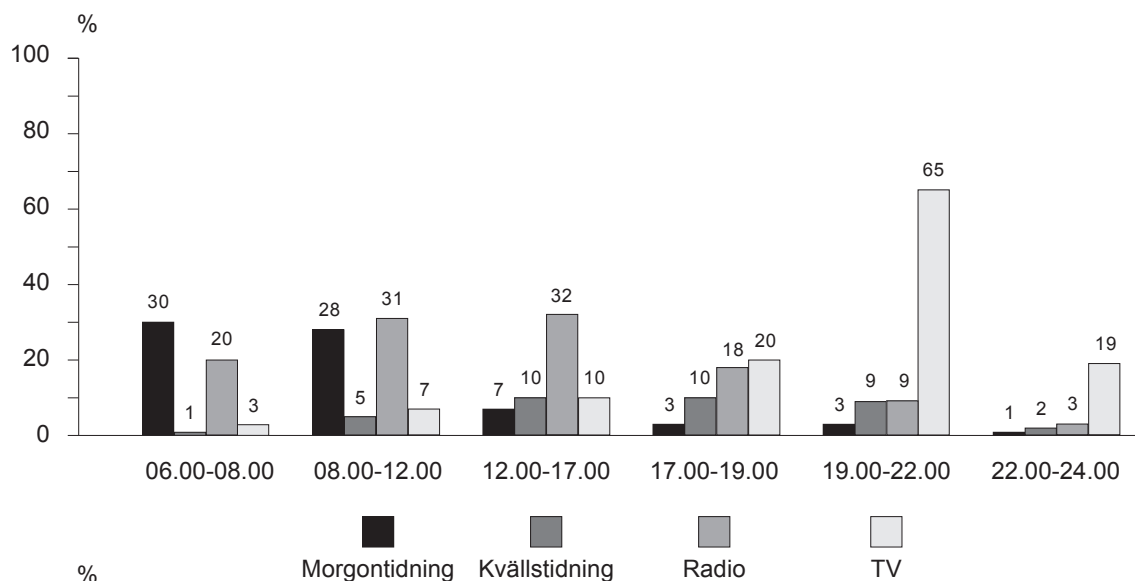


1. I frågorna om radio användes 1984 en delvis annan metod för datainsamlingen, vilket har inneburit att det årets siffror inte är helt jämförbara med övriga år.
 2. Fram till och med 1993 gällde frågan bokläsning i allmänhet, från och med 1994 har det i frågan angivits att även skolböcker och facklitteratur ingår.

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

Dagliga medier och tidpunkter för användning 2011

Användning av medier i hela befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2011 (%)



Tidpunkter för användning

30 procent av befolkningen har läst 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 65 procent har sett minst något på TV, morgontidningen läses i första hand fram till kl 12, radiolyssnandet dominerar under dagtid och kvällspressen har sin tid främst under eftermiddag och kväll. Redovisningen innefattar lyssnande, tittande och läsning oavsett apparat/kanal/plattform.

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.

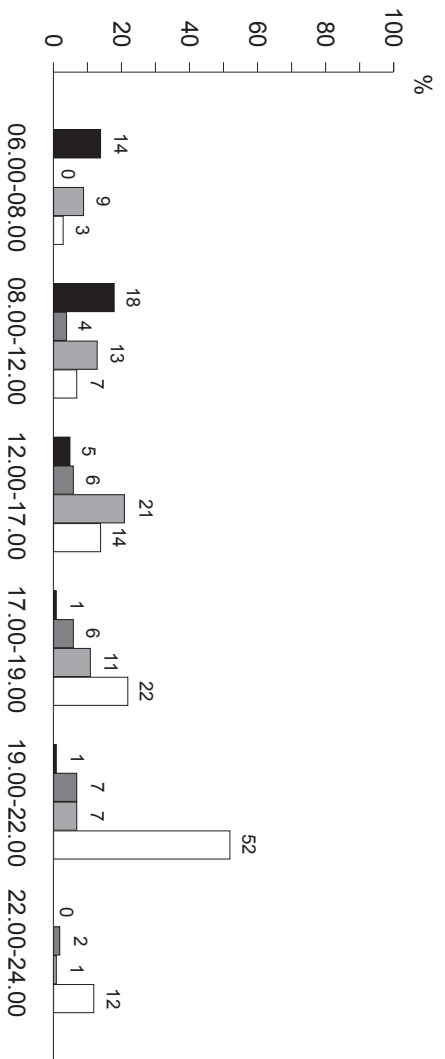
Anmärkning

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

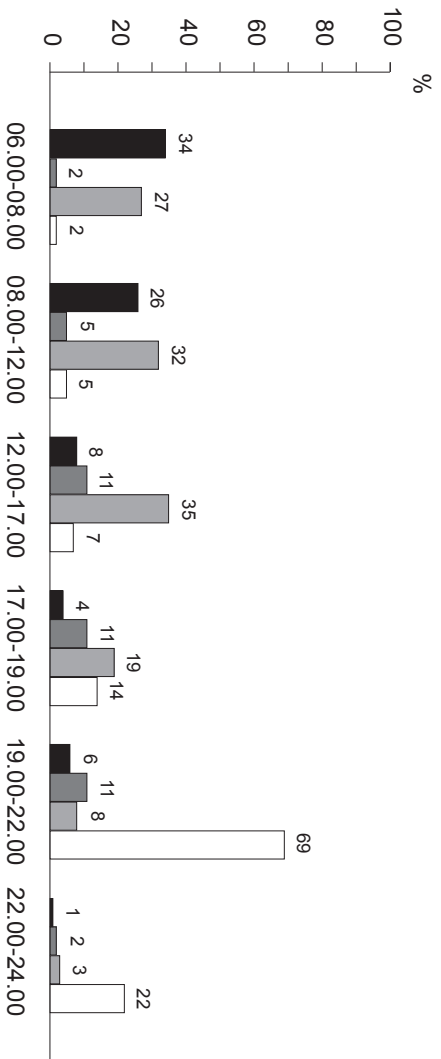
Kurvdiagrammet bygger på samma uppgifter som stapeldiagrammet och illustrerar därmed andelen lyssnare i på förhand uppgivna intervall.

Dagliga medier och tidpunkter för användning 2011

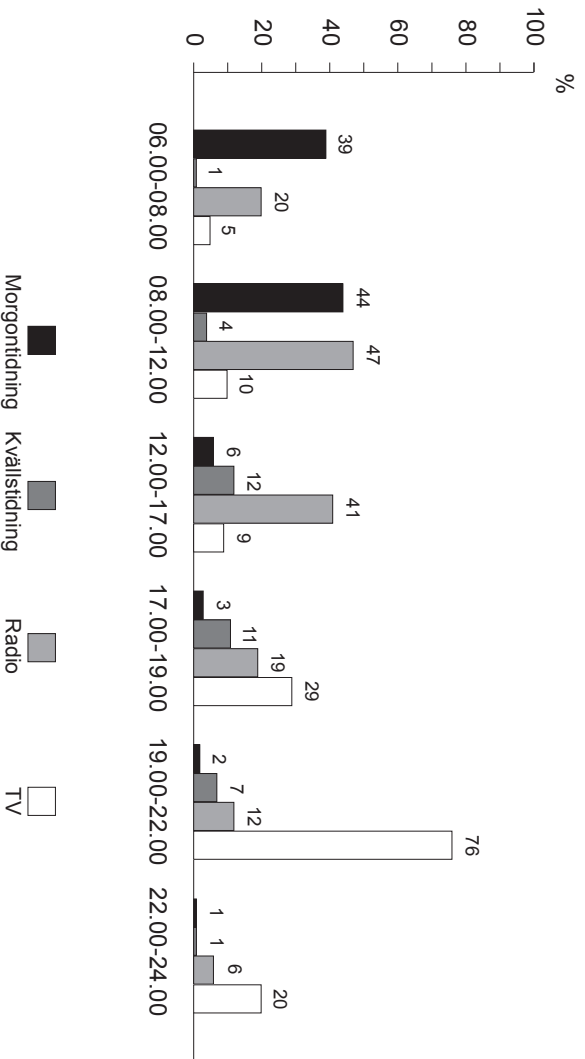
Användning av medier bland ungdomar, 9-24 år, vid olika tidpunkter
en genomsnittlig dag 2011 (%)



Användning av medier bland medelålders, 35-54 år, vid olika tidpunkter
en genomsnittlig dag 2011 (%)

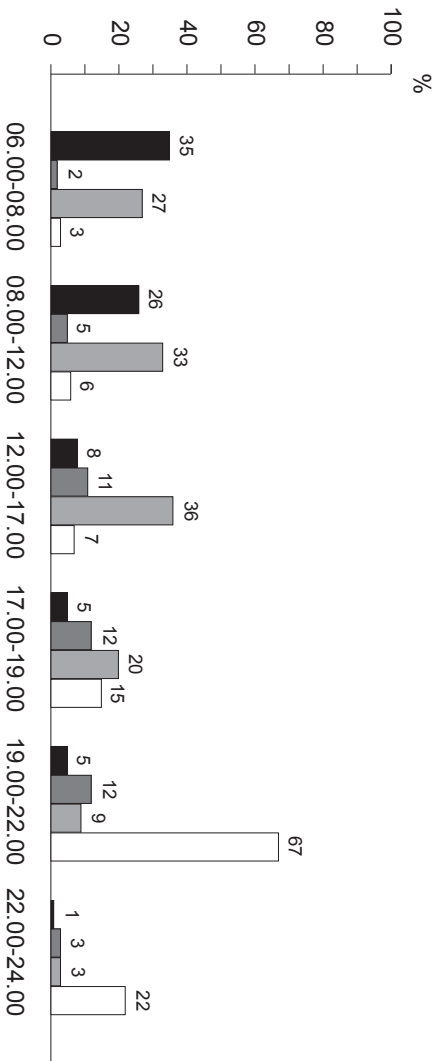


Användning av medier bland äldre, 65-79 år, vid olika tidpunkter
en genomsnittlig dag 2011 (%)

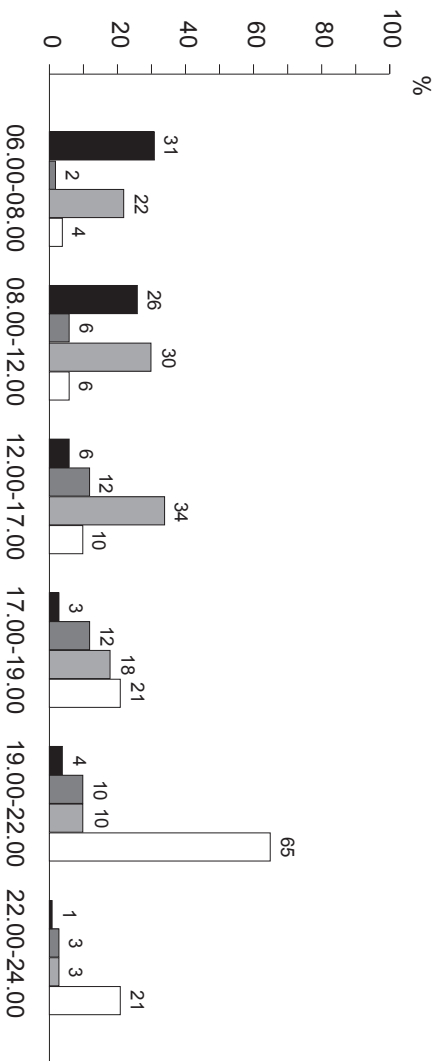


Dagliga medier och tidpunkter för användning 2011

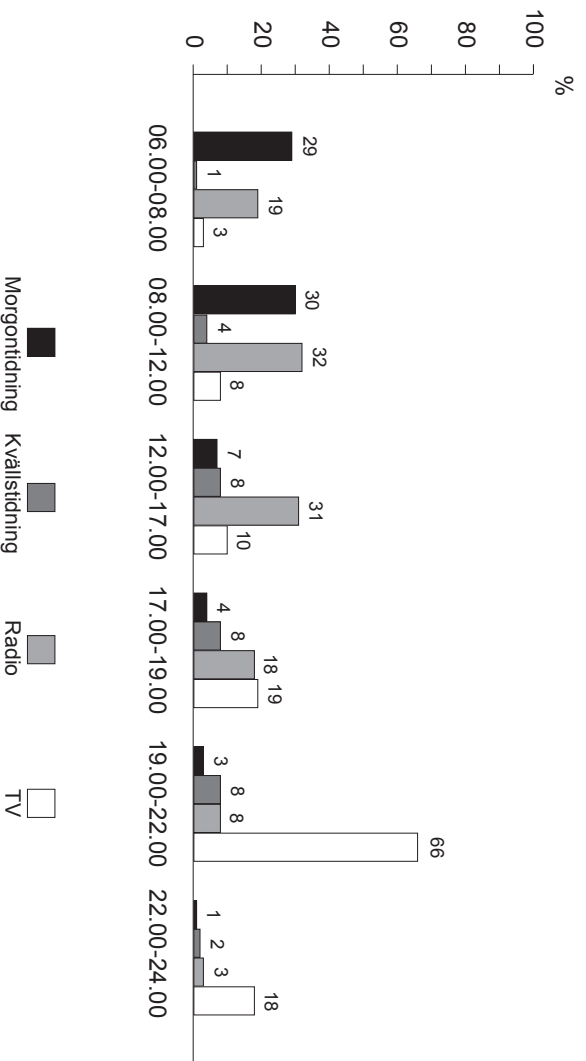
Användning av medier bland förvärvsarbetande, 16-79 år, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2011 (%)



Användning av medier bland män, 9-79 år, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2011 (%)

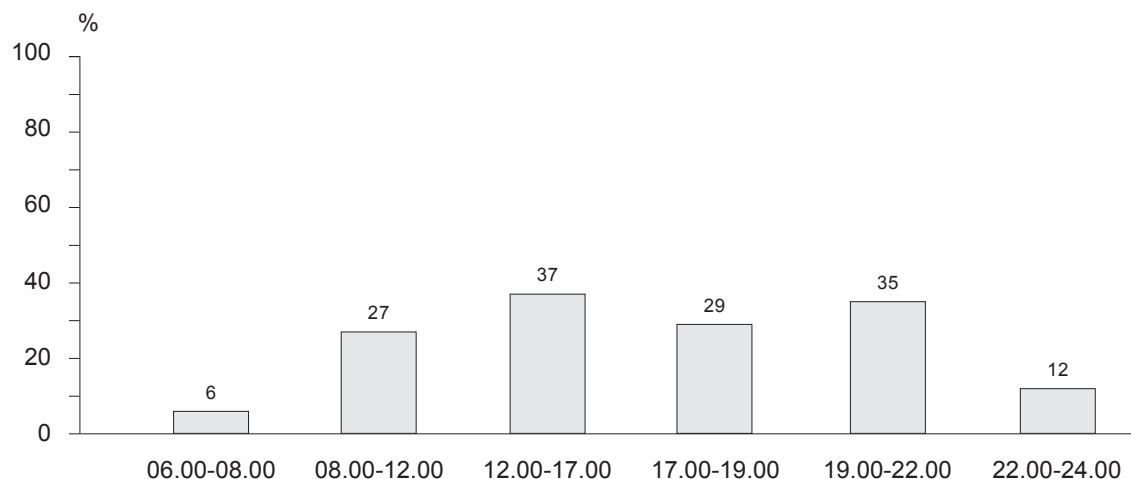


Användning av medier bland kvinnor, 9-79 år, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2011 (%)



Internet och tidpunkter för användning 2011

Användning av internet i hela befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2011 (%)



Tidpunkter för internet

Användningen av internet sker under hela dagen och är högst mellan kl 12 och 17. Drygt en tredjedel av befolkningen använder internet vid denna tid en genomsnittlig dag. Andelen användare är högst i åldersgruppen 15 till 24 år, 51 procent, och 25 till 44 år, 49 procent. Bland högutbildade är andelen användare 45 procent och motsvarande siffra för lågutbildade är 18 procent. Männerna 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 57 procent av ungdomarna internet.

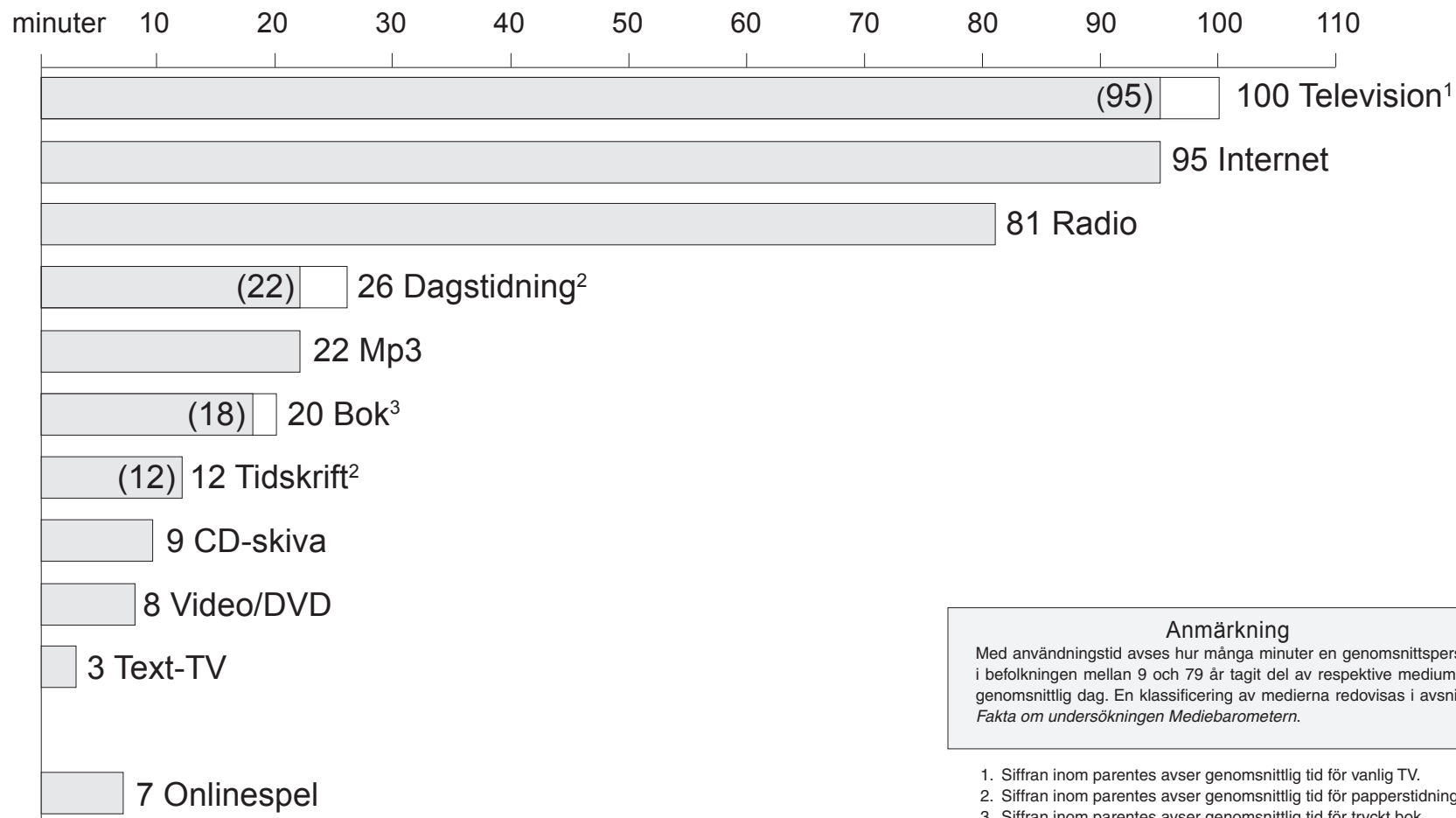
När det gäller internetanvändningen är det viktigt att ha i minnet att internet är en arena för kommunikation, information, kunskap, konsumtion, underhållning, opinionsbildning etc. Endast en del av användningen är medierelaterad. Det är mot den bakgrunden den höga andelen användare mitt på dagen bör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

Användning av internet i hela befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2011 (%)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
06.00-08.00	6	6	5	10	4	11	6	3	4	6	8
08.00-12.00	27	27	28	12	30	41	30	13	13	28	38
12.00-17.00	37	38	36	31	51	49	34	17	18	36	45
17.00-19.00	29	33	26	28	50	38	23	14	15	31	31
19.00-22.00	35	39	32	24	57	50	30	16	16	38	41
22.00-24.00	12	14	10	2	23	19	10	4	6	14	15

Mediedagen 2011

Användningstid för medier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (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 papperstidningen.
3. Siffran inom parentes avser genomsnittlig tid för tryckt bok

Mediedagen 1979-2011

Användningstid för medier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2011 (minuter)

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

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

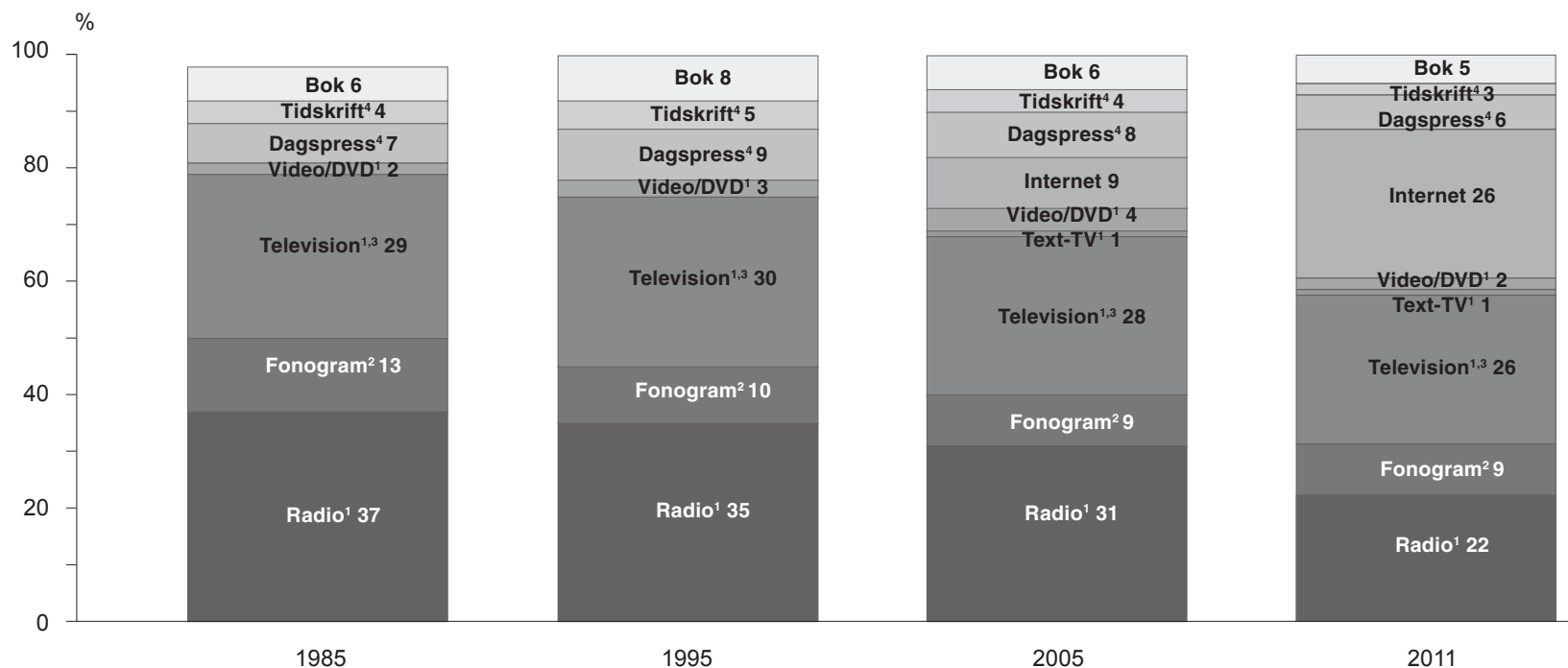
1. Vid jämförelser över tid bör noteras att beräkningen av tittar- och lyssnartiden före 1993 byggde på frågor där svarspersonerna fick ange mellan vilka tidpunkter de tittat på TV, video eller lyssnat på radio, därefter har svarspersonerna själva fått uppskatta sin användningstid.
2. För att bättre kunna uppskatta andelen som lyssnar på radio under lång tid har radiofrågan utökats med ett alternativ fr o m 1996.

3. 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 1985-2011

Den bruttotid som befolkningen 9-79 år ägnar åt medier fördelad på olika medier 1985, 1995, 2005 och 2011 (%)

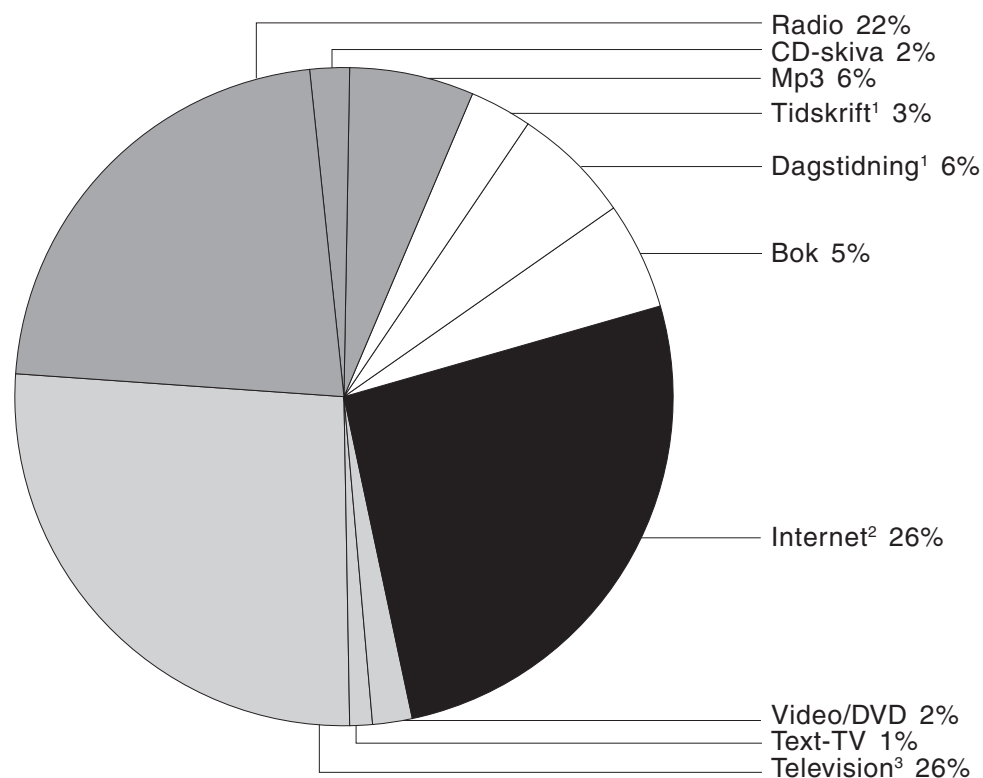


1. Vid jämförelser över tid bör noteras att beräkningen av tittar- och lyssnartiden före 1993 byggde på frågor där svarspersonerna fick ange mellan vilka tidpunkter de tittat på TV, video eller lyssnat på radio, därefter har svarsperonerna själva fått uppskatta sin användningstid.
 2. Med fonogram avses 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 2011: Brutto 6 timmar och 7 minuter

Den bruttotid som befolkningen 9-79 år ägnar åt medier fördelad på olika medier 2011 (%)



367 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. Bildmedierna står därmed tillsammans för drygt hälften av den tid befolkningen ägnar åt medier under en genomsnittlig dag. Det är i stort samma resultat som föregående år.

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 papperstidningen. Den tid som ägnas åt tidningen på internet ingår i internettiden.
2. Avser all internettid. Här ingår följaktligen tittande, lyssnande och läsande av traditionella medier via internet.
3. Avser genomsnittlig tid för vanlig TV. Den tid som ägnas åt TV via internet ingår i internettiden.

Mediedagen 2011: Befolkningens medietid

Användningstid för olika medier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (minuter)

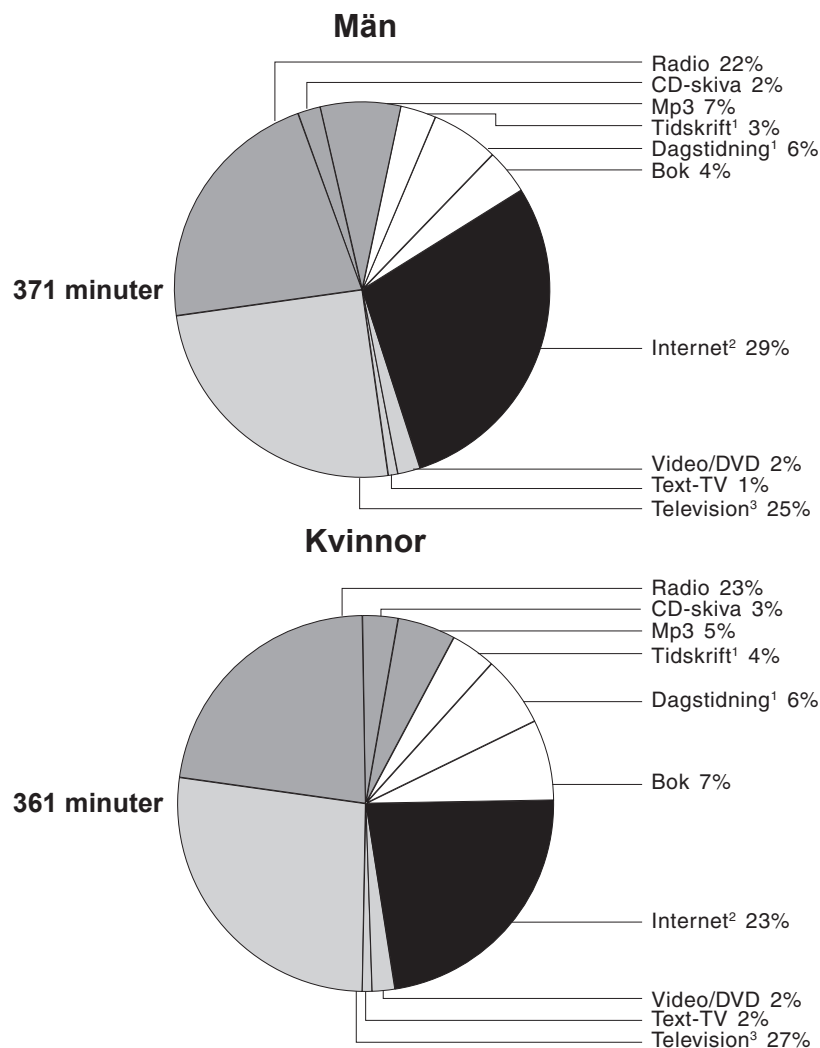
	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Radio	81	80	83	16	43	75	103	114	124	92	77
CD-skiva	9	8	10	6	7	10	11	9	9	10	10
Mp3	22	24	19	31	62	23	9	3	6	24	18
Television ¹	95	94	96	74	75	85	99	125	128	98	85
Text-TV	3	3	2	1	1	2	3	5	4	2	3
Video/DVD	8	8	7	12	12	11	4	4	3	9	7
Internet ²	95	106	84	61	179	133	77	30	41	102	112
Dagstidning ³	22	22	22	4	8	14	26	43	33	20	25
Tidskrift ³	12	10	14	7	5	8	13	21	16	9	13
Bok	20	15	25	24	26	17	18	20	14	16	25
Totalt	367	371	361	237	418	378	362	374	379	383	374

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. Den tid som ägnas åt TV via internet ingår i internettiden.
2. Avser all internettid. Här ingår följaktligen tittande, lyssnande och läsande av traditionella medier via internet.
3. Avser genomsnittlig tid för papperstidningen. Den tid som ägnas åt tidningen på internet ingår i internettiden.

Mediedagen 2011: Män och kvinnor

Den bruttotid som män/kvinnor 9-79 år ägnar åt medier fördelad på olika medier 2011 (%)



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 106 minuter en genomsnittlig dag vilket är 29 procent av den samlade bruttotiden medan kvinnornas internettid uppgår till 84 minuter, som motsvaras av 23 procent av deras bruttotid.

Men kvinnor ägnar mer tid åt tryckta medier än män. Särskilt böcker har en högre andel av medietiden hos kvinnor, 7 procent av bruttotiden (25 min), än bland männen, där andelen av bruttotiden är 4 procent (16 min).

Anmärkning

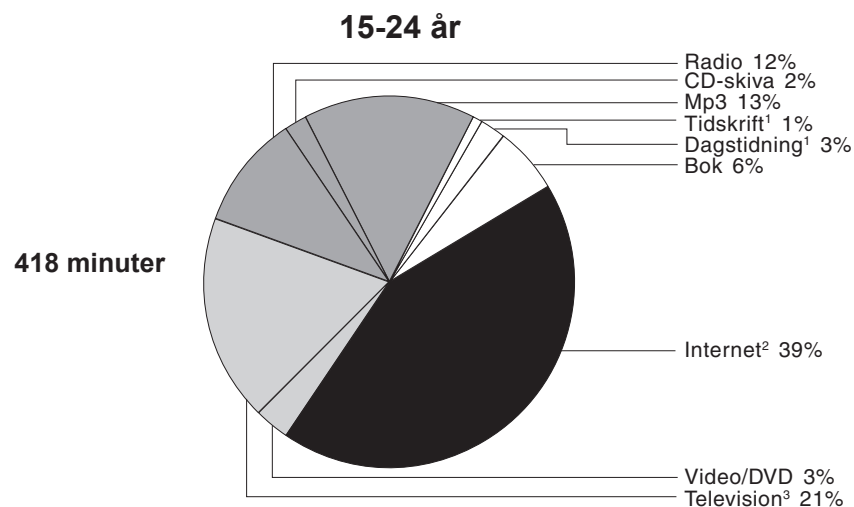
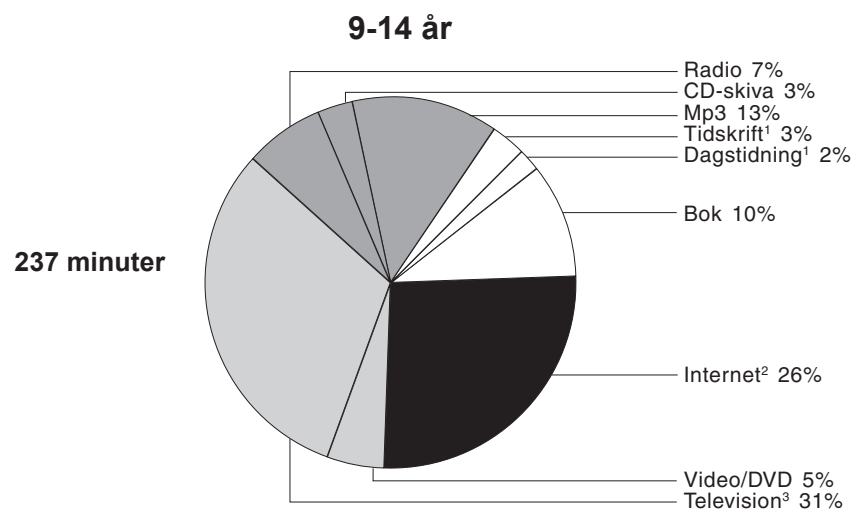
Den totala tid som allmänheten ägnar åt medier är en summering av den tid som avsättes för varje medium. Den totala tiden tar följaktligen inte hänsyn till att två medier kan ha använts samtidigt.

Noter

1. Avser genomsnittlig tid för papperstidningen. Den tid som ägnas åt tidningen på internet ingår i internettiden.
2. Avser all internettid. Här ingår följaktligen tittande, lyssnande och läsande av traditionella medier via internet.
3. Avser genomsnittlig tid för vanlig TV. Den tid som ägnas åt TV via internet ingår i internettiden.

Mediedagen 2011: Barn och ungdom

Den bruttotid som barn/ungdom ägnar åt medier fördelad på olika medier 2011 (%)



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 (418 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. Närmare 40 procent av deras medietid ägnas åt aktiviteter på internet och 21 procent av tiden ägnas åt traditionellt TV-tittande.

Medier för rörliga bilder (exklusive internet) upptar störst andel av de yngstas medietid, 36 procent av 9 till 14-åringars medietid ägnas åt TV och video/dvd. 65 till 79-åringarna ägnar ungefär en tredjedel av sin tid åt rörliga bildmedier, medan bildmedierna i de övriga åldersgrupperna utgör mellan 25 och 30 procent av medietiden.

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 omkring 34 procent av bruttotiden.

Den andel av bruttotiden som avsätts för läsning av tryckta medier är lägst, 10 procent, bland personer mellan 15 och 24 år. Bland personer över 65 år är den högst, 23 procent. Bland de yngsta läsarna rör det sig huvudsakligen om böcker, bland de äldsta om tidningar.

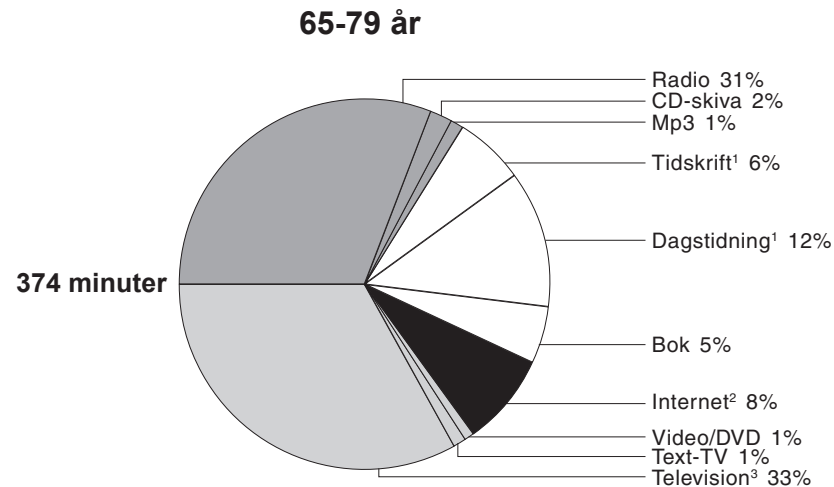
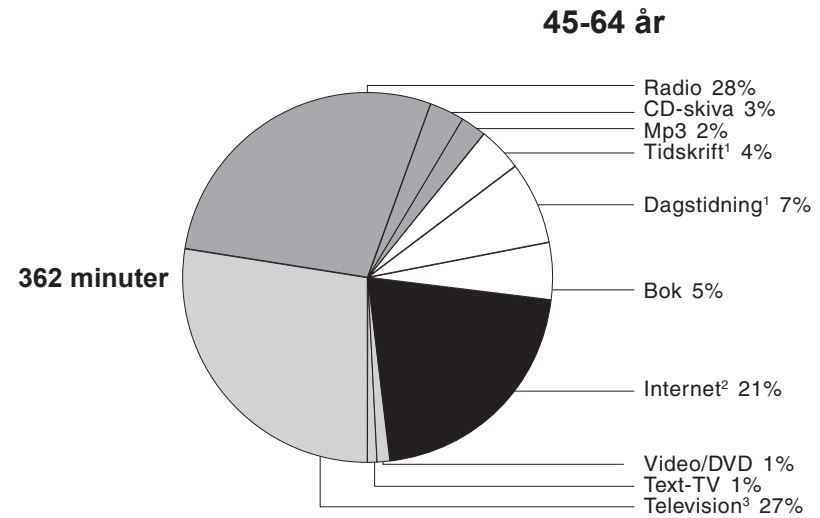
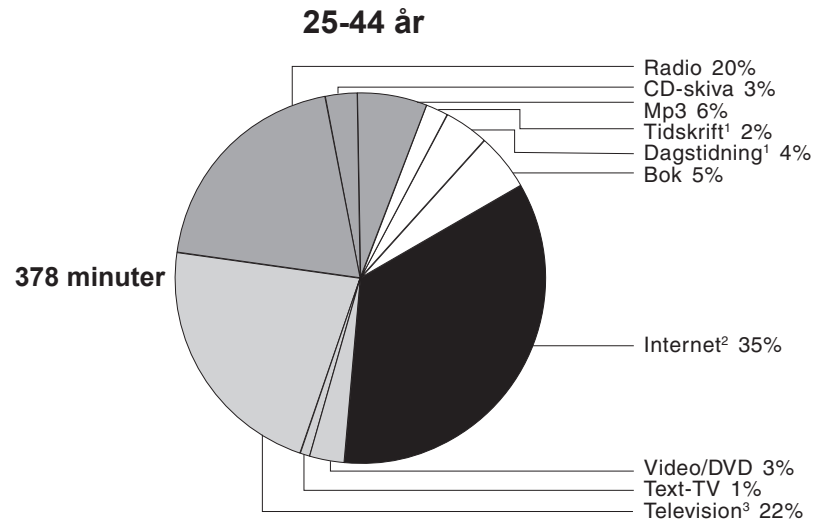
Internet ägnas mest tid bland personer mellan 15 och 24 år och upptar 39 procent av bruttotiden i denna grupp. Sedan 2007 ägnar denna grupp mer tid åt internet än att se på TV. Lägst är internetanvändningen bland ålderspensionärer.

Noter

1. Avser genomsnittlig tid för papperstidningen. Den tid som ägnas åt tidningen på internet ingår i internettiden.
2. Avser all internettid. Här ingår följaktligen tittande, lyssnande och läsande av traditionella medier via internet.
3. Avser genomsnittlig tid för vanlig TV. Den tid som ägnas åt TV via internet ingår i internettiden.

Mediedagen 2011: Vuxna

Den bruttotid som vuxna i olika åldrar ägnar åt medier fördelad på olika medier 2011 (%)



Anmärkning

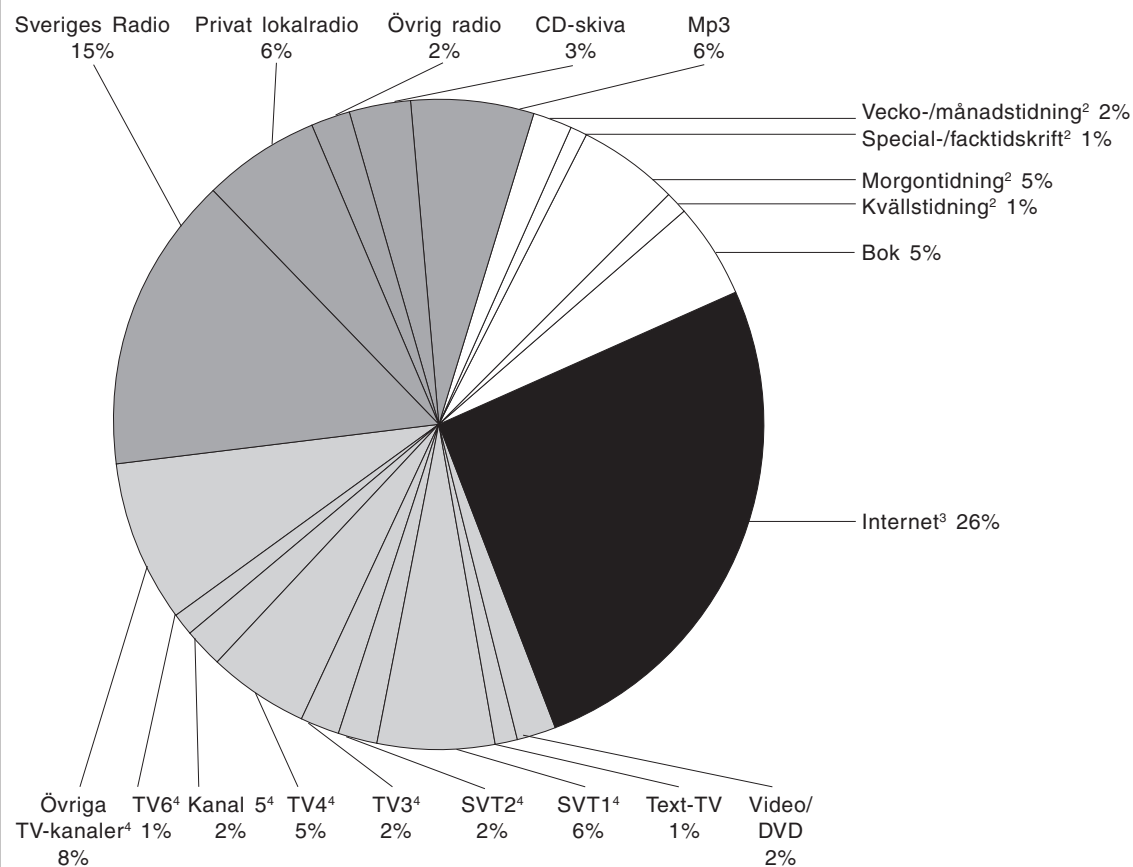
Den totala tid som allmänheten ägnar åt medier är en summering av den tid som avsättes för varje medium. Den totala tiden tar följaktligen inte hänsyn till att två medier kan ha använts samtidigt.

Noter

1. Avser genomsnittlig tid för papperstidningen. Den tid som ägnas åt tidningen på internet ingår i internettiden.
2. Avser all internettid. Här ingår följaktligen tittande, lyssnande och läsande av traditionella medier via internet.
3. Avser genomsnittlig tid för vanlig TV. Den tid som ägnas åt TV via internet ingår i internettiden.

Mediedagen 2011: Medier och kanaler

Beräknad medieanvändning i tid fördelad på olika medier och kanaler¹ i befolkningen 9-79 år 2011 (%)



En fragmenterad mediepublik

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

Medan det av tradition har varit vanligt att dela upp de tryckta medierna har radio respektive TV oftast betraktats som helheter. Med hjälp av uppgifter från andra studier (se not) illustreras i figuren hur dessa medier också är fragmentiserade. TV-tiden fördelas inte bara på Sveriges Television, TV4 och andra svenska kanaler utan också på ett stort antal utländska kanaler. Ljudradion består vid sidan av Sveriges Radios fyra kanaler av ca 90 lokala privatradiostationer.

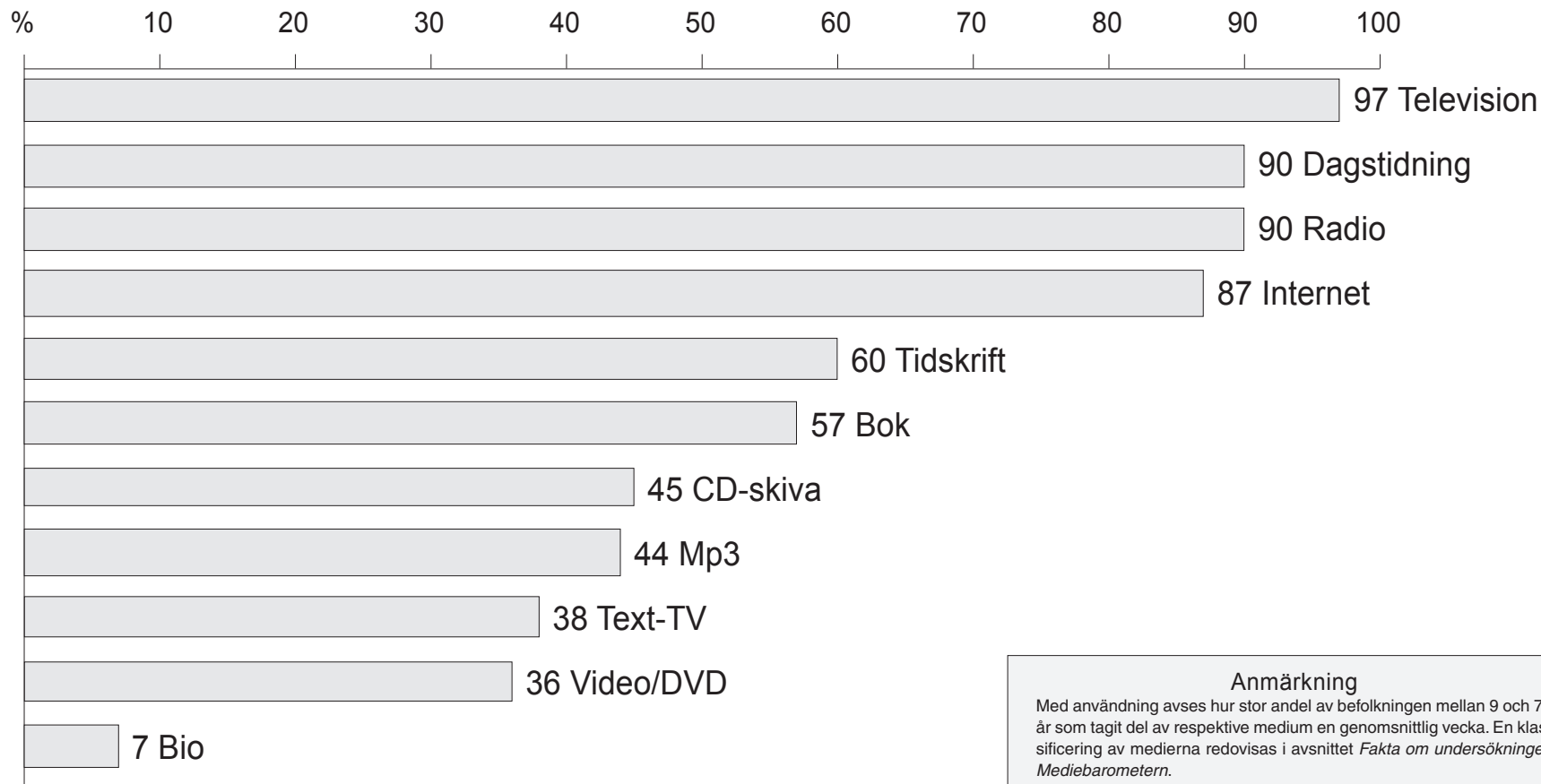
Figuren avser att illustrera hur tiden för mediekonsumtion fördelas på allt fler kanaler. Fragmentiseringen har förstärkts av att många nya kanaler har tillkommit under särskilt de senaste tio åren samtidigt som den totala tiden för medieanvändning har varit relativt stabil under senare år.

Not

1. Figuren är en *beräkning* där Mediebarometerens 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 all internettid. Här ingår följaktligen tittande, lyssnande och läsande av traditionella medier via internet.
4. Avser genomsnittlig tid för vanlig TV. Den tid som ägnas åt TV via internet ingår i internettiden.
Källor: Sifo Media (radio), MMS (TV).

Medieveckan 2011

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig vecka 2011 (%)



Medieveckan 1991-2011

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig vecka 1991-2011 (procent)

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

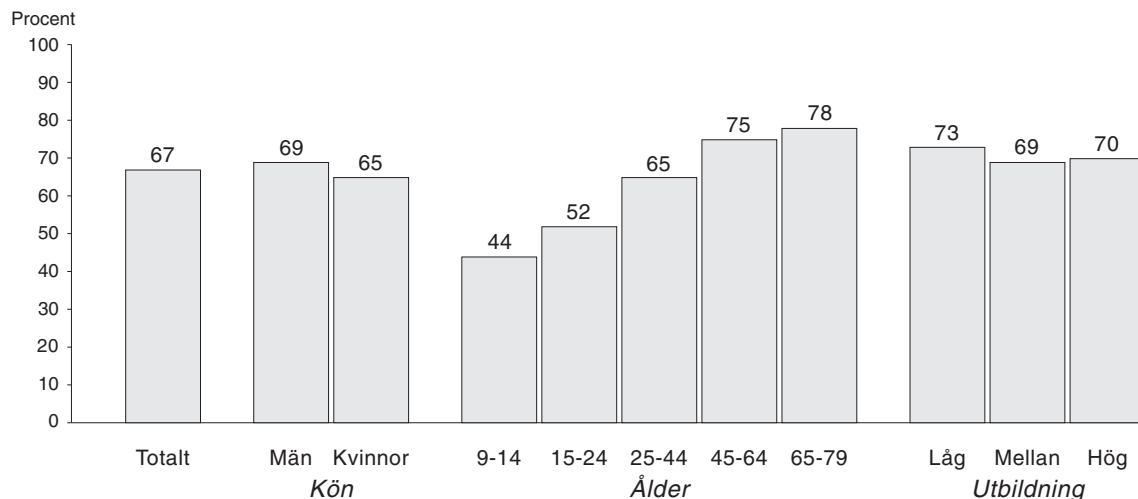
Anm: .. i tabellen innebär att någon fråga om det mediet inte ställdes det året.

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

Användning av enskilda medier

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2011 (procent)

År	Kön		Ålder					Utbildning			
	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
2010	70	69	71	48	55	71	76	80	78	76	73
2011	67	69	65	44	52	65	75	78	73	69	70

Lyssnar på radio

67 procent av befolkningen lyssnar på radio en genomsnittlig dag. Radions räckvidd är lägst bland barn och högst bland de äldre. Den huvudsakliga skiljelinjen går mellan 15 till 24-åringar och de som är 25 år och äldre. Det finns inga nämnvärda utbildningsskillnader i radiolyssnandet.

Under 2000-talet har andelen radiolyssnare minskat. 1995 var andelen lyssnare en genomsnittlig dag 80 procent och 2011 är andelen 67 procent. Andelen lyssnare ökade successivt fram till slutet av 1990-talet – en effekt av privatradions inträde. 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 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 2011 (procent)

		%			%	
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	67	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	72	
	Vuxna 18-79 år	70		Tjänstemän	74	
	Barn/ungdom 9-17 år	47		Högre tjänstemän/akademiker	69	
Kön	Män 9-79 år	69		Egna företagare	78	
	Kvinnor 9-79 år	65		Pensionärer	77	
				Studierande	48	
				Arbetslösa	46	
				Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	65
					Två personer (18 år och äldre)	74
					Tre eller fler (18 år och äldre)	64
Ålder	9-14 år	44	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	53	
	15-19 år	52		Äldre vuxna (45-79 år)	77	
	20-24 år	53		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	68	
	25-34 år	56		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	70	
	35-44 år	71		Hushåll (9-79 år)	En person	65
	45-54 år	73			Två personer	74
	55-64 år	77			Tre personer	64
65-79 år	78			Fyra personer eller fler	61	
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	76	Hemort (9-79 år)	Stockholm	61	
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	68		Malmö	64	
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	74		Göteborg	65	
	Gymnasial utbildning > 2 år	66		Större städer	68	
	Högskola/universitet ≤ 3 år	74		Pendlingskommuner	64	
	Högskola/universitet > 3 år	67		Glesbygdskommuner	70	
				Varuproducerande kommuner	71	
				Övriga kommuner	70	

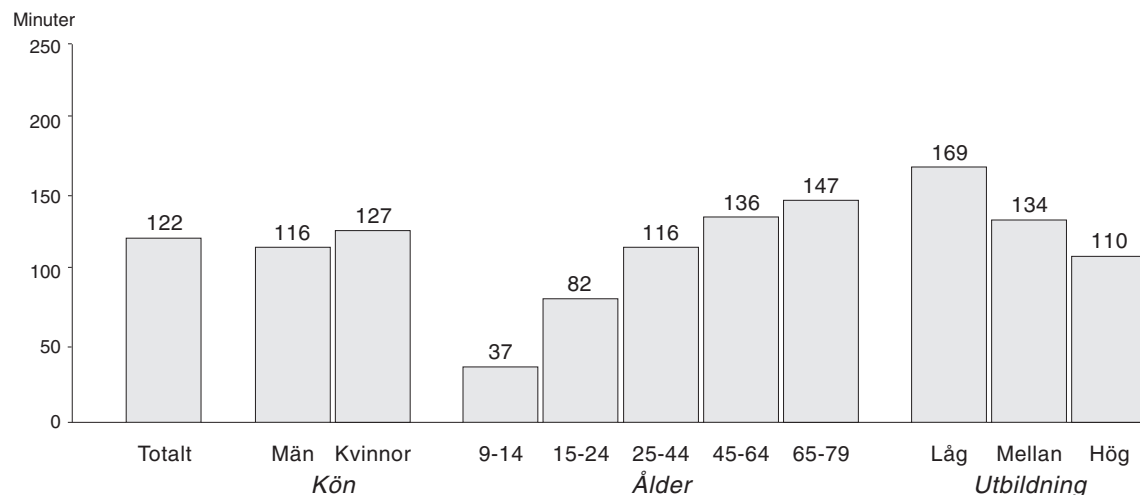
Radiolyssnaren

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 (44 procent) medan den är högst bland personer över 65 år (78 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.

Lyssnartid bland lyssnare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (minuter)



Lyssnartid bland lyssnare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2011 (minuter)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		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
2010 ³	123	120	126	43	86	116	130	160	164	137	111
2011 ³	122	116	127	37	82	116	136	147	169	134	110

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.

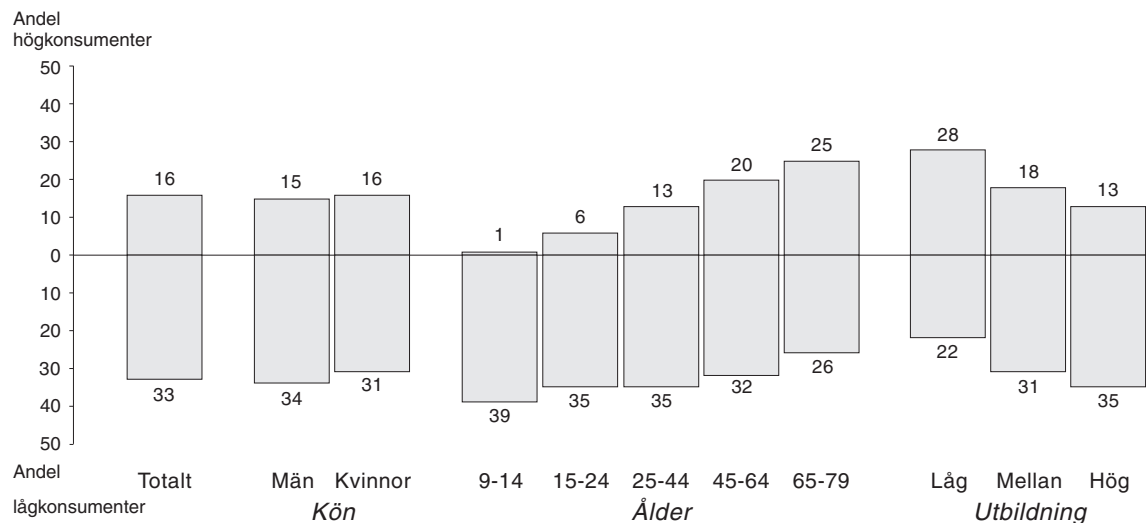
Tabellen redovisar genomsnittlig lyssnartid bland dem som lyssnar på radio en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga lyssnartiden i hela befolkningen, vilket även inkluderar alla som inte lyssnar, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2011: Befolkningens medietid*.

Noter

- Den genomsnittliga lyssnartiden bland dem som lyssnar på radio.
- Vid jämförelser över tid bör noteras att beräkningen av lyssnartiden före 1993 byggde på en fråga där svarspersonerna fick ange mellan vilka tidpunkter de lyssnat på radio, därefter har svarspersonerna själva fått uppskatta sin användningstid. Den angivna tiden har kategoriserats inom fasta tidsangivelser. För beräkning av lyssnartiden fr o m 1993 se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*.
- 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 lågkonsumenter¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Genomsnittlig dag											
Mindre än ½ tim	15	16	14	27	17	17	12	10	9	15	13
½-1 tim	18	18	17	12	18	18	20	16	13	16	22
1-2 tim	12	13	11	4	7	11	15	17	16	12	14
2-3 tim	7	7	7	0	3	5	9	11	8	7	8
3-4 tim	4	4	5	0	1	3	5	9	8	5	4
4-5 tim	3	3	3	0	1	2	3	5	4	2	3
5-6 tim	2	2	2	-	1	1	3	3	4	2	2
Mer än 6 tim	7	6	7	0	3	7	9	8	12	9	5
Lyssnar i											
Vanlig radioapparat	40	37	42	20	19	27	48	67	57	39	40
Bilradio	29	34	25	23	27	37	33	19	23	31	32
Mobiltelefon/mp3/Ipod	6	7	6	9	13	8	5	2	3	6	7
Webbradio	5	4	4	2	7	8	4	1	3	5	5
Genomsnittlig vecka											
	90	90	89	77	84	90	94	92	91	91	92

Radiolyssnandet

Andelen relativa högkonsumenter av radio är lägre än andelen relativa lågkonsumenter – 16 respektive 33 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, 40 procent, eller på bilradio, 29 procent. Radio i mobiltelefon, mp3 och/eller Ipod uppgår till 6 procent och 5 procent lyssnar på webbradio en genomsnittlig dag. Andelarna är förhållandevis höga bland ungdomar och personer mellan 25 och 44 år.

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 77 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.

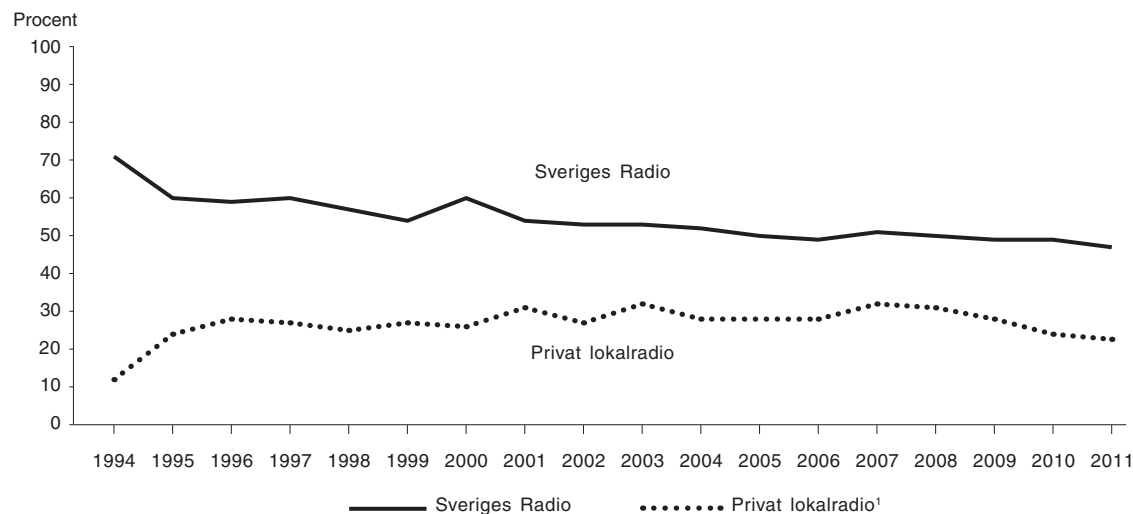
Lyssnartiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna fått göra en uppskattning av sin lyssnartid under gårdagen.

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 1994-2011 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1994-2011 (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	7
2001	79	54	31	13	13	33	10	7	7
2002	79	53	27	14	13	31	10	7	7
2003	79	53	32	13	13	34	13	7	7
2004	73	52	28	13	13	33	12	6	6
2005	74	50	28	14	12	31	15	5	5
2006	74	49	28	14	11	30	16	6	6
2007	77	51	32	14	11	32	19	8	8
2008	74	50	31	16	13	30	20	7	7
2009	73	49	28	15	12	29	16	8	8
2010	70	49	24	15	11	30	13	7	7
2011	67	47	22	15	11	28	11	8	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 under de senaste åren kan en minskning noteras.

I ett längre perspektiv har 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. Lyssnandet på P1 är stabilt.

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 musikkalerna. 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 1999-2011 (procent)

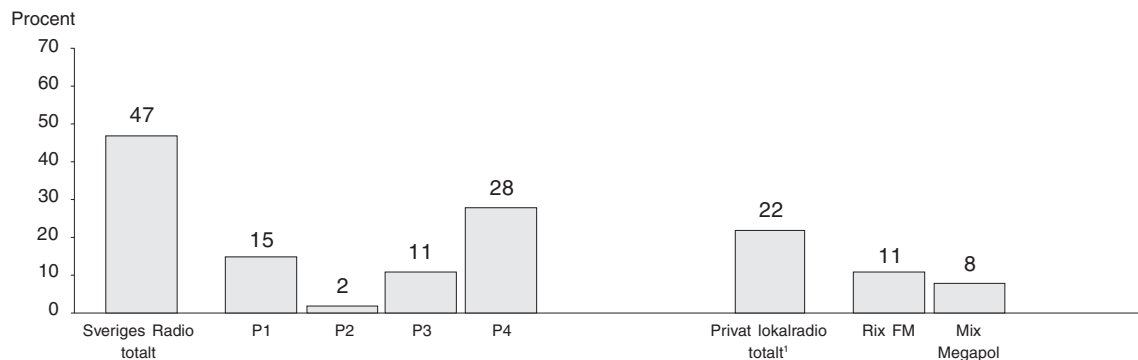
År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>P1</i>											
1999	12	12	11	2	1	6	18	26	13	8	22
2003	13	15	12	1	2	7	18	32	15	9	23
2005	14	14	14	1	2	8	18	30	15	9	23
2009	15	16	14	1	2	10	20	30	15	10	25
2011	15	16	15	1	2	9	19	32	14	10	25
<i>P3</i>											
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
<i>P4</i>											
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
<i>Rix FM</i>											
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
<i>Mix Megapol</i>											
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

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 2011 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Sveriges Radio totalt	47	50	45	7	20	39	60	74	63	47	54
P1	15	16	15	1	2	9	19	32	14	10	25
P2	2	2	2	0	0	2	2	5	2	1	3
P3	11	13	10	5	15	20	10	4	6	14	13
P4 totalt	28	29	27	2	5	16	42	50	50	31	26
P4 – lokalt	21	22	20	1	4	13	31	38	39	23	18
P4 – riks	7	8	7	1	1	4	11	14	12	8	8
Privat lokalradio totalt¹	22	21	23	33	32	34	19	3	11	26	20
RIX FM	11	10	12	21	15	16	10	2	4	12	9
Mix Megapol	8	7	8	8	8	14	7	1	3	9	8
NRJ	3	2	3	4	7	3	1	0	0	3	2
Rockklassiker	2	3	1	1	3	3	1	0	1	3	1
Bandit Rock	2	3	1	2	4	3	1	0	1	3	2
Annan station	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1

Olika kanalers räckvidd

Den privata radion, med sitt utbud av populärmusik, har sin styrka bland barn, ungdomar och 25 till 44-åringar där Sveriges Radios kanaler är som svagast. I den yngsta åldersgruppen är andelen lyssnare på privat radio över fyra gånger så hög som på Sveriges Radios kanaler. Omvänt förhållande gäller för de äldre åldersgrupperna, där Sveriges Radio når betydligt fler – bland pensionärerna 74 procent i jämförelse med den privata radions 3 procent. Mönstret har varit det samma de senaste åren.

Sveriges Radios P4 är, med sina 28 procent lyssnare en genomsnittlig dag, den klart största enskilda kanalen. Andelen som lyssnar på P1 är 15 procent och för P3 är andelen 11 procent, det är samma andel lyssnare som den största av de privata radiokanalerna – Rix FM – har, 11 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. De privata lokalradiokanalerna har sina största lyssnarandelar bland personer under 45 år.

Anmärkning

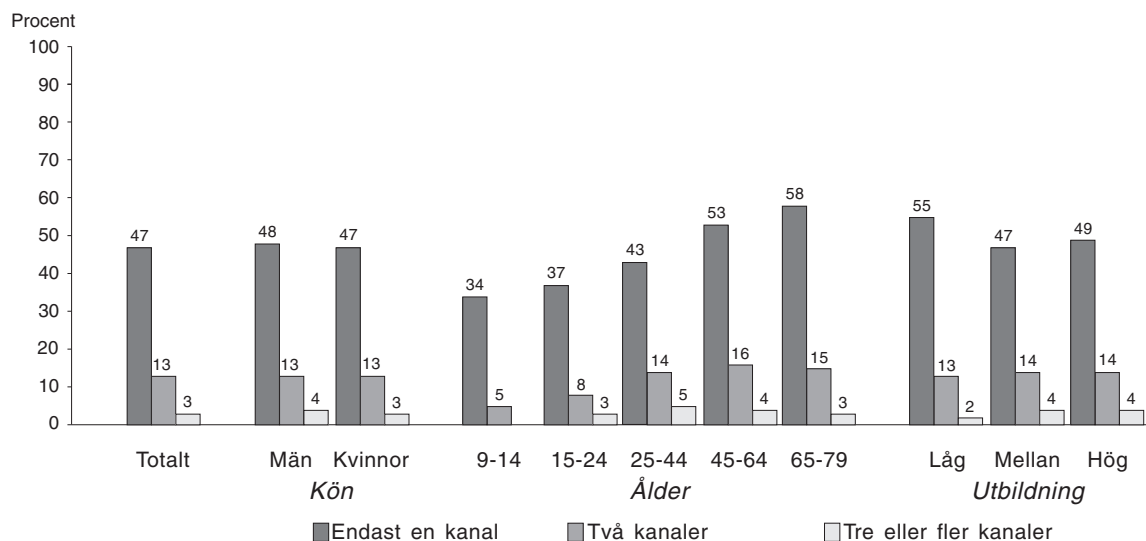
Med lyssnare avses de som uppger att de lyssnat minst något på respektive kanal en genomsnittlig dag.

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 2011: antal kanaler (procent)



Radiolyssnande: kanal och plats

Knappt halva befolkningen lyssnar en genomsnittlig dag till enbart en radiokanal. Endast 3 procent har lyssnat på tre eller fler kanaler.

Andelen "enkanallyssnare" dominerar i samtliga grupper. Andelen flerkanalsslyssnare i befolkningen är högst bland 45 till 64-åringar, 20 procent, och lägst bland 9 till 14-åringar, 5 procent. Det genomsnittliga antalet kanaler som radiolyssnarna tagit del av är 2011 i medeltal 1,3. Andelen är i stort sett den samma sedan början av 2000-talet. Genomsnittsslyssnarna tenderar att antingen lyssna på Sveriges Radio (de äldre) eller på privat lokalradio (de yngre).

Radiolyssnandet äger huvudsakligen rum i bilen (44 procent) och i hemmet (37 procent).

Anmärkning

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

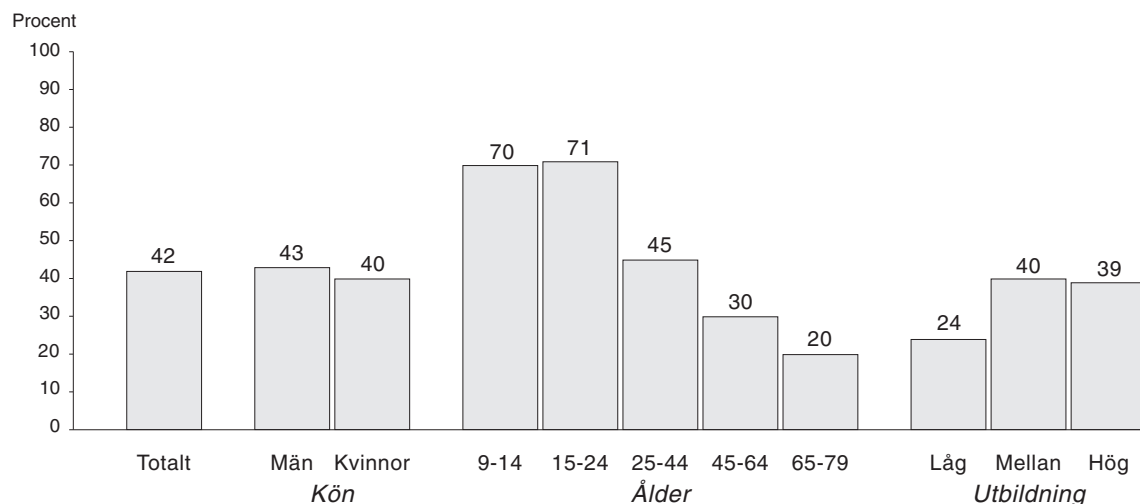
Lyssnare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittligt antal kanaler bland lyssnare</i>	1,3	1,3	1,3	1,1	1,3	1,4	1,3	1,3	1,3	1,4	1,4
Enbart Sveriges radio	41	43	39	6	16	29	53	72	59	40	47
Enbart privatradio	16	15	18	32	28	23	11	2	7	18	13
Sveriges Radio och privatradio ¹	6	6	5	1	5	10	8	2	4	8	7
P1 och P3	2	2	1	0	0	2	2	1	1	1	3
P1 och P4	4	5	4	0	0	2	6	11	5	4	6
P3 och P4	2	3	2	–	1	3	3	2	2	3	2
P3 och privatradio ¹	2	2	2	0	1	3	3	1	2	3	2
P4 och privatradio ¹	3	4	3	0	1	5	5	1	3	4	3
<i>Lyssnar</i>											
I bostaden	37	33	41	22	19	23	41	66	52	33	38
I bilen	44	49	39	51	51	57	46	26	31	46	48
På arbetet	8	11	6	0	7	12	13	2	9	12	7
I skolan	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0
På resa, café eller annan offentlig plats	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	4

Noter

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

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Lyssnar på CD-skiva och mp3

42 procent av befolkningen har lyssnat på CD-skiva eller mp3-spelare en genomsnittlig dag 2011. I åldersgrupperna 9 till 14 samt 15 till 24 år uppgår lyssnandet till ca 70 procent, mp3-spelaren utgör här huvuddelen. 4 procent lyssnar både på CD-skiva och mp3-spelare under en dag, bland barn är motsvarande siffra 11 procent. Bland pensionärer är det ovanligt att kombinera de olika teknikerna för att lyssna på ljudinspelningar.

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.

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2011 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig dag</i>											
CD-skiva eller mp3	42	43	40	70	71	45	30	20	24	40	39
Enbart CD-skiva	13	12	14	8	4	14	17	15	16	13	15
Enbart mp3	24	27	22	50	60	25	11	4	6	23	21
Både och	4	4	4	11	8	5	2	1	2	4	3
<i>Lyssnartid, genomsnittligt antal minuter</i>											
I befolkningen	31	33	29	37	69	33	20	12	15	34	28
Bland lyssnare	74	76	72	53	97	74	66	61	64	83	72
<i>Genomsnittlig vecka</i>	70	70	69	82	87	78	66	46	51	70	72
<i>Genomsnittlig månad</i>	86	86	86	94	96	91	86	68	71	88	87

CD-skiva och mp3

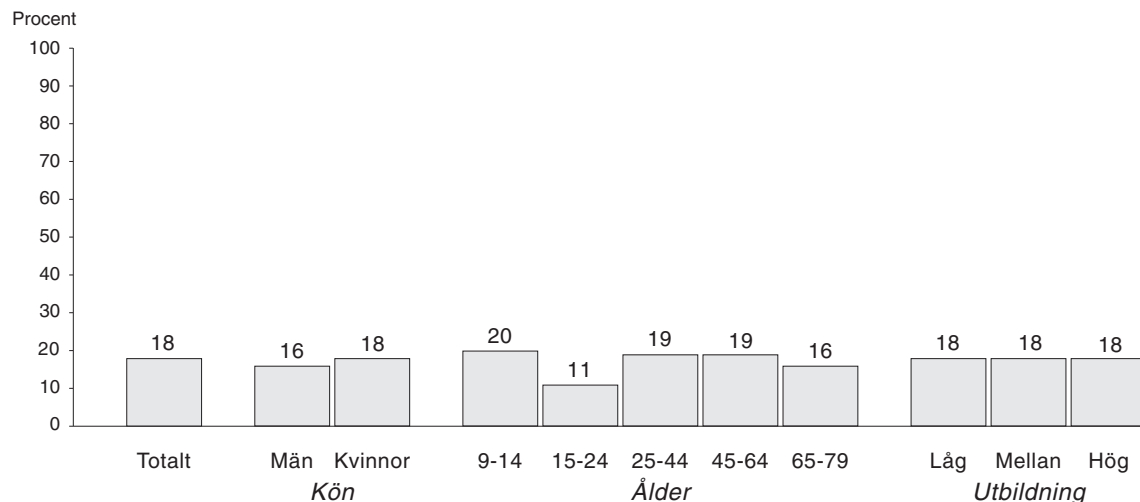
Andel som lyssnar en genomsnittlig dag 2011 (procent)

		%			%		
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	42	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	37		
	Vuxna 18-79 år	36		Tjänstemän	36		
	Barn/ungdom 9-17 år	74		Högre tjänstemän/akademiker	42		
Kön	Män 9-79 år	43	Egna företagare	Pensionärer	22		
		Kvinnor 9-79 år		40	Studering	63	
	Män 18-79 år	39		Arbetslösa		48	
		Kvinnor 18-79 år			34		
		Pojkar 9-17 år			68		
	Flickor 9-17 år	80					
	Ålder	9-14 år		70	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	38
15-19 år		76	Två personer (18 år och äldre)	34			
20-24 år		66	Tre eller fler (18 år och äldre)	44			
25-34 år		52	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	55		
35-44 år		39		Äldre vuxna (45-79 år)	25		
45-54 år		33		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	42		
55-64 år		28		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	46		
65-79 år	20	Hushåll (9-79 år)	En person	37			
			Två personer	30			
			Tre personer	49			
			Fyra personer eller fler	53			
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	21	Hemort (9-79 år)	Stockholm	43		
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	28		Malmö	45		
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	28		Göteborg	48		
	Gymnasial utbildning > 2 år	45		Större städer	40		
	Högskola/universitet ≤ 3 år	37		Pendlingskommuner	45		
	Högskola/universitet > 3 år	41		Glesbygdskommuner	33		
			Varuproducerande kommuner	38			
			Övriga kommuner	41			

Andel som lyssnar en genomsnittlig dag

42 procent av befolkningen lyssnar på CD och/eller mp3-spelare en genomsnittlig dag 2011. Ungdomar, särskilt flickor, tillhör den stora gruppen som lyssnar på CD-skiva eller mp3. Här uppgår andelen lyssnare till närmare 80 procent. Andelen lyssnare sjunker med stigande ålder. Bland dem över 65 år är det en femtedel som lyssnar en genomsnittlig dag.

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Lyssnande på CD-skiva

En genomsnittlig dag lyssnar 18 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 25 till 64 år. Den vikande trenden förklaras av övergången från CD till mp3 och andra musikmedier.

Anmärkning

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

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2011 (procent)

År	Kön		Ålder					Utbildning			
	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
2010	21	20	21	20	15	26	22	16	16	21	24
2011	18	16	18	20	11	19	19	16	18	18	18

Not

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

CD-skiva

Andel som lyssnar en genomsnittlig dag 2011 (procent)

		%			%	
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	18	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	19	
	Vuxna 18-79 år	18		Tjänstemän	18	
	Barn/ungdom 9-17 år	15		Högre tjänstemän/akademiker	19	
Kön	Män 9-79 år	16		Egna företagare	18	
		Kvinnor 9-79 år		18	Pensionärer	17
	Män 18-79 år	17		Studering	13	
		Kvinnor 18-79 år		18	Arbetslösa	18
		Pojkar 9-17 år		11	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)
	Flickor 9-17 år	19		Två personer (18 år och äldre)		18
			Tre eller fler (18 år och äldre)	16		
Ålder	9-14 år	20	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	15	
	15-19 år	10		Äldre vuxna (45-79 år)	19	
	20-24 år	13		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	17	
	25-34 år	18		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	21	
	35-44 år	21	Hushåll (9-79 år)	En person	19	
	45-54 år	18		Två personer	17	
	55-64 år	20		Tre personer	15	
	65-79 år	16		Fyra personer eller fler	18	
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	18	Hemort (9-79 år)	Stockholm	14	
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	17		Malmö	16	
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	16		Göteborg	18	
	Gymnasial utbildning > 2 år	19		Större städer	16	
	Högskola/universitet ≤ 3 år	17		Pendlingskommuner	21	
	Högskola/universitet > 3 år	20		Glesbygdskommuner	19	
			Varuproducerande kommuner	18		
			Övriga kommuner	20		

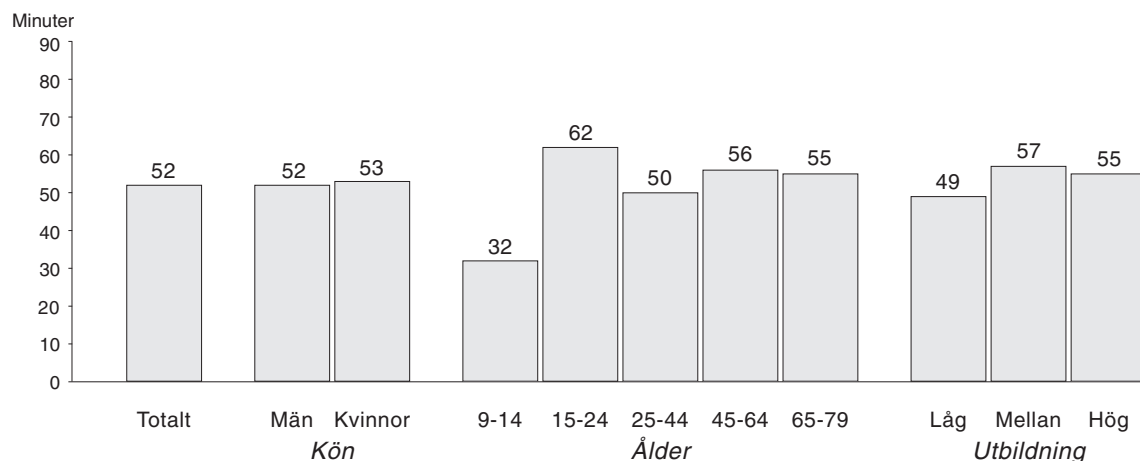
CD-lyssnaren

Från att för tio år sedan ha varit ungdomens medium är lyssnandet på CD idag ganska jämnt fördelat mellan olika åldersgrupper. 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.

Lyssnartid bland lyssnare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (minuter)



Lyssnartid bland lyssnare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2011 (minuter)

År	Kön			Ålder					Utbildning		
	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
2010	53	51	55	37	56	53	58	52	55	57	54
2011	52	52	53	32	62	50	56	55	49	57	55

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 och ligger numera kring 50 minuter. Det var främst bland de unga som lyssnartiden sjönk kring år 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 2011: Befolkningens medietid*.

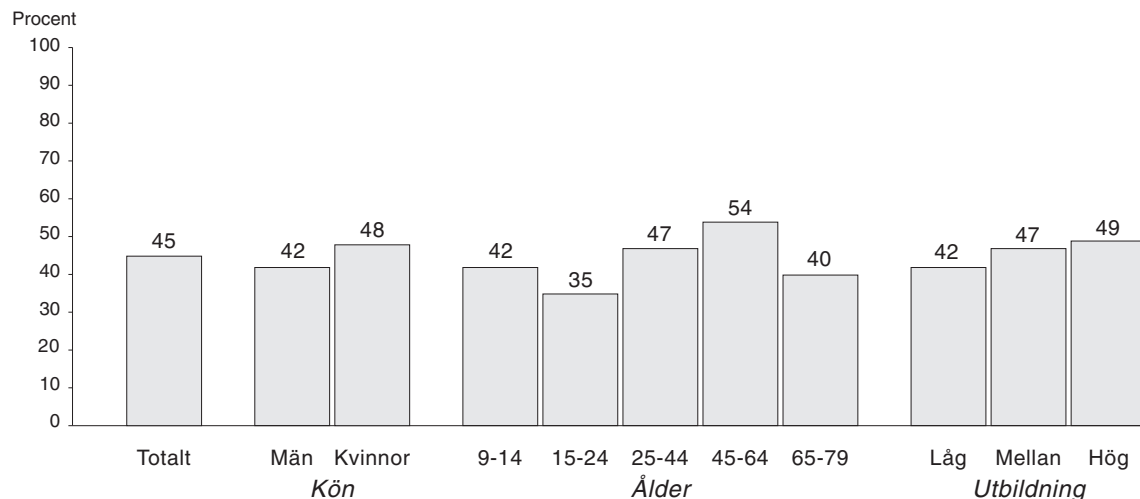
Observera att tabellen enbart baseras på dem som lyssnat en genomsnittlig dag, vilket innebär att antalet svarspersoner är relativt litet och att siffrorna därför bör tolkas med försiktighet.

Noter

1. Den genomsnittliga lyssnartiden bland dem som lyssnar på CD-skivor.
2. Fram till och med 1993 gällde frågan lyssnande på enbart gramfoniskivor, därefter har frågan gällt både gramfoniskivor 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 2011 (procent)



CD-lyssnandet

Veckolyssnandet på CD fortsätter att minska. Idag lyssnar 45 procent av befolkningen på CD-skivor under en genomsnittlig vecka. År 2007 var andelen veckolyssnare två tredjedelar, 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 (54 procent) och lägsta andelen finns i åldersgruppen 15 till 24 år (35 procent).

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

Anmärkning

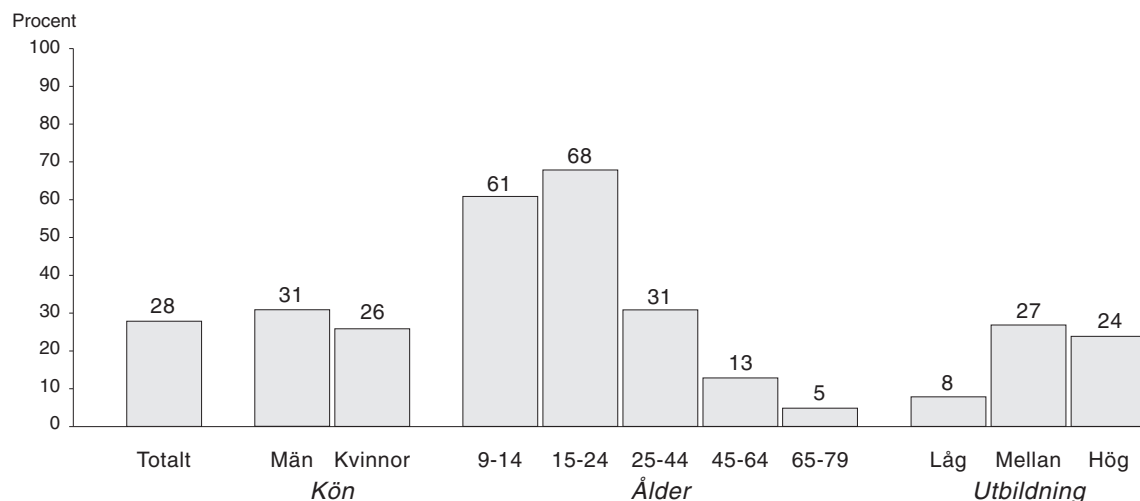
Med lyssnande på CD-skiva avses all användning, vilket även inkluderar lyssnande på bok.

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

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag/månad 2011 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig dag</i>											
Mindre än ½ tim	6	6	6	10	4	7	6	3	5	6	5
½-1 tim	8	7	8	9	4	7	9	9	9	7	8
1-2 tim	3	3	3	0	2	3	3	3	3	3	3
2-3 tim	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
Mer än 3 tim	1	0	1	–	1	0	1	0	0	1	1
<i>Genomsnittlig vecka</i>											
Genomsnittlig vecka	45	42	48	42	35	47	54	40	42	47	49
<i>Genomsnittlig månad</i>											
Genomsnittlig månad	68	64	72	66	57	69	76	63	64	70	71

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2005-2011 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig dag</i>											
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
2011	28	31	26	61	68	31	13	5	8	27	24
<i>Genomsnittlig vecka</i>											
	44	46	42	71	80	57	31	13	18	45	44

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 61 procent och bland 15 till 24-åringar lyssnar 68 procent på mp3-spelare en genomsnittlig dag, medan 11 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.

Andel som lyssnar en genomsnittlig dag 2011 (procent)

		%			%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	28	Sysselsättning	Arbetare	22
	Vuxna 18-79 år	22	(16-79 år)	Tjänstemän	22
	Barn/ungdom 9-17 år	68		Högre tjänstemän/akademiker	26
Kön	Män 9-79 år	31		Egna företagare	23
	Kvinnor 9-79 år	26		Pensionärer	5
				Studering	58
				Arbetslösa	38
	Män 18-79 år	25	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	22
	Kvinnor 18-79 år	19	(18-79 år)	Två personer (18 år och äldre)	18
	Pojkar 9-17 år	64		Tre eller fler (18 år och äldre)	34
	Flickor 9-17 år	72			
Ålder	9-14 år	61	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	48
	15-19 år	73		Äldre vuxna (45-79 år)	8
	20-24 år	61		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	31
	25-34 år	40		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	30
	35-44 år	23			
	45-54 år	17	Hushåll (9-79 år)	En person	21
	55-64 år	9		Två personer	15
	65-79 år	5		Tre personer	38
				Fyra personer eller fler	42
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	5	Hemort (9-79 år)	Stockholm	33
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	13		Malmö	31
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	15		Göteborg	35
	Gymnasial utbildning > 2 år	32		Större städer	28
	Högskola/universitet ≤ 3 år	23		Pendlingskommuner	29
	Högskola/universitet > 3 år	25		Glesbygdskommuner	17
				Varuproducerande kommuner	23
				Övriga kommuner	25

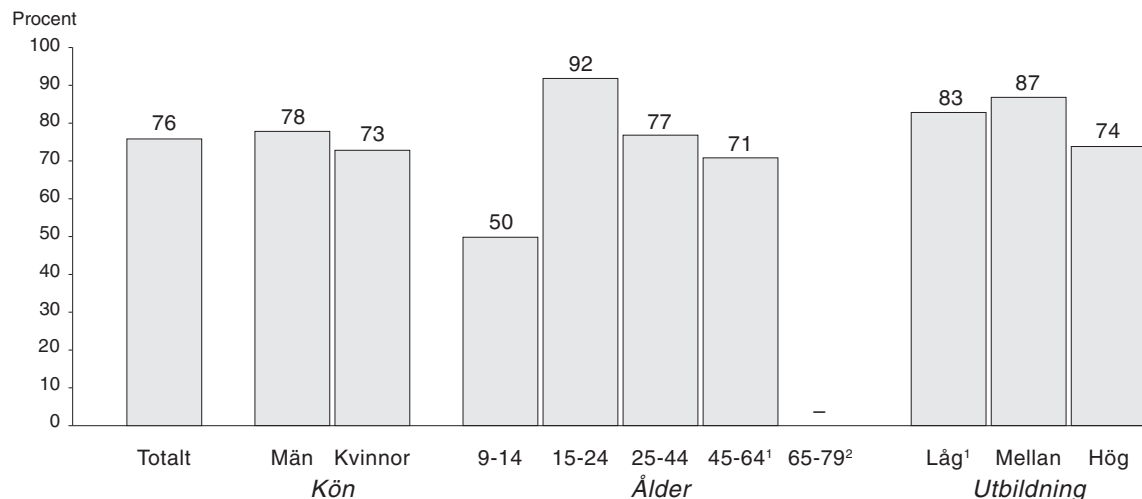
Andel som lyssnar en genomsnittlig dag

Mp3-lyssnandet uppvisar stora skillnader mellan olika åldersgrupper. Bland ungdomar 15 till 19 år lyssnar 73 procent på mp3-spelare en genomsnittlig dag. I denna grupp är mp3-lyssnandet sju gånger så vanligt som lyssnande på CD. Bland studerande lyssnar omkring 58 procent en vanlig dag och bland pensionärer är andelen 5 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.

Lyssnartid bland lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (minuter)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (minuter/procent)

	Kön		Ålder					Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Lyssnartid bland lyssnare (minuter)</i>											
2007	67	70	64	46	76	67	68 ¹	— ²	— ²	78	61
2009	66	66	67	48	75	66	62 ¹	— ²	— ²	68	67
2010	71	74	69	48	82	76	66 ¹	— ²	74 ¹	84	69
2011	76	78	73	50	92	77	71 ¹	— ²	83 ¹	87	74
<i>Genomsnittlig dag</i>											
Mindre än ½ tim	6	6	6	22	9	5	4	1	2	4	5
½-1 tim	8	9	7	20	18	9	3	2	3	8	6
1-2 tim	9	10	8	16	22	10	4	1	1	9	9
2-3 tim	2	3	2	1	10	2	1	0	1	3	2
Mer än 3 tim	3	4	2	2	10	3	1	0	1	4	2
<i>Lyssnar på</i>											
Lagrad musik/musikfiler t ex Itunes, Spotify	74	75	73	85	86	68	49 ¹	— ²	53 ¹	69	69
Direktsänd radio	16	16	16	3	9	22	36 ¹	— ²	26 ¹	21	21
Ljudbok	6	4	7	1	3	6	16 ¹	— ²	13 ¹	6	9
Nedladdad radio/podradio	5	5	4	1	3	8	6 ¹	— ²	8 ¹	4	7
Annat	7	7	6	11	6	5	3 ¹	— ²	8 ¹	7	5

Lyssnartid bland mp3-lyssnarna

Den tid som ägnas åt lyssnande på mp3 ligger på 76 minuter en genomsnittlig dag. Ungdomarnas lyssnartid, 92 minuter, är betydligt längre än motsvarande för barn, 50 minuter. En relativt hög andel av ungdomarna, 20 procent, lyssnar mer än 2 timmar på mp3 en vanlig dag.

De som lyssnar till mp3 lyssnar oftast på lagrad musik/musikfiler (74 procent). Andelen lyssnare som lyssnar på direktsänd radio är 16 procent, 5 procent lyssnar till nedladdad radio/podradio. Noteras kan att medelålders mp3-lyssnare använder mp3 för att lyssna till radio och ljudböcker i större utsträckning än yngre lyssnare som framförallt lyssnar till musik.

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*).

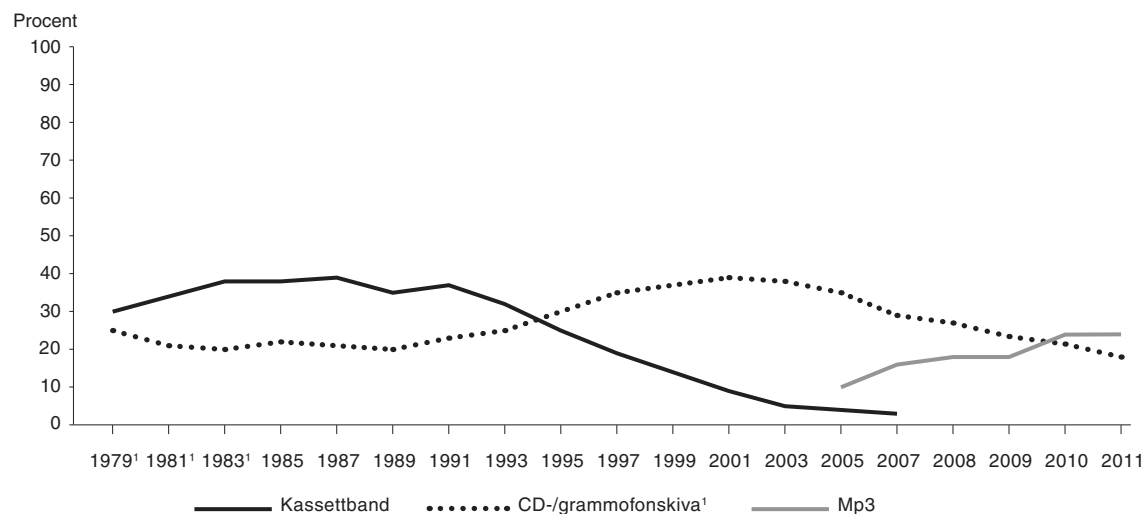
Figuren redovisar genomsnittlig lyssnartid bland dem som lyssnar på mp3 en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga lyssnartiden i hela befolkningen, vilket inkluderar alla som inte lyssnar, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2011: Befolkningens medietid*. Observera att figuren enbart baseras på dem som lyssnat en genomsnittlig dag, vilket innebär att antalet svarspersoner är relativt litet och att siffrorna därför bör tolkas med försiktighet.

Not

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

CD-/grammofonskiva, mp3 och kassetband

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2011 (procent)



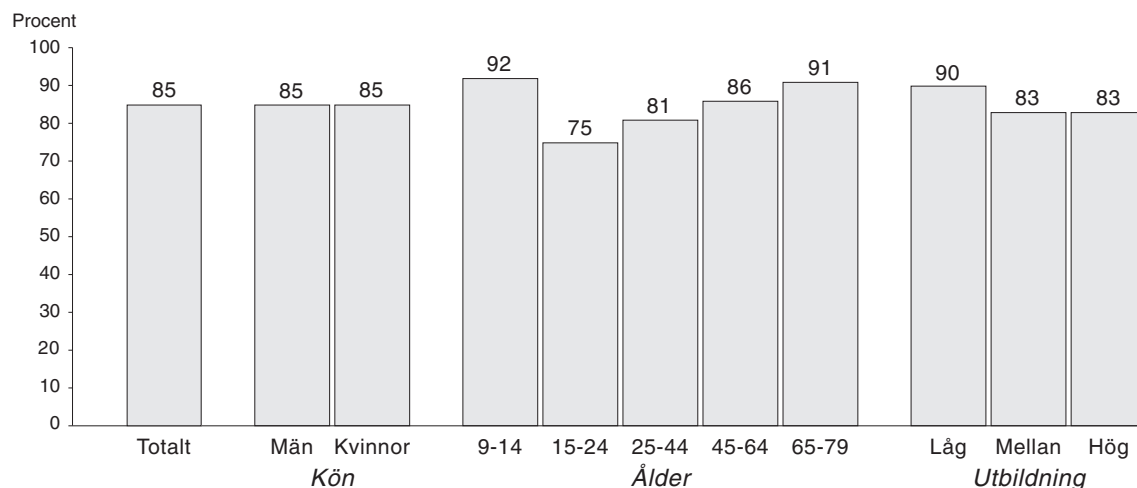
CD-/grammofonskiva, mp3 och kassetband

För 20 år sedan lyssnade närmare 40 procent av befolkningen på kassetband en genomsnittlig dag och nu är motsvarande siffra i det närmaste noll. Från och med 2008 ställs därför ingen separat fråga om kassetband. De låga siffrorna för kassetband 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.

TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Tittar på TV

En genomsnittlig dag tittar 85 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. 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 – men 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.

TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2011 (procent)

År	Kön		Ålder					Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1979	76	78	75	87	70	72	78	83	78	74	68
1981	74	75	72	85	65	68	75	82	76	70	65
1983	76	77	74	85	70	70	78	85	79	73	66
1985	76	76	75	85	69	72	78	84	78	74	68
1987	80	80	80	86	75	75	81	90	83	78	74
1989	76	76	75	84	67	70	78	88	88	72	68
1991	79	80	79	85	73	73	80	92	83	77	73
1993	84	84	83	89	83	77	86	91	89	82	75
1995	84	85	84	90	78	81	84	94	85	84	80
1997	84	86	82	90	85	77	85	90	87	82	79
1999	88	89	86	90	85	86	87	93	90	89	82
2001	87	88	86	94	89	79	88	94	90	85	82
2003	87	89	85	93	86	84	87	91	90	87	82
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
2010	86	87	85	91	80	80	87	92	89	85	83
2011	85	85	85	92	75	81	86	91	90	83	83

Television

Andel som tittar en genomsnittlig dag 2011 (procent)

		%			%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	85	Syssetsättning (16-79 år)	Arbetare	84
	Vuxna 18-79 år	84		Tjänstemän	86
	Barn/ungdom 9-17 år	89		Högre tjänstemän/akademiker	80
Kön	Män 9-79 år	85	Egna företagare	80	
	Kvinnor 9-79 år	85	Pensionärer	91	
			Studerande	72	
			Arbetslösa	79	
	Män 18-79 år	84	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	80
	Kvinnor 18-79 år	84		Två personer (18 år och äldre)	87
	Pojkar 9-17 år	92		Tre eller fler (18 år och äldre)	80
Flickor 9-17 år	86				
Ålder	9-14 år	92	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	72
	15-19 år	80		Äldre vuxna (45-79 år)	89
	20-24 år	69		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	83
	25-34 år	75		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	84
	35-44 år	85	Hushåll (9-79 år)	En person	80
	45-54 år	86		Två personer	88
	55-64 år	87		Tre personer	81
65-79 år	91	Fyra personer eller fler	85		
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	91	Hemort (9-79 år)	Stockholm	83
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	87		Malmö	79
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	89		Göteborg	85
	Gymnasial utbildning > 2 år	80		Större städer	84
	Högskola/universitet ≤ 3 år	84		Pendlingskommuner	88
	Högskola/universitet > 3 år	81		Glesbygdskommuner	82
			Varuproducerande kommuner	84	
			Övriga kommuner	87	

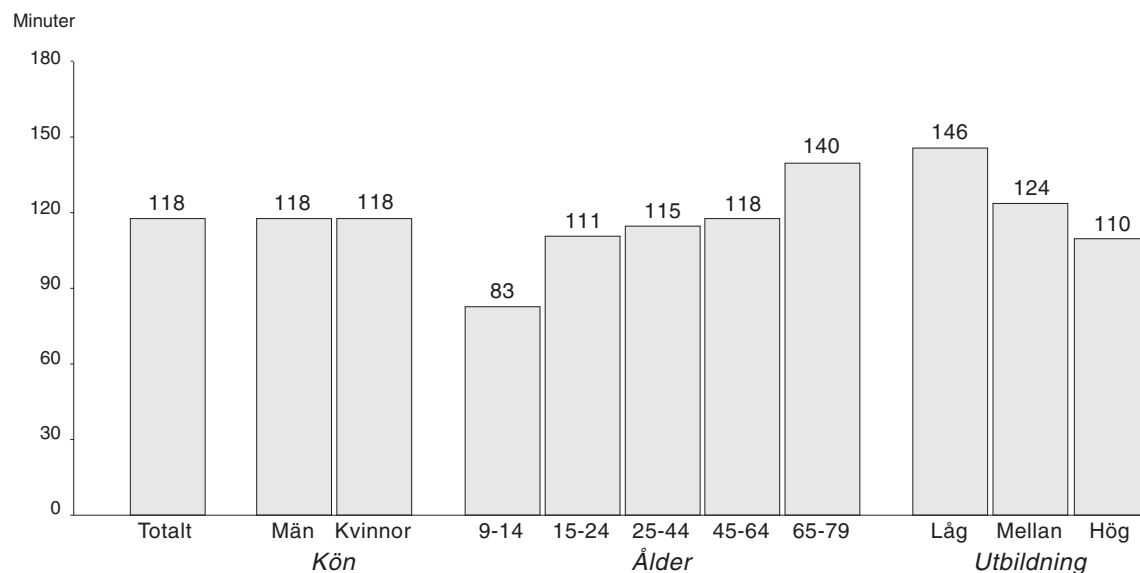
TV-tittaren

Trots att en mycket stor andel av befolkningen 9 till 79 år ser på TV en genomsnittlig dag finns det skillnader mellan olika grupper. Barn och pensionärer tittar mer än andra åldersgrupper, drygt 90 procent i respektive grupp, en genomsnittlig dag. Lägst andel TV-tittare återfinns i åldersgruppen 20 till 24 år, 69 procent, och här kan en vrikande trend konstateras. 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.

Tittartid bland TV-tittare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (minuter)



Tittartid bland TV-tittare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2011 (minuter)

År	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
2010	119	120	118	83	108	112	122	145	142	124	116
2011	118	118	118	83	111	115	118	140	146	124	110

Varav tittartid i annan

apparat än TV	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
	51	50	54	- ³	55 ⁴	55	44	- ³	- ³	50 ⁴	54

Tittartid bland TV-tittarna

Den genomsnittliga tittartiden bland tittarna ligger på knappt två timmar en vanlig dag. Tittartiden för TV via vanlig TV-apparat är 67 minuter och via Internet 51 minuter.

Män och kvinnor ägnar i det närmaste lika mycket tid åt TV en genomsnittlig dag. Pensionärer och lågutbildade är de verkliga högkonsumenterna med närmare 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 23 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 bland barn och ungdomar.

Anmärkning

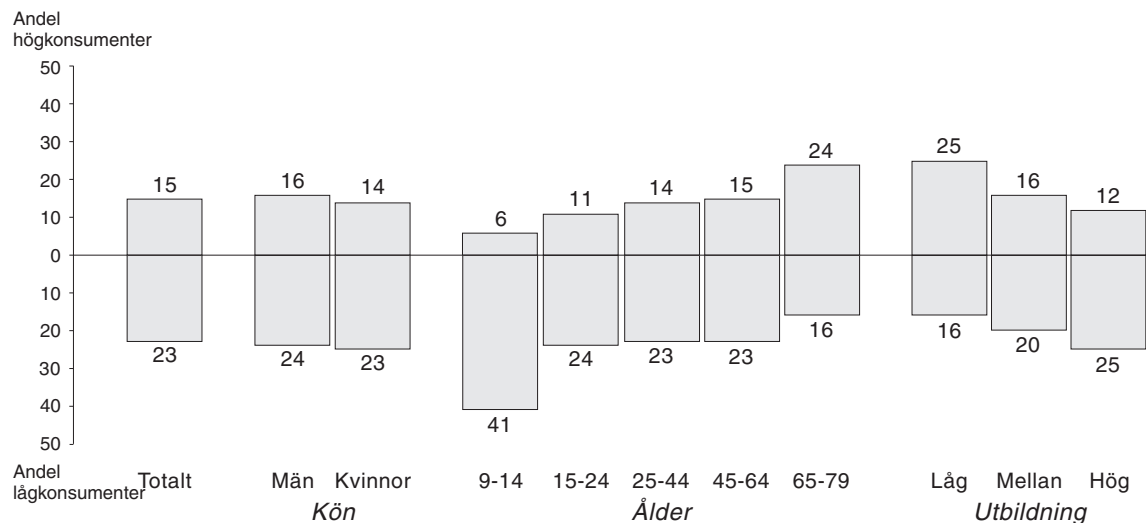
Med TV-tittande avses tittande på såväl svenska och utländska kanaler som kabel-, satellit- och betal-TV. Innefattar fr o m 2007 även webb-TV och mobil-TV. Användning av video och text-TV ingår emellertid inte. Tabellen redovisar genomsnittlig tittartid bland dem som tittar på TV en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga tittartiden i hela befolkningen, vilket inkluderar alla som inte tittar, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2011: Befolkningens medietid*.

Noter

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

Television

Hög- och lågkonsumenter¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2011 (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	7	7	5	2	4	4	7
½-1 tim	18	18	17	32	17	16	17	13	13	15	18
1-2 tim	27	28	27	33	23	28	29	26	23	27	28
2-3 tim	19	17	21	12	17	16	20	26	25	20	18
3-4 tim	9	9	8	5	6	8	8	14	12	9	8
4-5 tim	4	4	4	0	3	3	4	6	8	4	3
Mer än 5 tim	2	3	2	0	2	3	2	3	5	2	2
Tittade											
I vanlig TV-apparat	83	82	83	91	70	76	86	91	89	81	79
Via dator/mobiltelefon/mp3/annan apparat	6	8	5	4	9	11	4	2	2	6	8
Genomsnittlig vecka	97	96	97	99	93	95	98	98	98	96	96

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 som bland 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 (41 procent) och fördelar sig förhållandevis jämnt i övriga grupper.

Flertalet tittar på TV i vanlig TV-apparat. Tittande på TV i dator eller annan mediaspelare en genomsnittlig dag ökar dock något för varje år. 2011 uppgår andelen till 6 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

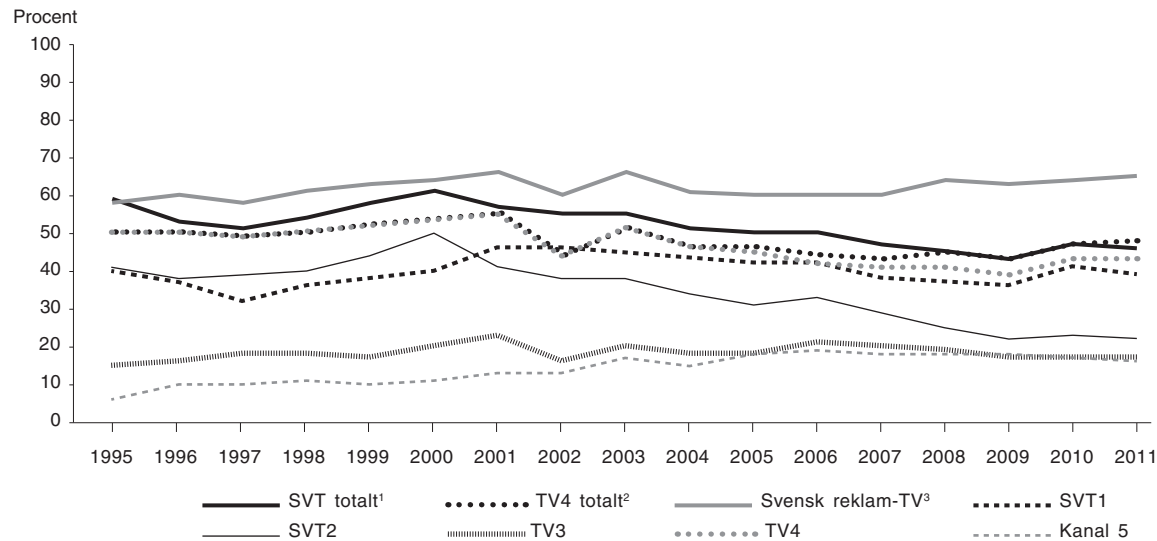
Med TV-tittande avses tittande på såväl svenska och utländska kanaler som kabel-, satellit- och betal-TV. Innefattar fr o m 2007 även webb-TV och mobil-TV. Användning av video och text-TV ingår emellertid inte. Tittartiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna fått göra en uppskattning av sin tittartid 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 1995-2011 (procent)



TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 1995-2011 (procent)

	SVT totalt ¹	TV4 totalt ²	Svensk reklam-TV ³	SVT1	SVT2	TV3	TV4	Kanal 5
1995	59	50	58	40	41	15	50	6
1996	53	50	60	37	38	16	50	10
1997	51	49	58	32	39	18	49	10
1998	54	50	61	36	40	18	50	11
1999	58	52	63	38	44	17	52	10
2000	61	53	64	40	50	20	53	11
2001	57	55	66	46	41	23	55	13
2002	55	44	60	46	38	16	47	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

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 61 procent och 2011 tittar 48 procent på SVT en genomsnittlig dag. Motsvarande siffror för TV4 är 53 respektive 47 procent. Tittarandelen för svensk reklam-TV har ökat något och är 2011 65 procent.

SVT1 och TV4 är de enskilt största kanalerna men båda har tappat något sett över en 10-årsperiod. 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. En förklaring vad gäller barnens tittande är nischade kanaler som t ex Barnkanalen.

Anmärkning

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

Noter

1. Har tittat på någon av SVT:s kanaler (SVT1, SVT2, Barnkanalen, Kunskapskanalen eller 24).
2. Har tittat på 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 1997-2011 (procent)

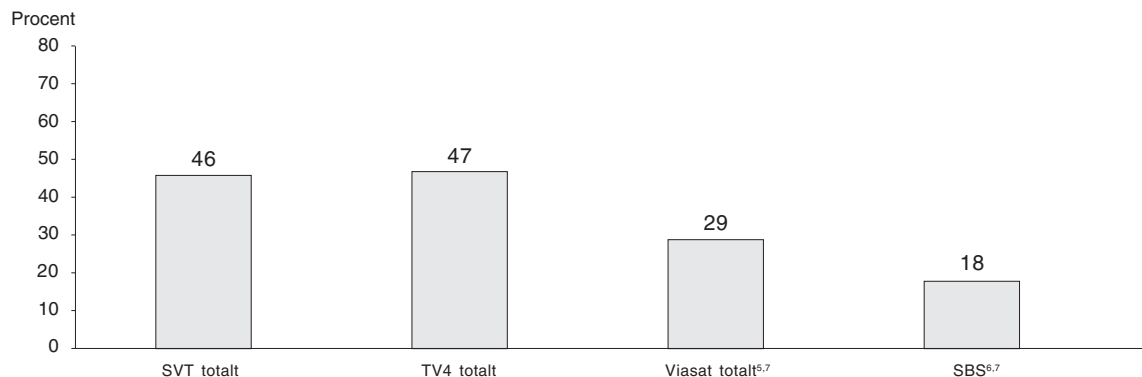
År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>SVT1</i>											
1997	32	37	28	26	23	30	33	46	36	28	34
1999	38	41	35	34	26	36	39	54	46	35	38
2003	45	47	43	38	28	36	52	67	58	40	48
2005	42	43	41	24	22	35	47	68	53	40	45
2009	36	37	36	18	12	28	42	65	50	33	41
2010	41	43	39	13	15	32	50	70	56	39	47
2011	39	39	40	13	14	29	49	68	58	35	45
<i>SVT2</i>											
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
2010	23	27	20	4	7	19	27	42	31	22	28
2011	22	23	20	3	5	16	25	43	35	19	25
<i>TV3</i>											
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
2010	17	14	20	15	26	23	14	12	13	22	14
2011	17	15	18	17	25	20	14	12	15	18	15
<i>TV4</i>											
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
2010	43	40	45	30	30	41	47	52	51	45	41
2011	43	40	45	31	27	41	48	54	53	45	42
<i>Kanal 5</i>											
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
2010	17	15	18	14	31	24	12	6	10	20	14
2011	16	14	18	15	29	21	12	8	11	20	14

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 2011 (procent)



TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
SVT totalt ¹	46	45	47	31	16	35	55	74	63	41	51
SVT1	39	39	40	13	14	29	49	68	58	35	45
SVT2	22	23	20	3	5	16	25	43	35	19	25
Andra SVT-kanaler ^{2,7}	6	5	6	19	2	5	4	7	5	4	5
TV4 totalt ^{3,7}	47	46	50	35	33	46	53	59	59	51	46
TV4	43	40	45	31	27	41	48	54	53	45	42
Andra TV4-kanaler ^{4,7}	9	10	9	4	9	9	9	12	13	11	7
Viasat totalt ^{5,7}	29	32	25	40	45	30	21	20	25	30	23
TV3 ⁷	17	15	18	17	25	20	14	12	15	18	15
TV6 ⁷	13	19	8	28	32	11	6	5	9	14	8
TV8	3	4	1	1	2	5	5	4	4	3	3
SBS ^{6,7}	18	16	20	15	29	23	14	11	15	21	16
Kanal 5 ⁷	16	14	18	15	29	21	12	8	11	20	14
Kanal 9 ⁷	3	3	3	1	1	3	3	4	5	3	3

Kanalernas räckvidd

En genomsnittlig dag ser 46 procent av befolkningen på någon av SVT:s TV-kanaler och ungefär lika många tar del av någon TV4-kanal (47 procent). Andelen av befolkningen som tar del av minst någon av de svenska reklam-TV-kanalerna är 65 procent.

Räckvidden för SVT varierar med ålder – lägst är SVT-tittandet bland ungdomar, 16 procent, och högst bland de äldsta, 74 procent. Även TV4 har en högre andel tittare bland äldre än bland yngre om än inte lika tydlig – från 33 procent bland unga till 59 procent bland äldre.

Det ökade utbudet av nischade TV-kanaler har till viss del förändrat tittarnas preferenser. Närmare 30 procent tittar på någon av Viasat-kanalerna en genomsnittlig dag och 18 procent tittar på SBS kanaler (Kanal 5, Kanal 9). Dessa kanaler har sina största andelar av publiken bland ungdomar (t ex TV6, 32 procent och Kanal 5, 29 procent) medan det i gruppen 65 till 79 år rör sig om 5 respektive 8 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, 19 procent av männen och 8 procent av kvinnorna tittar på denna kanal en genomsnittlig dag.

Anmärkning

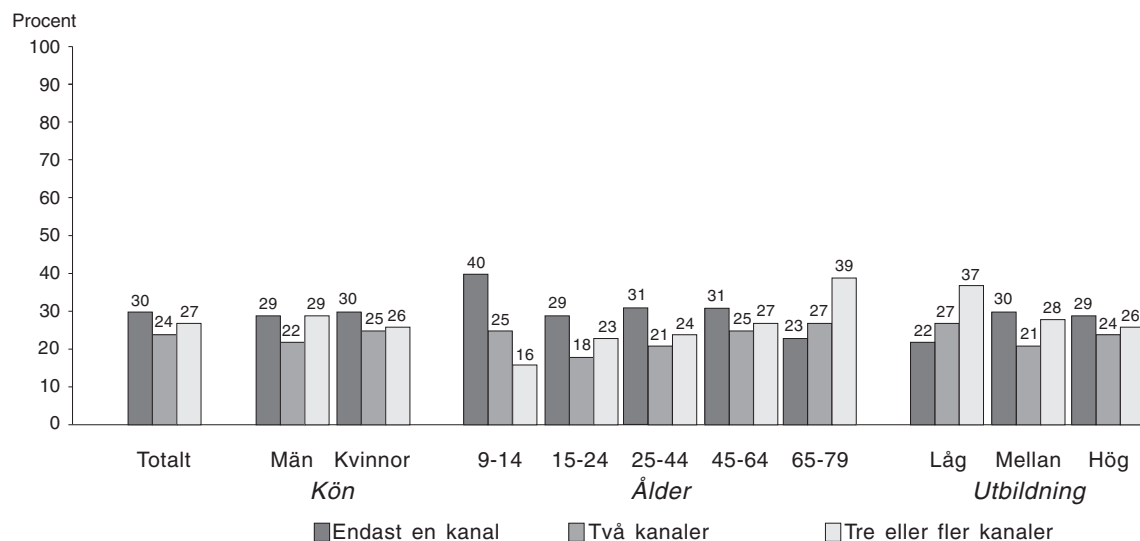
Siffrorna avser andelen som sett minst något på kanalen och inte den genomsnittliga publikandelen. Vidare speglar siffrorna snarare tittarprofilen än det faktiska tittandet då det rör sig om enskilda kanaler.

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 2011 var tillgången till TV4plus 78% och TV4 Sport 51%, Barnkanalen 78%, Kunskapskanalen 85%, SVT24 84%, TV3 87%, Kanal 5 86%, TV6 88%, TV8 66%, Kanal 9 65% och TV1000 11%.
Källa: MMS, Kanalpenetrationsundersökning hösten 2011.

Television

Tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011: antal kanaler (procent)



TV-tittande: kanal och plats

30 procent av befolkningen ser en genomsnittlig dag enbart på en TV-kanal. Något färre, 24 procent, har sett på två TV-kanaler och 27 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, 82 procent, men 6 procent av 15-24-åringarna tittar på TV utanför hemmet.

Tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)

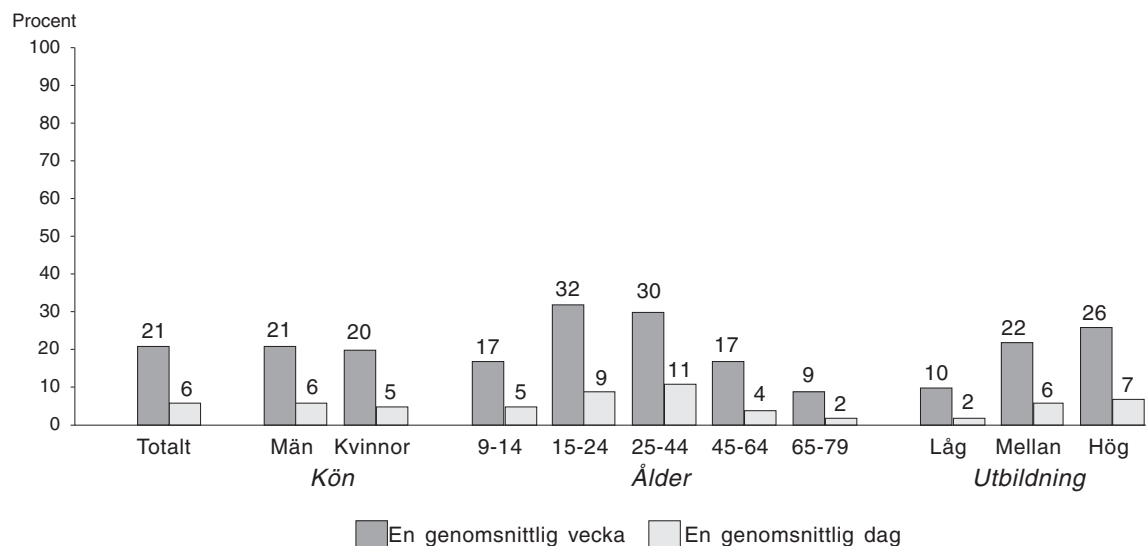
	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittligt antal kanaler bland tittare</i>	2,2	2,3	2,1	1,6	2,2	2,2	2,2	2,6	2,5	2,3	2,2
<i>Kanalkombinationer</i>											
Enbart SVT ¹	15	14	15	14	4	10	18	22	16	11	19
Enbart svensk reklam-TV ²	33	33	33	48	52	40	27	14	23	38	27
<i>Tittar</i>											
I bostaden	82	82	82	91	70	78	83	89	88	79	80
På skolan	0	0	0	1	1	–	0	0	0	0	0
På arbetet	1	1	1	–	–	1	1	0	0	1	1
På annan plats	3	3	2	1	5	2	2	2	2	3	3

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, TV7, TV8, eller Kanal 9.

Television

Play TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2011 (procent)



Tittar på Play TV

TV-tittarna kan sedan några år tillbaka ta del av TV via Play TV, något som gör det möjligt att se TV-program utanför ordinarie sändningstider. Andelen som har tittat på någon PlayTV-kanal 2011 uppgår till 6 procent en vanlig dag och 21 procent har tittat en genomsnittlig vecka. Veckotittandet är högst bland ungdomar, 32 procent, och bland 25 till 44-åringar, 30 procent. SVT Play når en större andel tittare, 12 procent, än övrig Play TV – 6 procent har tittat på TV4 Play under en vecka. De högsta andelarna veckotittare på SVT Play finns i åldersgrupperna 15 till 24 år, 32 procent, och 25 till 44 år, 30 procent. Även bland högutbildade är andelen tittare relativt hög, 26 procent.

Play TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2011 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>En genomsnittlig vecka</i>											
Play TV (totalt)	21	21	20	17	32	30	17	9	10	22	26
SVT Play	12	12	11	10	12	18	11	7	4	11	17
TV4 Play	6	6	6	3	9	9	6	2	3	7	7
TV3 Play	2	2	3	2	5	3	2	1	2	3	2
Kanal5 Play	2	2	3	1	8	2	2	0	1	4	2
TV6 Play	1	1	1	3	4	1	0	–	0	1	1
Någon annan kanals play TV	1	1	1	0	2	2	1	1	1	1	2

Television

Andel som tittar på play TV en genomsnittlig dag (A) och en genomsnittlig vecka (B) 2011 (procent)

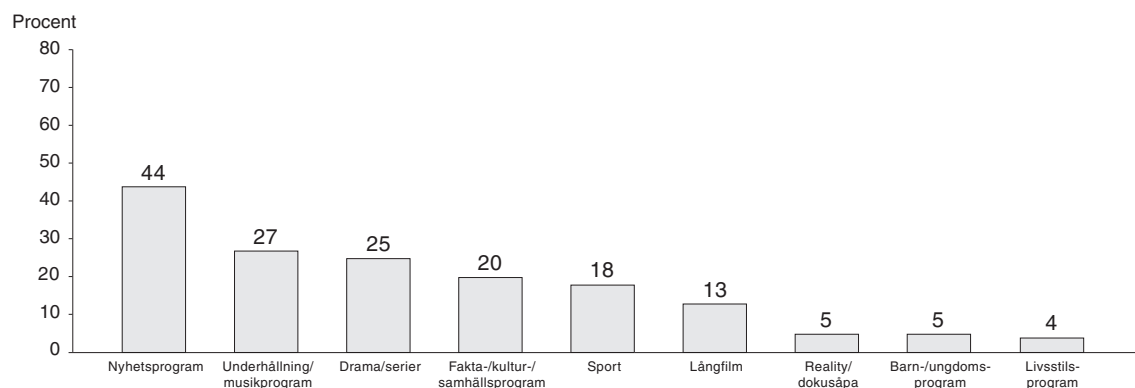
		A	B			A	B										
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	6	21	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	7	20										
	Vuxna 18-79 år	6	21		Tjänstemän	5	24										
	Barn/ungdom 9-17 år	6	20		Högre tjänstemän/akademiker	7	30										
Kön	Män 9-79 år	6	21	Egna företagare	9	2	9										
								Kvinnor 9-79 år	5	20	Pensionärer	2	9				
	Män 18-79 år	7	22											Studering	11	36	
								Kvinnor 18-79 år	5	20	Arbetslösa	10	25				
	Pojkar 9-17 år	5	17											Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	5	18
								Flickor 9-17 år	6	22	Två personer (18 år och äldre)	6	21				
											Tre eller fler (18 år och äldre)	7	25				
Ålder	9-14 år	5	17	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	10	35										
	15-19 år	7	28					Äldre vuxna (45-79 år)	2	12							
	20-24 år	11	37					Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	7	26							
	25-34 år	13	35					Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	12	29							
	35-44 år	9	25	Hushåll (9-79 år)	En person	4	17										
	45-54 år	6	21					Två personer	4	17							
	55-64 år	2	14					Tre personer	8	25							
	65-79 år	2	9					Fyra personer eller fler	8	25							
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	2	8	Hemort (9-79 år)	Stockholm	7	23										
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	4	14					Malmö	9	22							
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	4	16					Göteborg	7	21							
	Gymnasial utbildning > 2 år	7	24					Större städer	6	23							
	Högskola/universitet ≤ 3 år	7	24					Pendlingskommuner	4	21							
	Högskola/universitet > 3 år	8	27					Glesbygdskommuner	7	16							
				Varuproducerande kommuner		3		19									
				Övriga kommuner		5		17									

Play TV-tittaren

Tittandet på Play TV en genomsnittlig vecka är högst bland ungdomar 20-24 år, 37 procent, studerande 36 procent, bland yngre vuxna utan barn 35 procent samt bland högre tjänstemän/akademiker 30 procent. De lägsta tittarandelarna finns bland pensionärer och bland personer med kortare än nio års utbildning (9 respektive 8 procent).

Television

**TV-tittare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2011:
programkategorier (procent)**



**TV-tittare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2011:
programkategorier (procent)**

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Nyhetsprogram	44	44	43	7	14	33	57	73	64	42	48
Underhållning/musikprogram	27	23	31	30	23	26	27	33	33	28	25
Drama/serier	25	22	28	35	37	26	20	17	19	25	21
Fakta-/kultur-/sällsprogram	20	19	20	9	12	19	22	29	26	20	21
Sport	18	27	9	8	11	16	19	26	27	19	15
Långfilm	13	14	13	12	14	14	15	10	10	15	13
Reality/dokusåpa	5	4	6	3	7	6	4	5	5	7	4
Barn-/ungdomsprogram	5	4	5	29	2	5	2	1	1	2	3
Livsstilsprogram	4	3	5	2	3	4	4	5	4	5	4

Programtittande på TV

Nyhetsprogrammen är den enskilda programkategori i TV som har flest tittare, 44 procent av befolkningen har sett några TV-nyheter en genomsnittlig dag. Därefter kommer underhållning/musikprogram 27 procent, drama/serier 25 procent, fakta/kultur/samhälle 20 procent, sport 18 procent samt långfilm 13 procent.

Omfattningen på nyhetstittandet är i hög grad relaterat till ålder; i åldersgruppen 15 till 24 år är andelen nyhetstittare 14 procent och bland de äldsta 73 procent. Samma gäller tittande på fakta-, kultur- och samhällsprogram. 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.

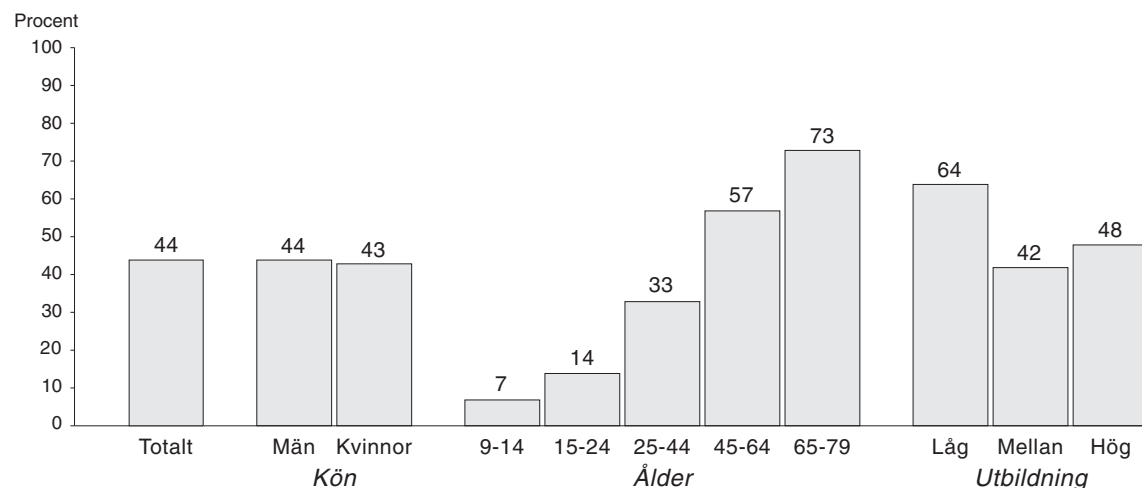
Det är betydligt fler bland de unga som tittar på drama/serier än vad som gäller i andra åldersgrupper.

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 2011 (procent)



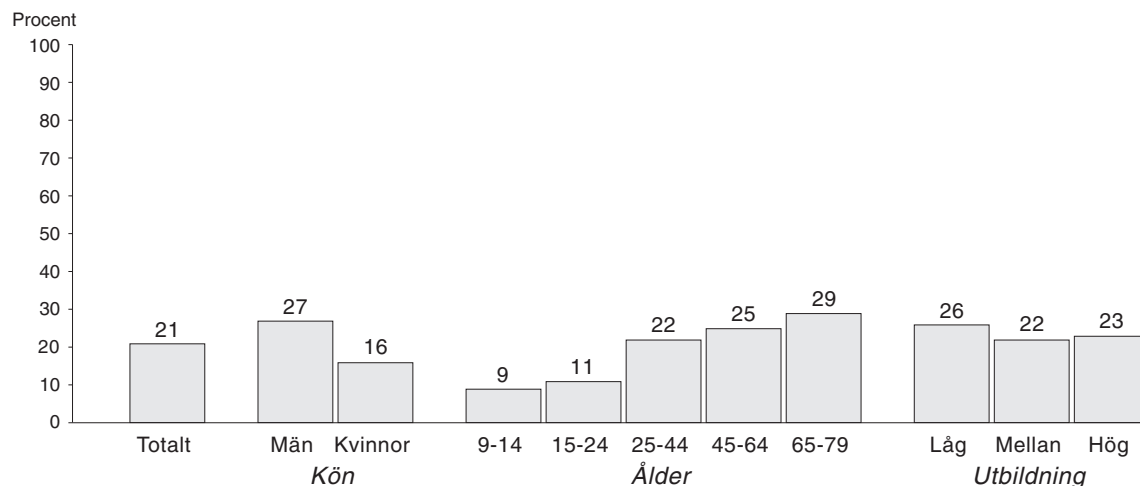
Tittar på nyheter

Ett ändrat beteende vad gäller tittande 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 till 2007, därefter stabiliserades tittandet på nyheter. Andelen tittare är 44 procent 2011. Under det senaste decenniet har tittandet på nyheter sjunkit bland ungdomar från 30 procent till 14 procent och bland högutbildade från 60 procent år 2001 till 48 procent 2011.

Tittar på TV-nyheter i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2001-2011 (procent)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		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

Text-TV-användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



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 informations-sidor som användning av den särskilda programtextning som finns för vissa program. Innefattar fr o m 2008 även text-TV via internet.

Text-TV-användare 9-79 år en genomsnittlig dag 1994-2011 (procent)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		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

Text-TV

Andel som använder text-TV en genomsnittlig dag 2011 (procent)

		%			%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	21	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	22
	Vuxna 18-79 år	23		Tjänstemän	23
	Barn/ungdom 9-17 år	10		Högre tjänstemän/akademiker	22
Kön	Män 9-79 år	27	Egna företagare	21	
		Kvinnor 9-79 år	16	Pensionärer	30
	Män 18-79 år	29	Studering	14	
		Kvinnor 18-79 år	17	Arbetslösa	18
	Pojkar 9-17 år	12	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	24
	Flickor 9-17 år	8		Två personer (18 år och äldre)	24
				Tre eller fler (18 år och äldre)	17
Ålder	9-14 år	9	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	15
	15-19 år	11		Äldre vuxna (45-79 år)	26
	20-24 år	10		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	20
	25-34 år	18		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	25
	35-44 år	25	Hushåll (9-79 år)	En person	25
	45-54 år	23		Två personer	23
	55-64 år	26		Tre personer	21
65-79 år	29	Fyra personer eller fler		17	
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	29	Hemort (9-79 år)	Stockholm	20
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	22		Malmö	26
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	23		Göteborg	22
	Gymnasial utbildning > 2 år	21		Större städer	21
	Högskola/universitet ≤ 3 år	22		Pendlingskommuner	20
	Högskola/universitet > 3 år	23		Glesbygdskommuner	16
			Varuproducerande kommuner	23	
			Övriga kommuner	21	

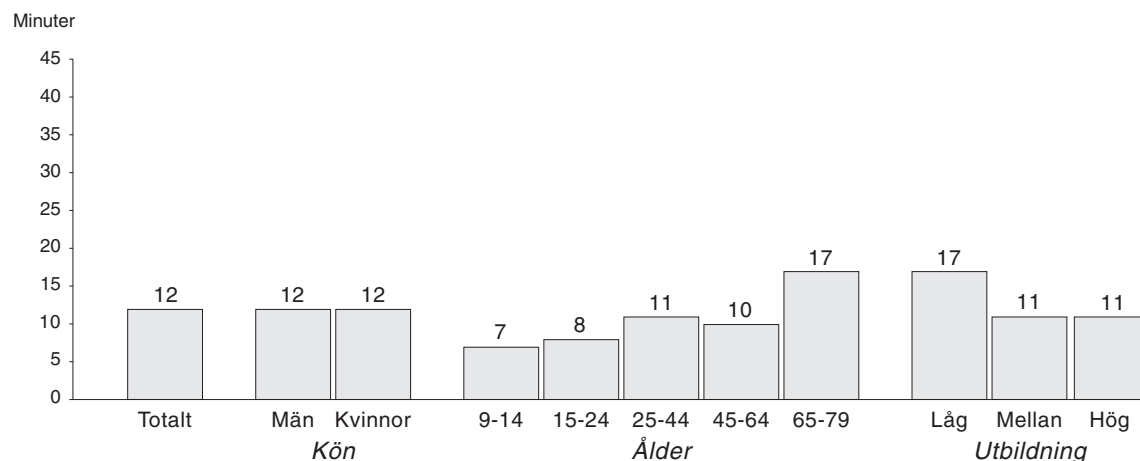
Text-TV-användaren

Män, 18 till 79 år, 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 9 procent bland barn till 29 procent bland de äldsta. Den lägsta andelen kan noteras bland flickor (8 procent).

Anmärkning

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

Användartid bland text-TV-användare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (minuter)



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.

Anmärkning

Med användning av text-TV avses såväl användning av informations-sidor 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 2011: Befolkningens medietid*.

Användartid bland text-TV-användare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1996-2011 (minuter)

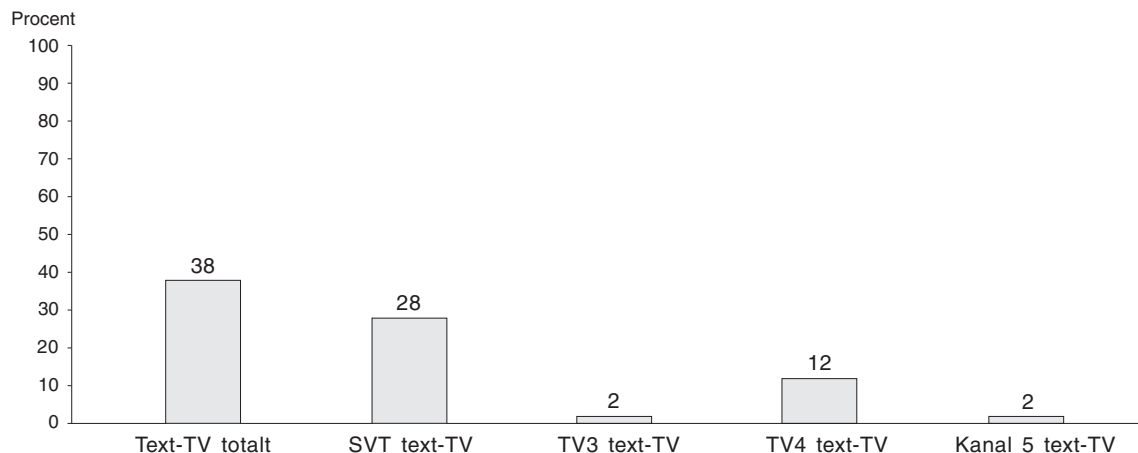
År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1996	10	11	8	8	11	10	11	11	10	11	10
1997	10	12	8	8	9	10	12	14	14	10	9
1999	11	11	9	8	9	11	10	14	12	11	10
2001	10	11	9	6	9	9	10	14	13	10	10
2002	10	11	8	8	8	10	10	11	10	11	9
2003	10	10	10	7	7	10	11	14	12	10	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

Not

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

Text-TV

Användning av text-TV 9-79 år en genomsnittlig vecka 2011 (procent)



Användning av text-TV 9-79 år en genomsnittlig vecka 2011 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Text-TV-kanaler</i>											
SVT	28	35	22	9	13	30	33	38	34	28	32
TV3	2	2	2	2	3	3	1	2	1	2	2
TV4	12	12	12	6	5	14	13	14	17	13	11
Kanal 5	2	2	2	2	2	3	1	1	2	2	1
<i>Typ av information</i>											
Nyheter	20	23	17	3	6	23	25	26	22	20	24
Sport	15	23	7	8	10	16	18	15	21	16	14
Programtablåer	12	12	12	11	11	15	12	11	10	12	14
Ekonomi	5	7	2	0	1	3	6	8	5	4	6
Väder	5	6	4	1	3	4	7	9	8	5	6
Spel/lotteri	3	4	2	-	0	3	4	6	7	4	2
Textning	2	2	3	1	1	3	2	5	4	2	3
Annonser/reklam	0	0	0	-	-	1	1	0	1	0	0

Användning av TV-kanaler för text-TV

Sveriges Televisions text-TV har klart flest användare med en veckoräckvidd på 28 procent medan TV4:s text-TV används av 12 procent. Övriga text-TV-kanaler har relativt låga publikandelar. Mönstret är stabilt över tid.

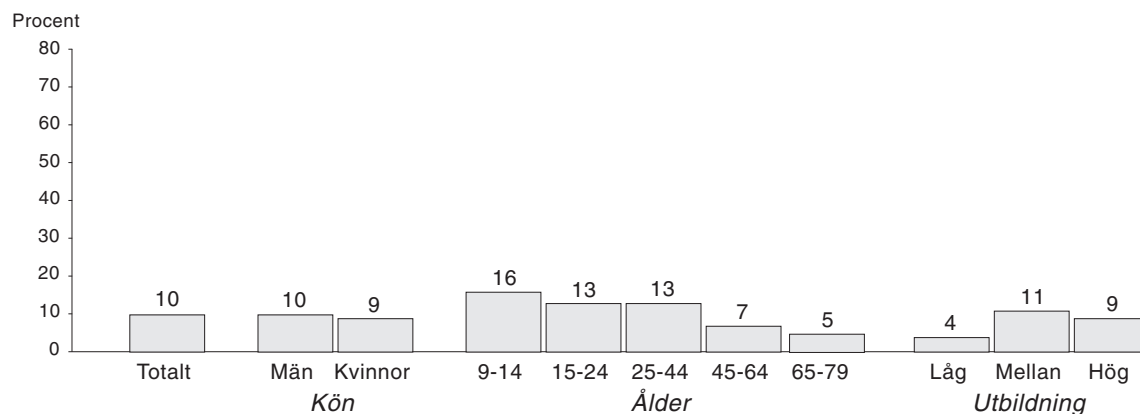
SVT har störst räckvidd i alla grupper. Bland barn och ungdomar är skillnaderna mellan SVT och TV4 lägst. Mäns högre text-TV-användning jämfört med kvinnornas gäller framför allt SVT. I övrigt är skillnaderna mellan olika gruppers användning relativt små.

De vanligaste användningsområdena för text-TV är främst nyheter men även information om programtablåer och sport. Under en genomsnittlig vecka använder mellan 12 och 20 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 informations-sidor som användning av den särskilda programtextning som finns för vissa program. Innefattar fr o m 2008 även text-TV via internet.

Video/DVD-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Tittar på video/DVD

10 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 plattformar som erbjuder rörliga bilder. Andelen tittare en genomsnittlig dag är dock fortfarande högst bland barn, 16 procent. Bland pensionärer är andelen 5 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.

Video/DVD-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2011 (procent)

År	Kön		Ålder					Utbildning			
	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

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 2011 (procent)

		%			%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	10	Systematik	Arbetare	9
	Vuxna 18-79 år	9	(16-79 år)	Tjänstemän	10
	Barn/ungdom 9-17 år	15		Högre tjänstemän/akademiker	14
Kön	Män 9-79 år	10		Egna företagare	8
	Kvinnor 9-79 år	9		Pensionärer	5
				Studering	11
Ålder	Män 18-79 år	10		Arbetslösa	14
	Kvinnor 18-79 år	8	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	8
	Pojkar 9-17 år	13	(18-79 år)	Två personer (18 år och äldre)	9
	Flickor 9-17 år	16		Tre eller fler (18 år och äldre)	11
	9-14 år	16	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	12
	15-19 år	11		Äldre vuxna (45-79 år)	5
20-24 år	15		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	10	
25-34 år	11		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	16	
35-44 år	15				
45-54 år	9	Hushåll (9-79 år)	En person	7	
55-64 år	4		Två personer	6	
65-79 år	5		Tre personer	13	
			Fyra personer eller fler	13	
Utbildning	Förgymnasial utbildning < 9 år	3			
(16-79 år)	Förgymnasial utbildning 9-10 år	7	Hemort (9-79 år)	Stockholm	12
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	8		Malmö	12
	Gymnasial utbildning > 2 år	12		Göteborg	12
	Högskola/universitet ≤ 3 år	8		Större städer	10
	Högskola/universitet > 3 år	10		Pendlingskommuner	11
				Glesbygdskommuner	5
				Varuproducerande kommuner	7
				Övriga kommuner	8

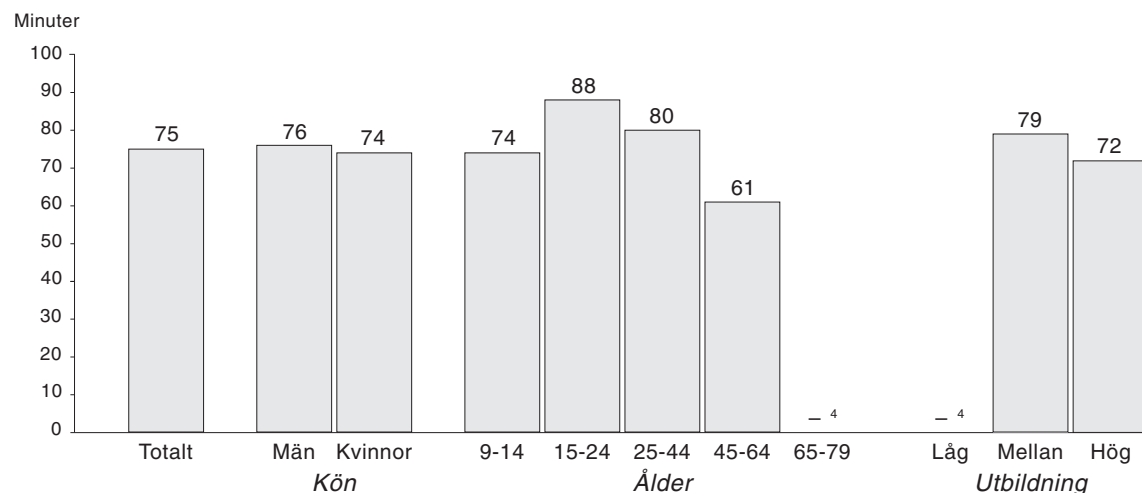
Video/DVD-tittaren

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. Barn och småbarnsföräldrar är de grupper som använder video/DVD mest en genomsnittlig dag, 16 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.

Tittartid bland video/DVD-tittare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (minuter)



Tittartid bland video/DVD-tittare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2011 (minuter)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		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
2010	76	79	73	76	83	72	79 ³	- ⁴	- ⁴	79	74
2011	75	76	74	74	88	80	61 ³	- ⁴	- ⁴	79	72

Tittartid bland video/DVD-tittarna

De som en genomsnittlig dag tittar på video/DVD gör det 1 timma och 15 minuter. Variationen mellan olika grupper är förhållandevis liten. Ungdomar och högutbildade, som använder internet i högre grad än andra grupper, har emellertid något längre tittartid än andra grupper.

Inga förändringar när det gäller tittartiden kan noteras, den har varit stabil under den senaste femårsperioden.

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 2011: Befolkningens medietid*.

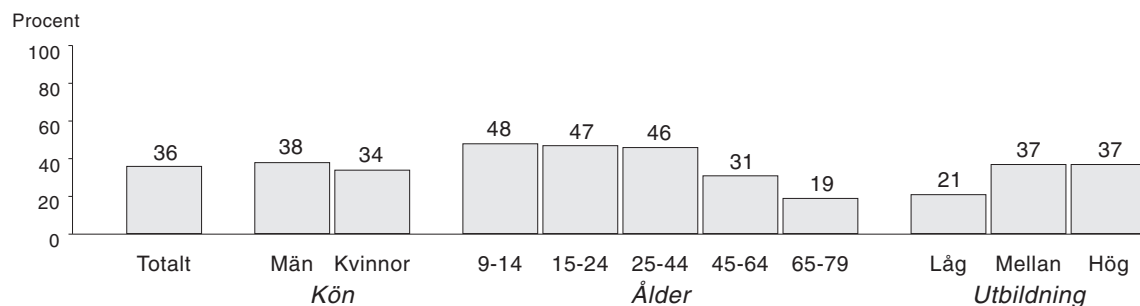
Observera att tabellen enbart baseras på dem som tittat en genomsnittlig dag, vilket innebär att antalet svarspersoner är relativt litet och att siffrorna därför bör tolkas med försiktighet.

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 2011 (procent)



Video/DVD-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)

Tittande på Video/DVD	Totalt	Køn		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Genomsnittlig dag	11	10	9	16	13	13	7	5	4	11	9
Inspelade TV-program	3	3	2	1	1	3	4	3	2	4	3
Hyrfilm ¹	2	2	2	3	2	4	1	0	0	3	2
Köpfilm	4	4	4	10	7	5	2	1	1	3	4
Nedladdad från internet	1	1	0	0	3	1	0	0	0	2	1
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 36 procent och var tionde använder video/DVD en genomsnittlig dag. Veckoanvändningen är i likhet med användningen en genomsnittlig dag högst bland barn och ungdomar, men även något högre bland medel- och högt utbildade 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 barn och ungdomar, 10 respektive 7 procent. Motsvarande siffror 2009 var 15 procent bland barnen och 9 procent bland ungdomar.

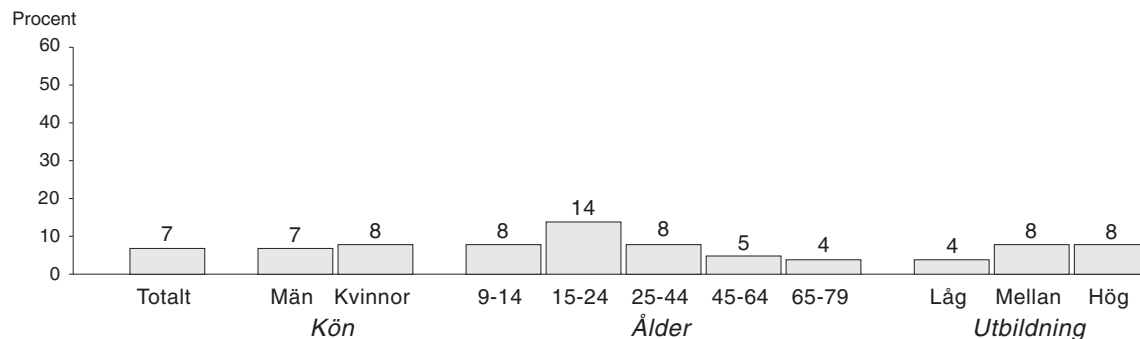
Anmärkning

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).

Biobesökare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2011 (procent)



Biobesök/filmtittande 9-79 år en genomsnittlig vecka/månad/dag 1995-2011 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig vecka</i>											
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
2010	7	7	7	8	16	8	3	3	4	7	6
2011	7	7	8	8	14	8	5	4	4	8	8
<i>Genomsnittlig månad</i>											
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
2010	27	27	28	40	55	29	19	11	10	26	28
2011	28	28	29	47	48	29	20	17	12	28	28
<i>Genomsnittlig dag</i>											
Bio	1	1	1	1	2	1	1	0	0	1	1
Inspelad film	3	3	2	1	1	3	4	3	2	4	3
Hyrfilm	2	1	2	3	2	3	1	0	0	2	2
Köpfilm	4	4	4	10	7	5	2	1	1	3	4
Nedladdad film	1	1	0	0	3	1	0	0	0	2	1
Långfilm på TV	13	14	13	12	14	14	15	10	10	15	13
Någon långfilm (ej bio) ¹	18	19	18	25	24	21	17	11	12	20	18

Biobesök

En genomsnittlig dag går 1 procent av befolkningen på bio, under en vecka går 7 procent på bio och 27 procent gör minst ett biobesök under en genomsnittlig månad. Trots ett ökat tittande på film via dator går ungdomar betydligt oftare på bio än andra grupper. Bland vuxna minskar biobesöken med ökad ålder.

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 2011 är motsvarande siffra 17 procent. Kvinnor och män går i stort sett lika mycket på bio.

När det gäller tittande på långfilm i befolkningen en genomsnittlig dag har televisionen störst betydelse. En sammanlagning 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, bärbar DVD eller internet.

Andel som besöker biograf en genomsnittlig vecka 2011 (procent)

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

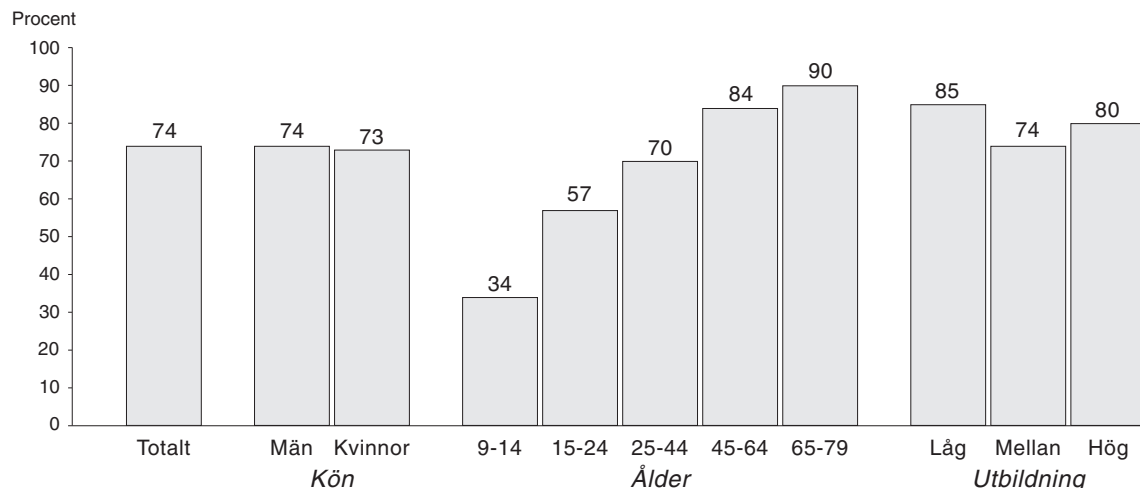
Biobesökaren

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 på biografier.

Anmärkning

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

Dagspressläsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Dagspressläsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1990-2011 (procent)

År	Kön			Ålder					Utbildning		
	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
2010	75	74	76	36	59	72	85	90	83	74	84
2011	74	74	73	34	57	70	84	90	85	74	80

Läser någon dagstidning

Andelen dagstidningsläsare i Sverige en genomsnittlig dag är högre än i flertalet andra länder. Den samlade räckvidden för dagspress har varit relativt stabil under flera år, kring 80 procent, en genomsnittlig dag. De senaste åren kan dock en nedåtgående trend förmärkas, andelen läsare en vanlig dag uppgår 2011 till 74 procent. Läsning av dagstidning är utbredd i alla grupper. Högst är den bland medelålders och äldre med en räckvidd på 84 respektive 90 procent. Lägst är den bland 9 till 14-åringarna, av dessa läser 34 procent en dagstidning en genomsnittlig dag och bland 15 till 24-åringarna är andelen dagstidningsläsare 57 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 2011 (procent)

		%		%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	74	Sysselsättning (16-79 år)	75
	Vuxna 18-79 år	79	Arbetare	82
	Barn/ungdom 9-17 år	40	Tjänstemän	87
Kön	Män 9-79 år	74	Högre tjänstemän/akademiker	79
	Kvinnor 9-79 år	73	Egna företagare	88
			Pensionärer	56
Ålder	Män 18-79 år	79	Studering	69
	Kvinnor 18-79 år	78	Arbetslösa	72
	Pojkar 9-17 år	40	Vuxna i hushållet (18-79 år)	82
	Flickor 9-17 år	39	En person (18 år och äldre)	76
			Två personer (18 år och äldre)	76
Utbildning (16-79 år)	9-14 år	34	Tre eller fler (18 år och äldre)	64
	15-19 år	53	Familj (18-79 år)	64
	20-24 år	62	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	87
	25-34 år	62	Äldre vuxna (45-79 år)	77
	35-44 år	77	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	70
	45-54 år	81	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	70
	55-64 år	87	Hushåll (9-79 år)	74
	65-79 år	90	En person	84
Hemort (9-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	87	Två personer	69
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	82	Tre personer	63
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	76	Fyra personer eller fler	73
	Gymnasial utbildning > 2 år	73	Stockholm	73
	Högskola/universitet ≤ 3 år	79	Malmö	75
	Högskola/universitet > 3 år	81	Göteborg	74
			Större städer	74
			Pendlingskommuner	69
		Glesbygdskommuner	71	
		Varuproducerande kommuner	73	
		Övriga kommuner	73	

Dagspressläsaren

Den samlade dagspressläsningen är överlag hög. Med undantag av barn, unga och studerande understiger inte räckvidden 60 procent i någon grupp.

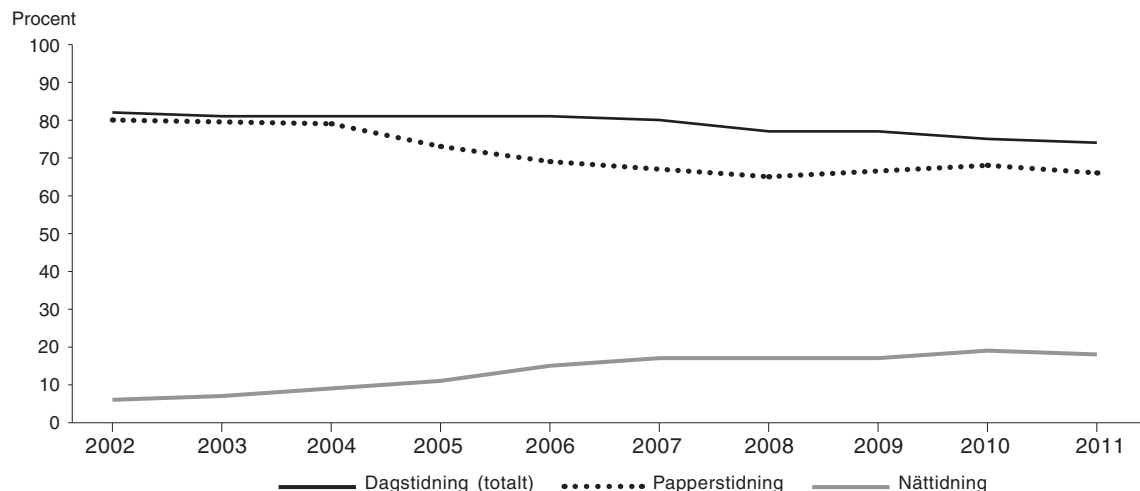
Andelen dagstidningsläsare är över 80 procent bland personer över 45 år, bland 65 till 79-åringarna har 90 procent läst en dagstidning en genomsnittlig dag. Bland högre tjänstemän/akademiker är andelen läsare 87 procent medan motsvarande siffra bland arbetare är 75 procent. Den lägsta andelen återfinns bland de yngsta (34 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.

Dagspress

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2002-2011 (procent)



Dagspressläsare² 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Någon papperstidning	66	65	67	32	46	56	78	87	80	65	71
Någon nättidning ¹	18	21	15	3	19	29	18	12	12	20	24
Digital tidning via app	4	4	3	1	6	5	3	1	2	3	5
Enbart en dagstidning	47	45	48	30	41	43	52	54	56	48	46
Två dagstidningar	20	20	19	3	12	19	24	27	24	19	24
Tre eller fler	7	8	6	0	5	8	8	8	5	6	10
Enbart kvällstidning	9	10	8	6	12	12	8	6	10	11	7
Enbart morgontidning	45	43	48	25	33	38	53	60	53	43	50
Både morgon- och kvällstidning	19	21	18	3	12	21	23	24	22	20	23

Olika typer av dagstidningar

Majoriteten av dagstidningsläsarna läser fortfarande sin dagstidning på papper, 66 procent. Andelen läsare av dagstidning på internet uppgår till 18 procent. Kvinnor läser papperstidning (67 procent) i något högre utsträckning än män (65 procent) medan män oftare tar del av någon tidning på nätet än kvinnor (21 respektive 15 procent). I åldersgruppen 25 till 44 år är det 29 procent som läser dagstidning på nätet en genomsnittlig dag men fortfarande är det även i denna åldersgrupp fler som läser papperstidningen, 56 procent.

Andelen läsare av någon digital tidning via app är 4 procent. Andelen är högst bland ungdomar (6 procent) och bland personer mellan 25 och 44 år samt bland högtutbildade (vardera 5 procent).

Närmare en tredjedel av befolkningen läser minst två dagstidningar, oftast en morgon- och en kvällstidning, en genomsnittlig dag. Att läsa fler än en dagstidning är något vanligare bland män än kvinnor. 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. Att enbart läsa kvällspress är vanligare bland yngre än äldre.

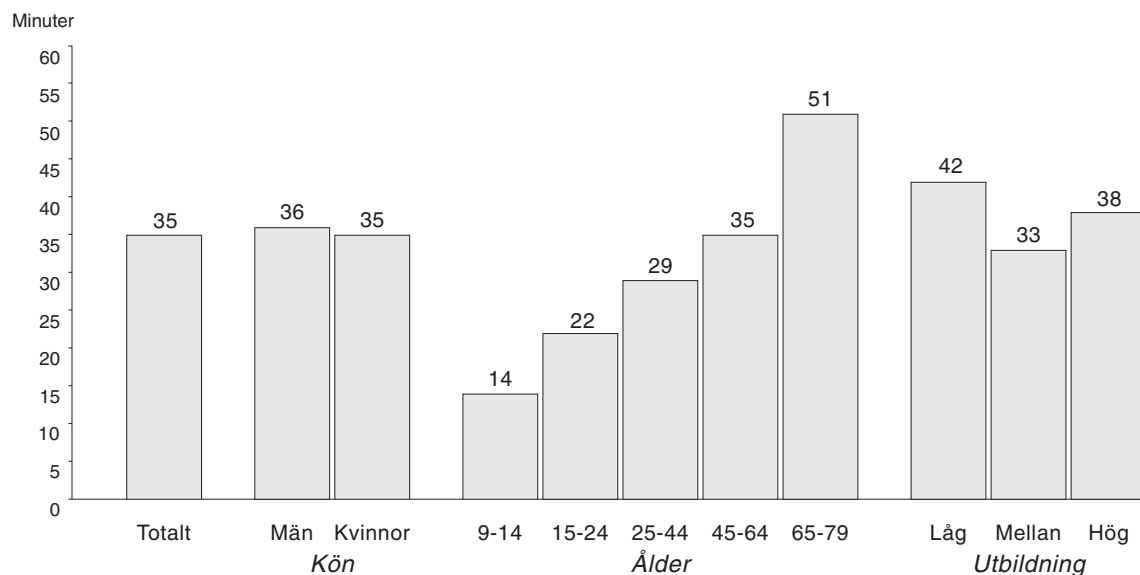
Anmärkning

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.

Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (minuter)



Lästid bland läsare

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

Skillnaderna i lästid är särskilt stora mellan olika åldersgrupper: bland de yngsta och ungdomarna är den 14 respektive 22 minuter 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 2011: Befolkningens medietid*.

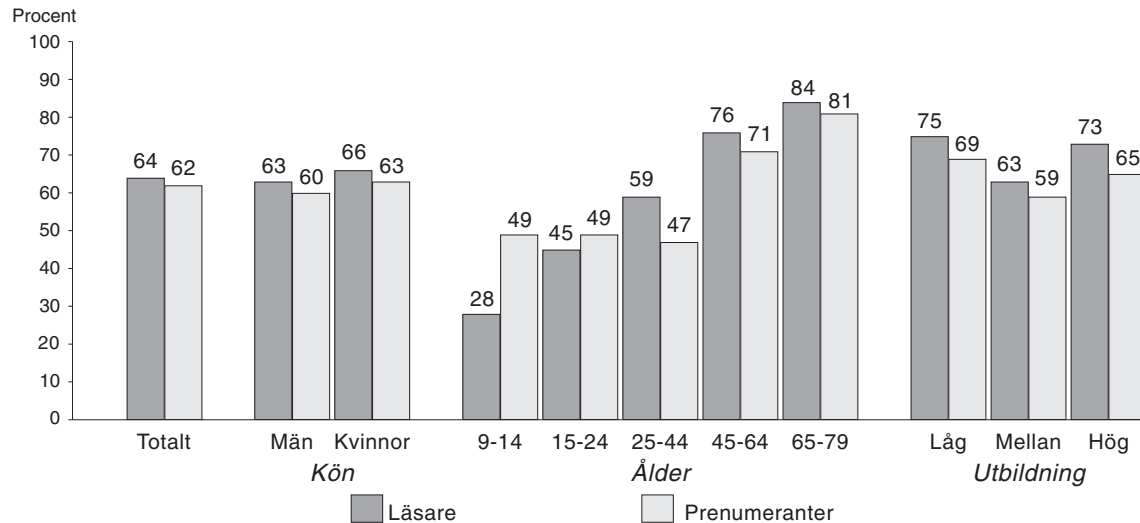
Lästid bland läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1995-2011 (minuter)

År	Kön		Ålder					Utbildning			
	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
2010 ¹	37	38	35	17	21	27	37	54	44	35	39
2011 ¹	35	36	35	14	22	29	35	51	42	33	38

Not

- 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.

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag och andel prenumeranter 2011 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2011 och andel prenumeranter 1999-2011 (procent)

År	Kön			Ålder					Utbildning		
	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
2010	66	65	67	28	48	60	78	84	73	65	76
2011	64	63	66	28	45	59	76	84	75	63	73
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
2010	64	61	67	53	54	47	74	81	71	61	68
2011	62	60	63	49	49	47	71	81	69	59	65

Läser morgontidning

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

64 procent läser någon morgontidning en genomsnittlig dag. Andelen läsare ökar med ålder. Av 9 till 14-åringarna läser 28 procent någon morgontidning en vanlig dag medan motsvarande andel bland de äldsta är 84 procent. Morgontidningsläsning är vanligare bland låg- och högutbildade (75 respektive 73 procent) än bland medelutbildade (63 procent). Det finns inga nämnvärda skillnader mellan män och kvinnor.

En nedgång i morgontidningsläsningen kan noteras under de senaste två decennierna. Nedgången är klart märkbar bland personer under 45 år.

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 2011 är 68 procent.

Not

1. 1995 ingick ej Metro i morgontidningsläsningen.

Morgontidning

Andel som läser en genomsnittlig dag (A) och andelen prenumeranter (B) 2011 (procent)

		A	B			A	B
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	64	62	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	62	52
	Vuxna 18-79 år	70	64		Tjänstemän	71	68
	Barn/ungdom 9-17 år	33	52		Högre tjänstemän/akademiker	82	71
Kön	Män 9-79 år	63	60	Egna företagare	71	66	
	Kvinnor 9-79 år	66	63	Pensionärer	82	80	
				Studierande	46	44	
Ålder	Män 18-79 år	69	62	Arbetslösa	57	50	
	Kvinnor 18-79 år	70	65	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	62	45
	Pojkar 9-17 år	31	50		Två personer (18 år och äldre)	73	70
	Flickor 9-17 år	35	54		Tre eller fler (18 år och äldre)	67	64
Ålder	9-14 år	28	49	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	50	35
	15-19 år	44	58		Äldre vuxna (45-79 år)	80	76
	20-24 år	47	38		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	67	65
	25-34 år	51	32		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	60	53
	35-44 år	65	58	Hushåll (9-79 år)	En person	64	47
	45-54 år	73	66		Två personer	76	73
	55-64 år	78	75		Tre personer	58	59
65-79 år	84	81	Fyra personer eller fler	56	59		
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	77	71	Hemort (9-79 år)	Stockholm	63	56
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	71	65		Malmö	68	59
	Gymnasial utbildning < 2 år	67	63		Göteborg	68	60
	Gymnasial utbildning > 2 år	61	57		Större städer	65	63
	Högskola/universitet < 3 år	71	63		Pendlingskommuner	65	61
	Högskola/universitet > 3 år	75	67		Glesbygdskommuner	63	59
					Varuproducerande kommuner	60	66
			Övriga kommuner	64	65		

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 (28 procent) och ungdomar (44 procent). Högst är andelen läsare bland personer mellan 65 och 79 år (84 procent)

Läsningen av morgonpress är också mer utbredd bland högre tjänstemän/akademiker (82 procent) och bland högutbildade (75 procent) än bland arbetare (62 procent). Men fortfarande läser en övervägande majoritet av den vuxna befolkningen en morgontidning en genomsnittlig dag.

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

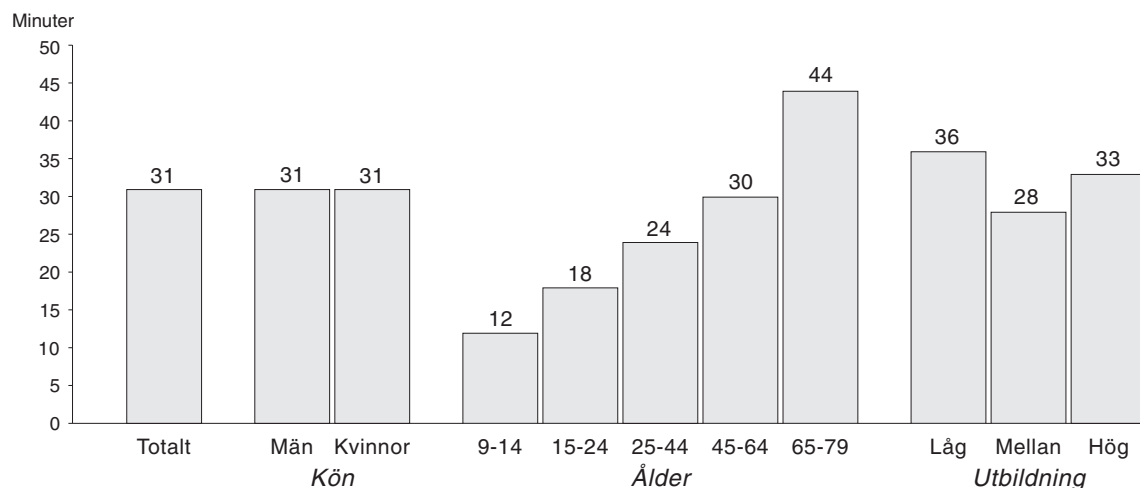
I Stockholm är morgontidningsläsningen något lägre än i övriga storstäder. Även i glesbygdskommuner är morgontidningsläsningen något lägre än för genomsnittet vilket sannolikt beror på skillnader i utgivningstäthet mellan storstädernas och glesbygdens lokaltidningar.

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 2011 är 68 procent.

Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (minuter)



Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1980-2011 (minuter)

År	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
1997	29	30	29	16	19	24	32	45	31	28	33
1999	29	30	29	17	19	24	32	43	33	27	33
2001	30	32	29	16	19	24	32	49	37	27	32
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
2010 ¹	31	31	31	17	18	23	30	46	36	29	33
2011 ¹	31	31	31	12	18	24	30	44	36	28	33
<i>Varav lästid bland läsare av tidningen på internet</i>											
2009	17	18	16	- ²	- ²	15	19	- ²	- ²	18	17
2010	17	18	15	- ²	- ²	15	17	- ²	- ²	12	18
2011	18	20	16	- ²	- ²	16	21	- ²	- ²	17	19

Lästid bland läsarna

Den genomsnittliga lästiden bland morgontidningsläsarna är 31 minuter. Män och kvinnor läser tidningen lika länge. De unga läsarna ägnar tidningen betydligt kortare tid 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 prenumerationsbar 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*).

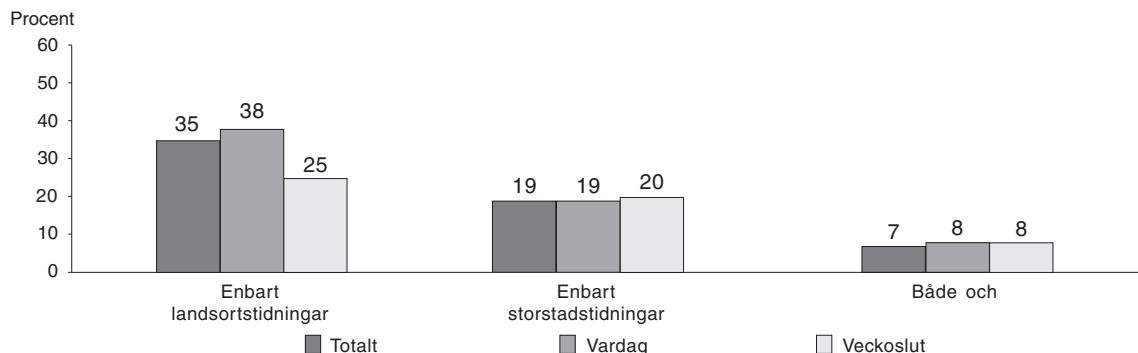
Tabellen redovisar genomsnittlig lästid bland dem som läst morgontidningen en genomsnittlig dag.

Not

- 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.
- Antalet svarspersoner är mycket lågt och siffran redovisas ej.

Morgontidning

Läsare 9-79 år en genomsnittlig vardag/veckoslut 2011 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2011 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Enbart papperstidning	58	55	60	28	40	48	68	79	70	57	62
Enbart nättidning ¹	3	4	3	0	3	6	3	2	3	3	5
Både nät- och papperstidning	3	4	3	0	2	4	5	3	1	3	6
Digital tidning via app	1	1	1	0	2	2	2	0	0	1	2
Enbart en morgontidning	55	53	56	27	40	50	64	69	65	55	58
Två morgontidningar	8	8	8	1	4	7	10	13	9	6	12
Tre eller fler	2	2	1	-	1	2	2	2	1	1	3
Enbart landsortstidningar	35	33	36	16	22	28	43	47	51	38	30
Enbart storstadstidningar	19	19	19	8	14	22	21	23	14	16	29
Både och	8	8	8	1	4	6	10	12	6	6	12
Mindre än ¼ tim	15	16	15	21	23	19	14	7	10	16	15
¼-½ tim	27	25	28	7	18	27	37	27	31	28	30
½-1 tim	17	17	17	-	4	12	20	35	26	15	21
1-2 tim	5	5	5	-	1	1	5	14	7	3	7
Mer än 2 tim	0	0	0	-	0	0	0	1	0	0	1
Genomsnittlig vecka	84	83	85	56	73	82	91	94	88	85	89

Läsning av morgontidning

Andelen läsare av en morgontidning på papper har minskat från 72 procent år 2002 till 61 procent 2011. Läsning av någon morgontidning på internet en genomsnittlig dag ligger fortsatt på en relativt låg nivå (6 procent). Andelen läsare är högst bland 25 till 44-åringar (10 procent) och högutbildade (11 procent). En procent läser morgontidning via app.

10 procent läser mer än en morgontidning. Andelen är störst bland högutbildade, där 15 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. 44 procent av befolkningen läser minst en landsortstidning en genomsnittlig dag medan motsvarande andel för storstadsmorgonpressen är 27 procent. Om vi beaktar att de flesta landsortstidningar inte ges ut på söndagar och utgår från vardagsläsningen ökar andelen för landsortspressen till 46 procent.

Drygt 40 procent av befolkningen ägnar som mest 30 minuter åt morgontidningar en genomsnittlig dag och omkring 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, 84 procent, läser minst en morgontidning en genomsnittlig vecka. Bland 9 till 14-åringar är 55 procent "veckoläsare". Både totalt och i de flesta grupper handlar det om 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.

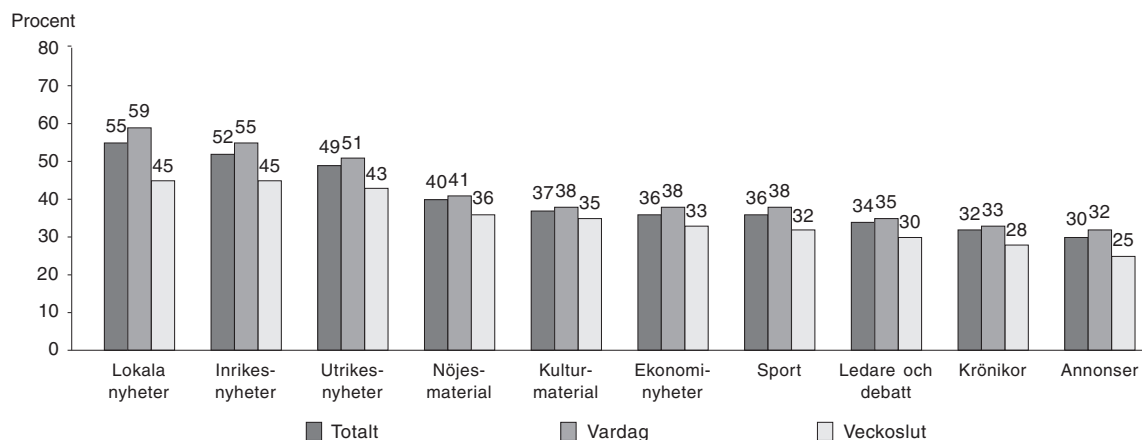
Med storstadstidning avses tidning utgiven i Stockholm, Göteborg eller Malmö och med landsortstidning avses tidningar med annan utgivningsort.

Not

1. Nättidning inkluderar även digital tidning via app.

Morgontidning

Läsare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig vardag/veckoslut 2011:
innehållskategorier (procent)



Läsare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2011:
innehållskategorier (procent)

Genomsnittlig dag	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Lokala nyheter	55	52	58	17	32	48	68	77	69	54	62
Inrikesnyheter	52	49	54	12	30	46	63	74	63	50	62
Utrikesnyheter	49	47	51	10	26	44	61	71	59	46	60
Nöjesmaterial	40	34	44	16	24	34	48	54	46	39	46
Kulturmaterial	37	32	43	8	19	31	48	55	42	36	47
Ekonominyheter	36	37	36	5	14	29	47	59	45	35	45
Sport	36	44	28	16	25	32	43	47	45	36	38
Ledare och debatt	34	32	35	5	15	25	43	57	42	31	43
Krönikor	32	28	36	5	15	24	40	51	40	31	38
Annonser	30	26	33	5	13	26	37	45	40	29	34

Läsning av morgontidningsinnehåll

Det mest lästa innehållet i morgontidningarna är lokalityheter (55 procent), inrikesnyheter (52 procent) och utrikesnyheter (49 procent). Nöje, kultur, ekonomi, sport, ledare och annonser i morgontidningar läses av ca 30 till 40 procent av befolkningen. Läsningen är oavsett innehållskategori generellt högre på vardagar än på veckoslut vilket speglar den större morgonpressläsningen under arbetsveckan och morgontidningarnas olika utgivningsfrekvens. Genom att läsningen av landsortspres är större på vardagar kommer innehållstyper som är attraktiva i landsortstidningar att spela en större roll, t ex lokala nyheter och nöjesmaterial.

Läsningen av i stort sett alla typer av innehåll ökar med ålder. För lokalityheter är skillnaden mellan de yngsta (17 procent) och de äldsta (77 procent) särskilt stor, i fråga om sport är skillnaden något mindre (25 respektive 47 procent). Sport (män) och kultur, nöje, krönikor och annonser (kvinnor) uppvisar störst könsskillnader.

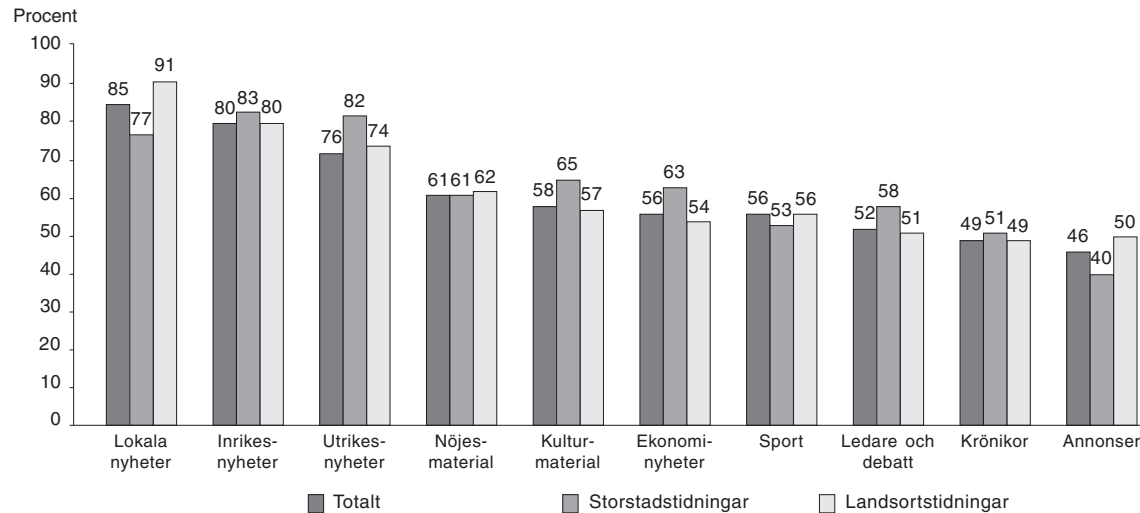
Anmärkning

Med morgontidning avses alla morgonutgivna tidningar som utkommer minst en gång per vecka, vilket inkluderar både prenumerationsbar storstads- och landsortspres 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 9-79 år* en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Läsare av olika innehållskategorier *bland läsare 9-79 år* en genomsnittlig dag 2011 (procent)

	Totalt	Storstadstidningar	Landsortstidningar	Enbart läst morgontidning på papper	Enbart läst morgontidning på internet
<i>Genomsnittlig dag</i>					
Lokala nyheter	85	77	91	86	75
Inrikesnyheter	80	83	80	81	72
Utrikesnyheter	76	82	74	77	71
Nöjesmaterial	61	61	62	63	42
Kulturmateriäl	58	65	57	59	40
Ekonominyheter	56	63	54	58	43
Sport	56	53	56	57	46
Ledare och debatt	52	58	51	54	35
Krönikor	49	51	49	51	30
Annonser	46	40	50	47	27

Morgontidningsinnehåll bland läsare

Det mest lästa innehållet bland morgontidningarnas läsare är nyheter. Det gäller främst de lokala nyheterna (85 procent) men även inrikes- och utrikesnyheter med 80 respektive 76 procent. Nöje och kultur ligger något lägre men läses ändå av omkring 60 procent av läsarna en genomsnittlig dag.

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.

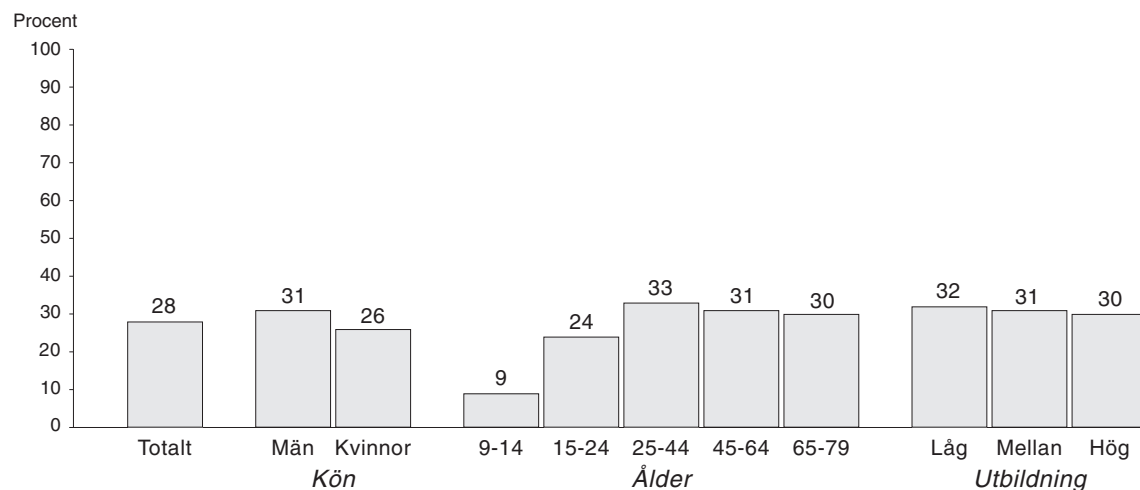
Bland dem som enbart läst morgontidning på papper läses samtliga innehållskategorier i större omfattning jämfört med de som enbart har läst på nätet. Resultatet speglar sannolikt nättidningens och papperstidningens olika funktioner.

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.

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Läser kvällstidning

28 procent av befolkningen läser en kvällstidning en genomsnittlig dag. Andelen har legat på i stort sett samma nivå sedan mitten av 1990-talet. Andelen läsare är något högre bland män än kvinnor. De medelålders läser i något större utsträckning än andra åldersgrupper. Skillnader mellan olika utbildningsgrupper är marginella.

Anmärkning

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

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2011 (procent)

År	Kön			Ålder					Utbildning		
	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
2010	31	33	30	11	26	35	36	34	35	35	33
2011	28	31	26	9	24	33	31	30	32	31	30

Kvällstidning

Andel som läser en genomsnittlig dag 2011 (procent)

		%			%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	28	Syssetsättning (16-79 år)	Arbetare	34
	Vuxna 18-79 år	31		Tjänstemän	35
	Barn/ungdom 9-17 år	12		Högre tjänstemän/akademiker	29
Kön	Män 9-79 år	31	Egna företagare	32	
		Kvinnor 9-79 år	26	Pensionärer	31
	Män 18-79 år	34	Studering	22	
		Kvinnor 18-79 år	28	Arbetslösa	34
	Pojkar 9-17 år	13	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	28
	Flickor 9-17 år	10		Två personer (18 år och äldre)	32
				Tre eller fler (18 år och äldre)	31
Ålder	9-14 år	9	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	32
	15-19 år	19		Äldre vuxna (45-79 år)	30
	20-24 år	30		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	32
	25-34 år	32		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	30
	35-44 år	34	Hushåll (9-79 år)	En person	28
	45-54 år	29		Två personer	31
	55-64 år	33		Tre personer	30
65-79 år	30	Fyra personer eller fler		24	
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	30	Hemort (9-79 år)	Stockholm	29
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	35		Malmö	21
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	29		Göteborg	24
	Gymnasial utbildning > 2 år	32		Större städer	29
	Högskola/universitet ≤ 3 år	32		Pendlingskommuner	28
	Högskola/universitet > 3 år	29		Glesbygdskommuner	21
			Varuproducerande kommuner	29	
			Övriga kommuner	31	

Kvällstidningsläsaren

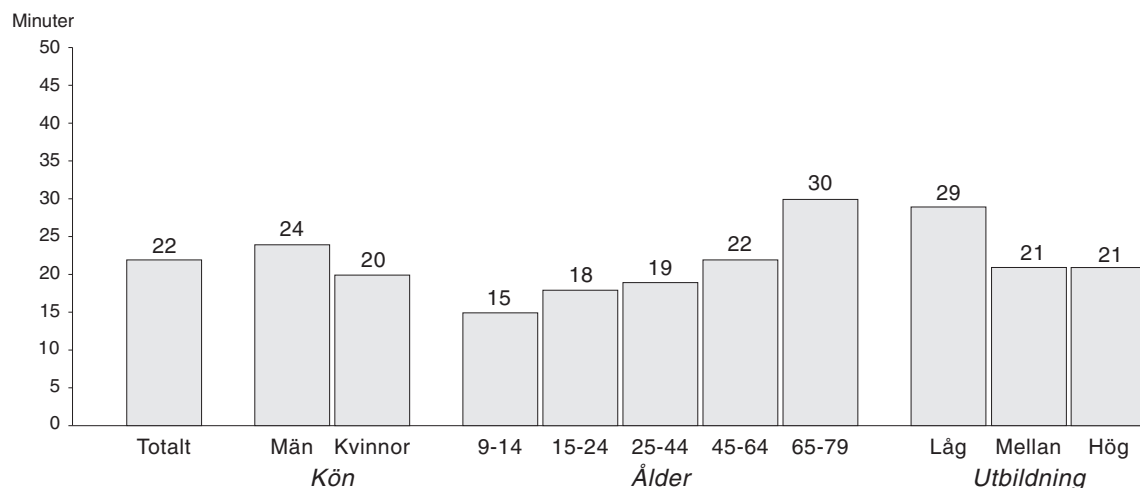
Kvällspressens räckvidd varierar mellan olika grupper. Män läser något mer än kvinnor. Tjänstemän och arbetare skiljer ut sig genom högre andelar läsare. De historiskt klara ålderskillnaderna i kvällstidningsläsningen är inte längre lika tydliga. Andelen läsare är dock relativt låg bland barn och ungdomar.

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.

Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (minuter)



Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1980-2011 (minuter)

År	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
2010 ¹	23	24	21	14	16	17	23	32	29	22	22
2011 ¹	22	24	20	15	18	19	22	30	29	21	21
Varav lästid bland läsare av tidningen på internet											
2009	18	19	17	— ²	18	18	17	22 ³	20 ³	17	19
2010	17	17	15	— ²	14	14	17	22 ³	20 ³	16	15
2011	16	17	16	— ²	16	17	15	20 ³	18	16	17

Lästid bland läsarna

Den genomsnittlige läsaren ägnar 22 minuter åt kvällspress. 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).

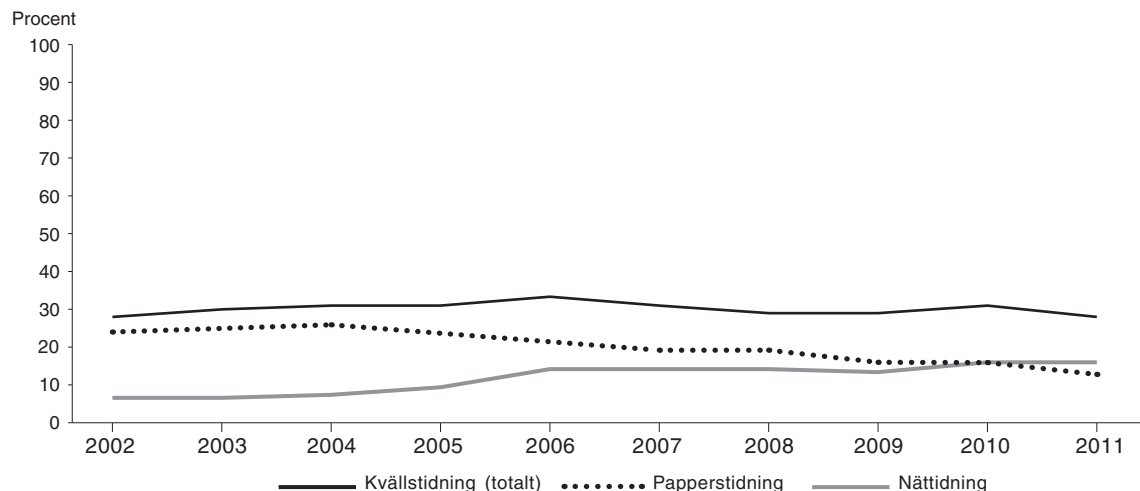
Tabellen redovisar genomsnittlig lästid bland dem som läst morgontidning en genomsnittlig dag.

Not

- 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.
- Siffran redovisas ej då antalet svarspersoner är mycket lågt.
- Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffran bör tolkas med försiktighet

Kvällstidning

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2002-2011 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Enbart papperstidning	12	12	12	6	5	7	16	21	21	12	11
Enbart nättidning ¹	15	17	12	3	18	24	13	9	9	16	19
Både nät- och papperstidning	1	2	1	0	2	2	2	1	2	2	1
Digital tidning via app	3	3	2	1	4	5	2	1	1	3	3
Enbart en kvällstidning	24	26	22	8	21	26	26	26	28	26	24
Två eller fler kvällstidningar	5	6	3	–	3	6	5	4	4	4	6
Mindre än ¼ tim	12	12	11	5	12	16	12	6	7	13	13
¼-½ tim	12	12	11	3	9	11	14	13	14	12	12
½-1 tim	5	6	4	0	3	4	5	9	9	5	5
Mer än 1 tim	1	0	0	–	1	1	1	2	2	1	1
<i>Genomsnittlig vecka</i>	53	56	49	30	47	57	59	52	55	58	54

Läsning av kvällstidning

Den relativt stabila räckvidden för kvällstidningar förklaras sannolikt av läsningen på nätet. Idag spelar internet en avgörande roll för kvällstidningarnas räckvidd. Mer än varannan kvällstidningsläsare tar del av tidningen i elektronisk form. En genomsnittlig dag tar 16 procent av befolkningen del av kvällstidningen på internet – 15 procent läser tidningen enbart på nätet och det är främst 25 till 44-åringarna (24 procent). Andelen som enbart tar del av kvällstidning på internet har ökat från 5 procent 2002 till 16 procent 2011. 3 procent har tagit del av en kvällstidning via app. I åldersgruppen 25 till 44 år har 5 procent läst en kvällstidning via app en genomsnittlig dag.

53 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; 5 procent av befolkningen läser dock mer än en kvällstidning en genomsnittlig dag.

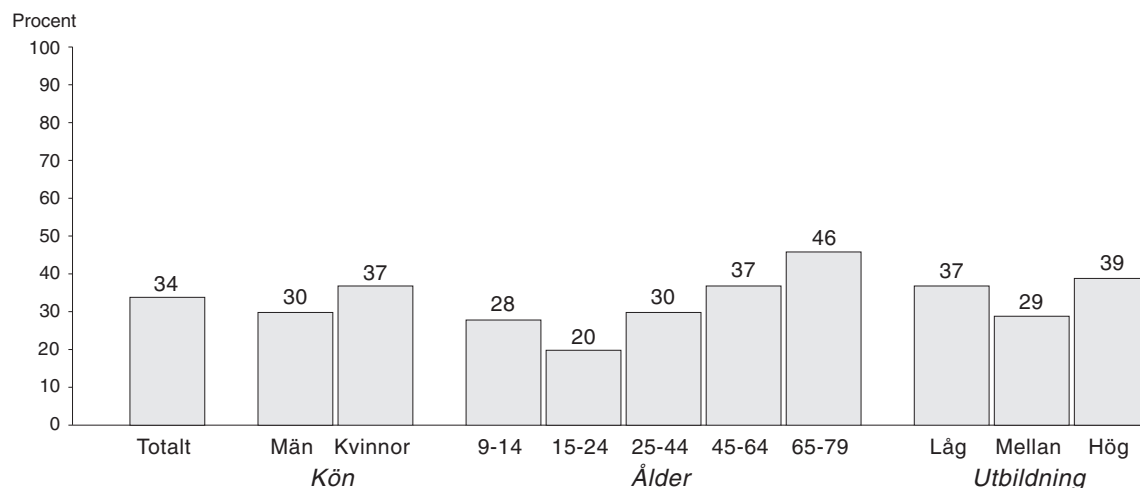
Anmärkning

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.

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1994-2011 (procent)

År	Kön		Ålder					Utbildning			
	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
2000	54	52	56	42	44	51	59	61	56	52	62
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

Läser tidskrift på internet

2	3	1	0	2	3	1	1	0	2	3
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Läser tidskrifter

34 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 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 30 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.

Andel som läser en genomsnittlig dag 2011 (procent)

Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	34	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	28
	Vuxna 18-79 år	35		Tjänstemän	37
	Barn/ungdom 9-17 år	25		Högre tjänstemän/akademiker	41
Kön	Män 9-79 år	30	Egna företagare	37	
	Kvinnor 9-79 år	37	Pensionärer	44	
	Män 18-79 år	31	Studera	22	
	Kvinnor 18-79 år	39	Arbetslösa	29	
	Pojkar 9-17 år	22	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	34
	Flickor 9-17 år	29		Två personer (18 år och äldre)	38
Ålder	9-14 år	28		Tre eller fler (18 år och äldre)	26
	15-19 år	18	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	25
	20-24 år	22		Äldre vuxna (45-79 år)	42
	25-34 år	27		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	28
	35-44 år	33		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	32
	45-54 år	34	Hushåll (9-79 år)	En person	35
	55-64 år	41		Två personer	41
65-79 år	46	Tre personer		28	
		Fyra personer eller fler		28	
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	38	Hemort (9-79 år)	Stockholm	30
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	35		Malmö	35
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	31		Göteborg	35
	Gymnasial utbildning > 2 år	29		Större städer	35
	Högskola/universitet ≤ 3 år	37		Pendlingskommuner	33
	Högskola/universitet > 3 år	41		Glesbygdskommuner	36
			Varuproducerande kommuner	34	
			Övriga kommuner	34	

Tidskriftsläsaren

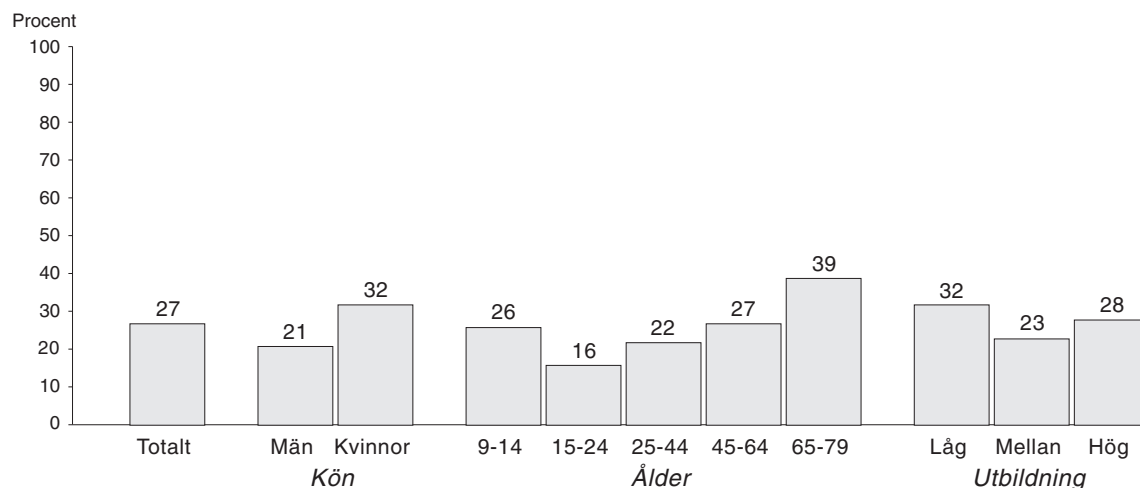
Tidskriftsläsningen en genomsnittlig dag är högst bland personer mellan 65 och 79 år (46 procent). Andra grupper med förhållandevis hög tidskriftsläsning är högre tjänstemän/akademiker (41 procent) och kvinnor 18 till 79 år (39 procent). Lägsta andelen läsare av tidskrifter noteras bland ungdomar, 15 till 19 år, 18 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-/facktidningar. Med vecko-/månadstidningar avses såväl den traditionella veckopressen, herrtidningar och ungdomstidningar som populärtidskrifter inriktade på ett eller några specialintressen hos läsaren. Med special-/facktidningar avses såväl facktidningar inriktade på fack- och yrkesområden som organisationsutgivna specialtidningar. Innefattar fr o m 2008 både tryckt version och internetversion.

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1981-2011 (procent)

År	Kön		Ålder					Utbildning			
	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
2010	27	20	32	25	15	22	30	35	31	25	28
2011	27	21	32	26	16	22	27	39	32	23	28

Läser vecko-/månadstidning på internet

1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Läser vecko- och månadstidningar

Vecko- och månadstidningar är den mest lästa delen av den totala tidskriftsmarknaden. 27 procent av befolkningen läser någon vecko- eller månadstidning en genomsnittlig dag. Äldre, lågutbildade och kvinnor uppvisar högst andelar; 39 procent av de äldsta, 32 procent av lågutbildade respektive kvinnor 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 intervju 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 2011 (procent)

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

Vecko-/månadstidningsläsaren

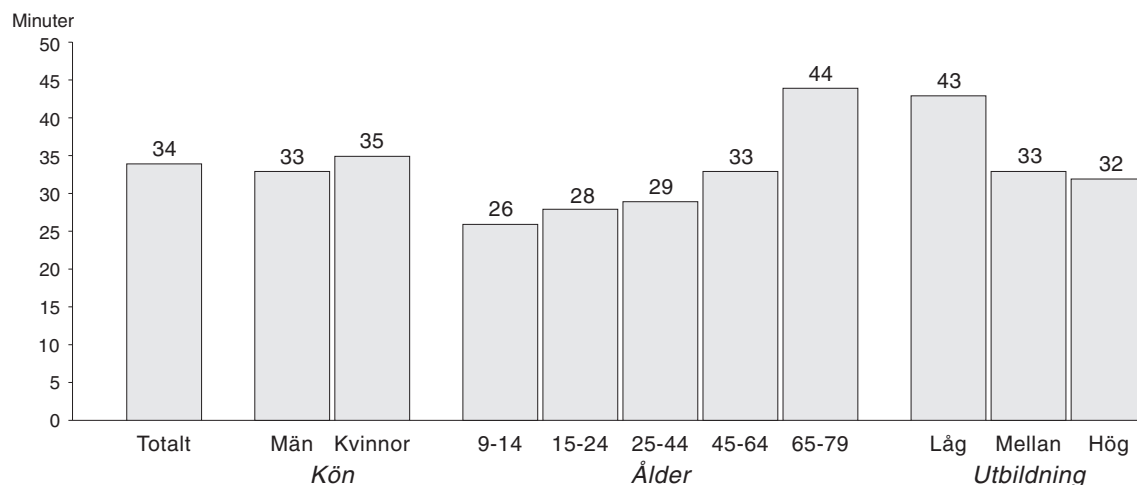
Vecko- och månadstidningarna uppvisar en högre räckvidd för grupperna kvinnor och äldre. Bland vuxna kvinnor läser 33 procent någon vecko- eller månadstidning en genomsnittlig dag och i den äldsta gruppen, 65 till 79 år, är andelen läsare 39 procent. Andelen läsare bland män är relativt låg (21 procent).

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.

Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (minuter)



Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2011 (minuter)

År	Kön		Ålder					Utbildning			
	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
2010	35	32	36	26	26	29	33	46	45	34	33
2011	34	33	35	26	28	29	33	44	43	33	32

Lästid bland läsarna

Läsarna avsätter i genomsnitt 34 minuter åt vecko-/månadspress under en genomsnittlig dag. Lästiden är längre bland pensionärerna (44 minuter), men i övrigt är ålderskillnaderna 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.

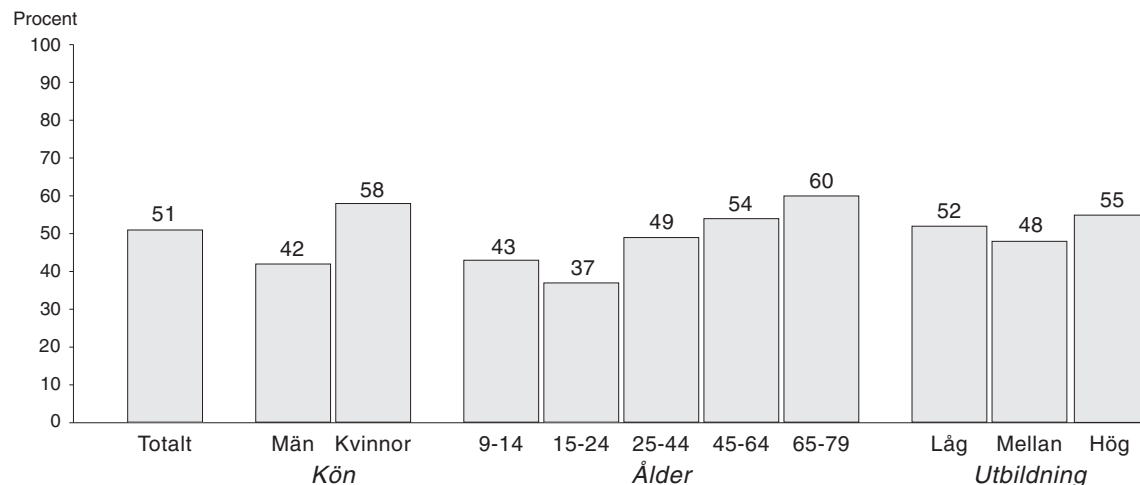
Observera att tabellen enbart baseras på dem som läst en genomsnittlig dag, vilket innebär att antalet svarspersoner är relativt litet och att siffrorna därför bör tolkas med försiktighet.

Noter

- 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.
- 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 2011 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2011 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder				Utbildning			
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig dag</i>											
Enbart en vecko-/månadstidning	22	17	27	24	14	18	23	32	28	19	23
Två vecko-/månadstidningar	3	3	4	1	1	3	4	5	4	4	4
Tre eller fler	1	1	1	1	–	1	1	1	1	1	1
Mindre än ½ tim	14	12	15	17	10	13	15	15	13	12	15
½-1 tim	10	6	13	8	5	7	10	18	15	9	9
1-2 tim	2	1	2	–	–	1	2	4	3	1	2
Mer än 2 tim	0	0	1	0	–	–	0	1	1	0	–
<i>Genomsnittlig vecka</i>	51	42	58	43	37	49	54	60	52	48	55
<i>Genomsnittlig månad</i>	75	67	83	68	68	78	77	79	71	73	81

Läsning av vecko- och månadstidningar

Drygt 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, 58 procent, som läser vecko- och månadstidningar än män, 42 procent. Äldre, 60 procent, är flitigare läsare än barn och unga, 43 respektive 37 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 12 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.

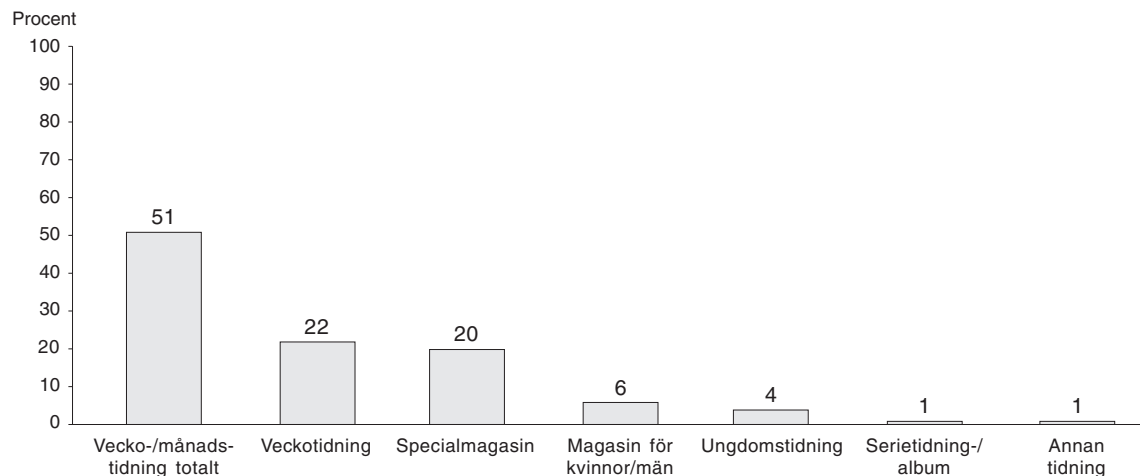
Andelen som någon gång per månad läser någon vecko- eller månadstidning ligger i flertalet grupper över 70 procent. Undantaget är männen (67 procent) och barn och ungdomar (68 procent). Högst är andelen bland kvinnor (83 procent).

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 2011 (procent)



Läsare av olika vecko-/månadstidningar 9-79 år en genomsnittlig vecka 2011 (procent)

Typ av tidning	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Specialmagasin ¹	26	27	24	9	20	34	28	25	19	25	36
Veckotidning ²	22	12	31	6	10	16	26	37	35	22	20
Ungdomstidning ³	4	1	6	21	8	2	1	–	1	2	1
Serietidning-/album	1	2	–	7	1	1	–	–	–	–	–
Annan tidning	1	1	1	–	2	1	1	1	–	1	1

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.

Läsning av olika vecko-/månadstidningar

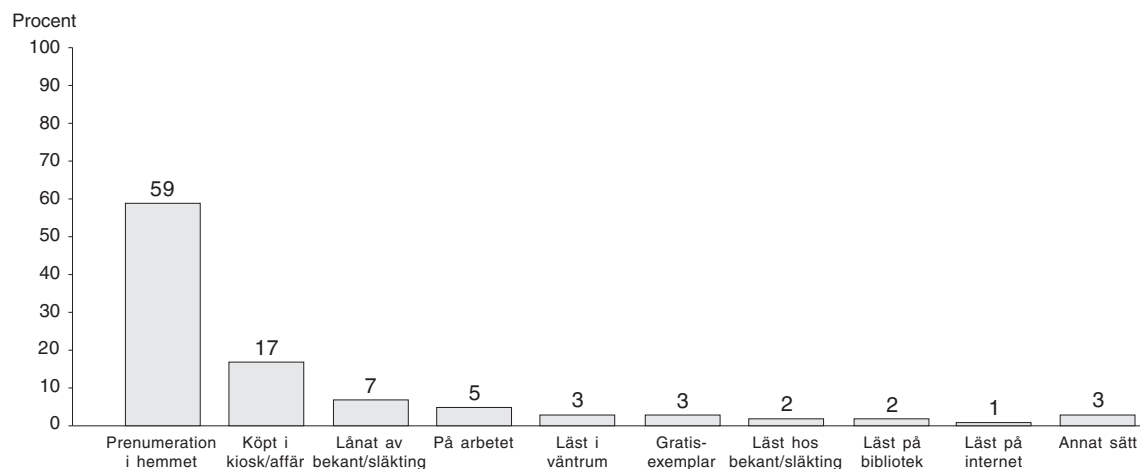
Det som kallas veckopress har traditionellt dominerats av familje- och damtidningar. Under 1980- och 1990-talen utökades denna genre med magasin/specialmagasin, ofta på månatlig basis, inriktade på olika ämnesområden som barn, kvinnor, män, mat, heminredning, mode, datorer, fiske, motorer etc. Denna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

26 procent av befolkningen har läst specialmagasin en genomsnittlig vecka och något färre, 22 procent, har läst veckotidning. Läsning av veckotidningar är betydligt högre bland kvinnor, 31 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 i åldersgruppen 25 till 44 år och högutbildade som är överrepresenterade bland läsarna.

Serie- och ungdomstidningarna når ungefär en fjärdedel av barnen en genomsnittlig vecka.

Vecko-/månadstidning

Anskaffning av vecko-/månadstidningar bland dem som läst någon vecko-/månadstidning 9-79 år den senaste veckan 2011 (procent)



Anskaffning av vecko-/månadstidningar bland dem som läst någon vecko-/månadstidning 9-79 år den senaste veckan 2011 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Anskaffning bland läsare</i>											
Prenumeration i hemmet	59	61	58	53	37	49	64	75	69	54	62
Köpt i kiosk/affär	17	14	19	29	32	19	14	10	15	18	13
Lånat av bekant/släkting	7	6	7	5	8	8	6	6	8	8	6
På arbetet	5	4	5	–	4	8	6	1	2	6	6
Läst i väntrum	3	2	3	1	2	4	3	2	1	4	3
Gratisexemplar	3	3	2	1	4	5	2	1	1	3	3
Läst hos bekant/släkting	2	2	2	1	3	2	1	1	2	1	2
Läst på bibliotek	2	2	1	2	3	1	1	2	1	1	2
Internet	1	2	–	1	1	2	–	–	–	1	1
Annat sätt	3	3	2	5	5	3	2	1	1	2	3

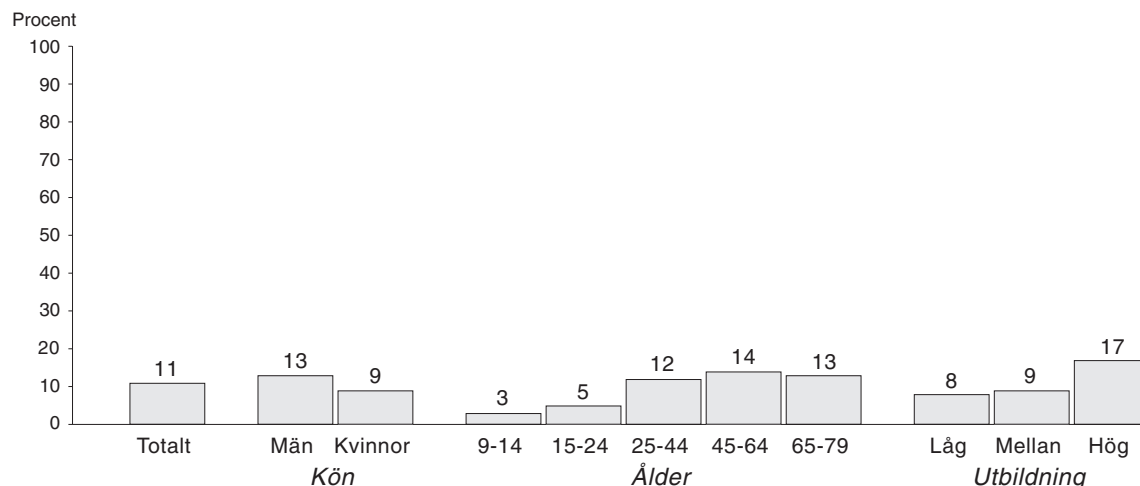
Anskaffning

Flertalet läsare av vecko-/månadstidningar prenumererar på en tidning (59 procent) eller köper den i en kiosk/affär (17 procent). Det är framför allt mellan olika åldergrupper som skillnader syns mellan prenumeration och lösnummerköp. Prenumeration är klart vanligare bland pensionärer (75 procent) och dem som är 45 till 64 år (64 procent). I dessa grupper är andelen lösnummerköpare endast 10 respektive 14 procent. I åldersgruppen 15 till 24 år är andelarna relativt jämna mellan lösnummerköpare och prenumeranter (37 respektive 32 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-/månadstidning som lånats av en bekant eller släkting är 7 procent medan 5 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.

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1981-2011 (procent)

År	Kön			Ålder					Utbildning		
	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
2010 ¹	11	13	9	4	5	12	16	12	7	9	18
2011 ¹	11	13	9	3	5	12	14	13	8	9	17

Läser special-/facktidskrift på internet

År	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
2011 ¹	1	2	1	0	1	2	1	1	0	1	2

Läser special- och facktidskrifter

11 procent av befolkningen läser en genomsnittlig dag någon special- eller facktidskrift. Läsningsen 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 8 procent bland de lågutbildade.

En påfallande nedgång i läsningsen under det senaste decenniet kan noteras och det är främst medel- och högutbildades läsnings 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 läsningsen 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 2011 (procent)

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

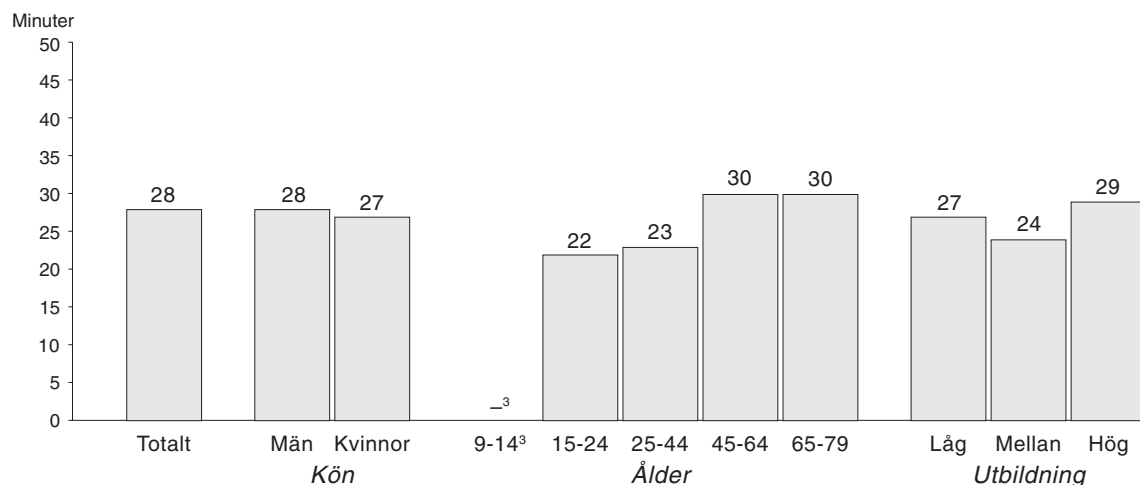
Special- och fack- tidskriftsläsaren

Såväl utbildning och ålder som kön och sociala faktorer inverkar på benägenheten att läsa special- och facktidskrifter. Bland yrkesverksamma är andelen läsare större än i andra grupper. Detta torde ha att göra med att facktidskrifter normalt är knutna till yrkesverksamhet. Störst andel läsare finner vi bland högre tjänstemän och egna företagare, 20 procent, medan andelen bland arbetare och studerande är 8 respektive 10 procent.

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.

Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (minuter)



Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2011 (minuter)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		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
2010 ²	29	30	28	3	21	25	30	33	31	27	30
2011 ²	28	28	27	3	22	23	30	30	27	24	29

Lästid bland läsarna

Den som läser special- och facktidskrifter avsätter i genomsnitt 28 minuter åt dessa under en genomsnittlig 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.

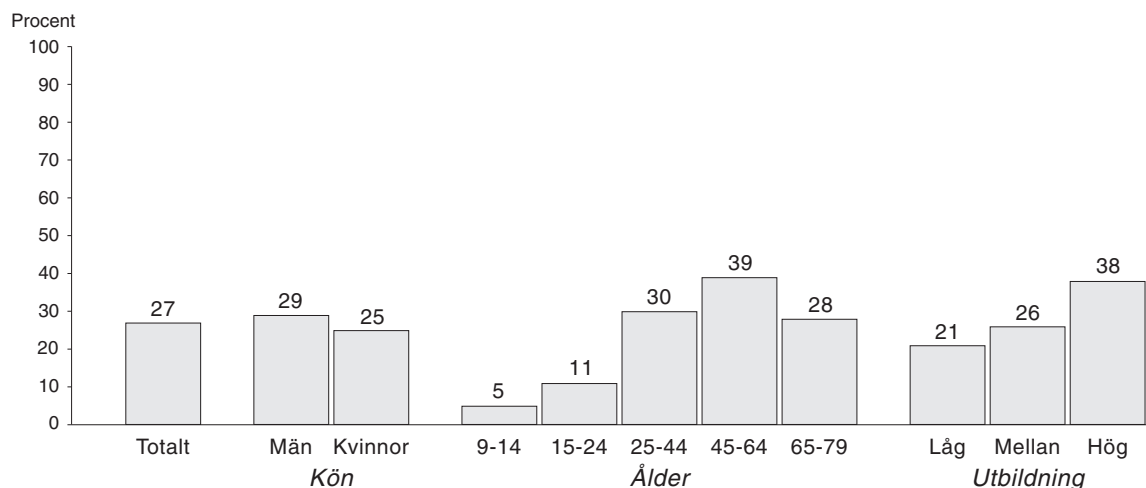
Observera att tabellen enbart baseras på dem som läst en genomsnittlig dag, vilket innebär att antalet svarspersoner är relativt litet och att siffrorna därför bör tolkas med försiktighet.

Noter

- 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.
- 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.
- Siffran redovisas inte då antalet svarspersoner är mycket lågt.

Special-/facktidskrift

Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2011 (procent)



Läsning 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2011 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig dag</i>											
Enbart en special-/facktidskrift	10	11	9	2	5	10	13	11	7	8	15
Två eller fler special-/facktidskrifter	1	2	–	–	–	2	2	1	1	1	2
Mindre än ½ tim	7	9	6	1	4	10	9	7	5	7	11
½-1 tim	3	3	2	1	1	2	4	5	3	2	4
1-2 tim	1	1	–	–	–	–	1	1	0	–	1
Mer än 2 tim	0	0	–	–	–	–	–	0	–	–	0
<i>Genomsnittlig vecka</i>	27	29	25	5	11	30	39	28	21	26	38
<i>Genomsnittlig månad</i>	52	54	50	19	36	60	67	49	43	51	68

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 högt utbildade är andelen "veckoläsare" 39 respektive 38 procent.

Flertalet special- och tidskriftsläsare tittar i enbart en tidskrift en genomsnittlig dag. 7 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 52 procent. Variationerna mellan olika grupper är stora – från 19 procent i åldersgruppen 9 till 14 år till 68 procent bland de högt utbildade.

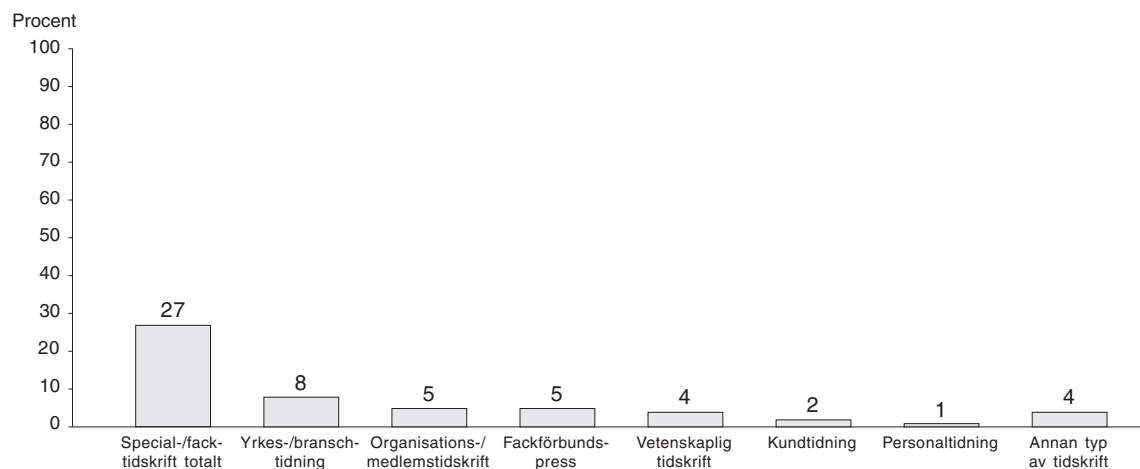
Anmärkning

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 2011 (procent)



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.

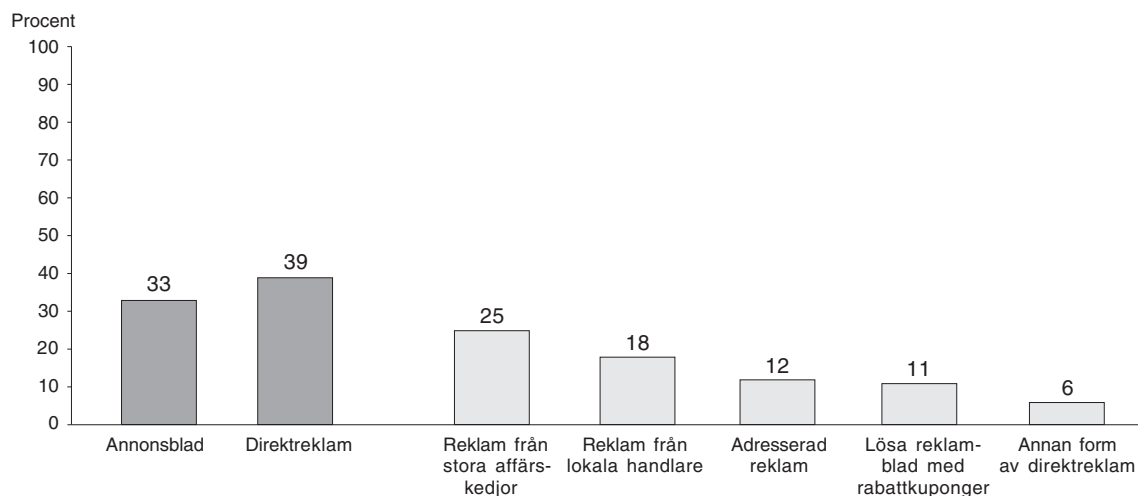
Bland högutbildade är räckvidden för yrkes-/branschtidningarna klart störst (12 procent). Även organisations- och medlemstidskrifter, fackförbundstidningar och vetenskapliga tidskrifter läses i något högre omfattning bland högutbildade.

Läsare av olika special-/facktidskrifter 9-79 år en genomsnittlig vecka 2011 (procent)

Typ av tidskrift	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Yrkes-/branschtidning	8	10	6	–	2	11	11	7	4	8	12
Organisations-/medlemstidskrift	5	5	5	–	1	5	8	6	4	5	7
Fackförbundstidning	5	5	6	–	1	5	9	5	5	4	9
Vetenskaplig tidskrift	4	5	4	1	3	5	5	5	3	3	7
Kundtidning	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2
Personaltidning	1	1	1	–	1	1	1	1	–	1	2
Annan typ av tidskrift	4	5	3	1	2	4	6	4	4	4	5

Annonsblad/direktreklam

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Annonsblad (lokalt)	33	32	34	17	23	31	37	43	39	35	34
Direktreklam	39	37	41	28	29	38	42	49	47	41	39
Reklam från stora affärskedjor	25	23	27	15	16	22	29	33	31	27	24
Reklam från lokala handlare	18	16	19	6	9	17	21	26	26	20	17
Adresserad reklam	12	12	12	9	12	12	12	13	11	13	13
Lösa reklamblad med rabattkuponger	11	10	12	7	9	11	11	14	12	12	11
Annan form av direktreklam	6	6	6	2	4	6	6	7	8	6	5

Läser annonsblad/direktreklam

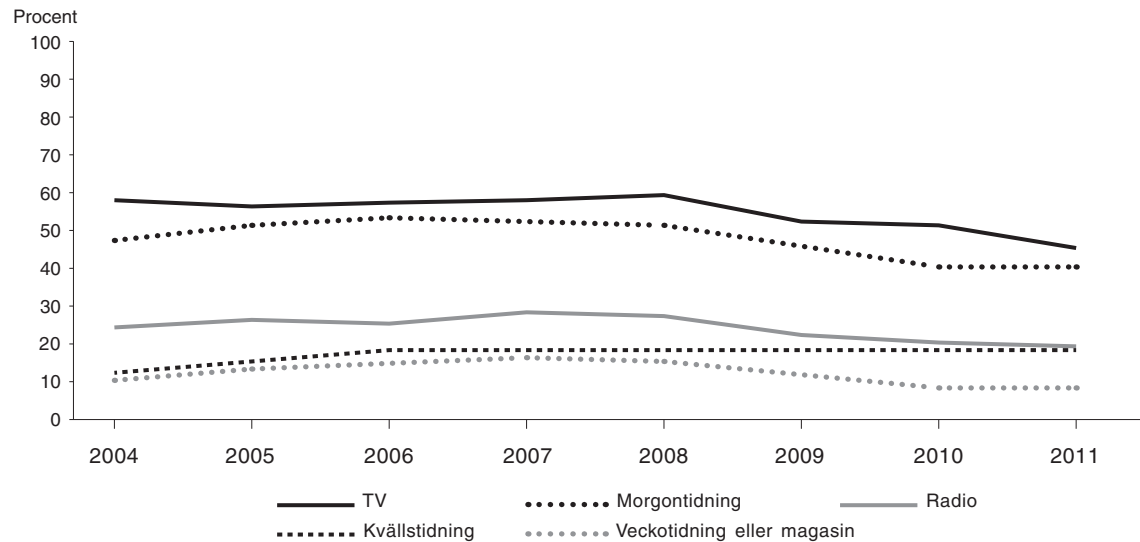
Befolkningens läsning av annonsblad och andra reklammedier är svårbedömd, eftersom området är mycket heterogent och kategorierna inte alltid entydiga. I den gruppering som gjorts dominerar direktreklam (39 procent) tillsammans med lokala annonsblad (33 procent). Användning av direktreklam från stora affärskedjor är vanligare än från lokala handlare. Adresserad reklam når 12 procent av befolkningen en genomsnittlig dag.

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. Andelarna för de senaste åren visar dock för flertalet reklammedier stabilitet i räckvidden en genomsnittlig dag.

Reklam

Andel som tagit del av reklam i olika medier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2004-2011 (procent)



Reklam i olika medier

Andel av befolkningen som tar del av någon reklam i TV en genomsnittlig dag är 45 procent. 40 procent har tagit del av minst någon annons i morgonpressen. För både TV och morgonpress kan en viss nedgång noteras för de senaste åren.

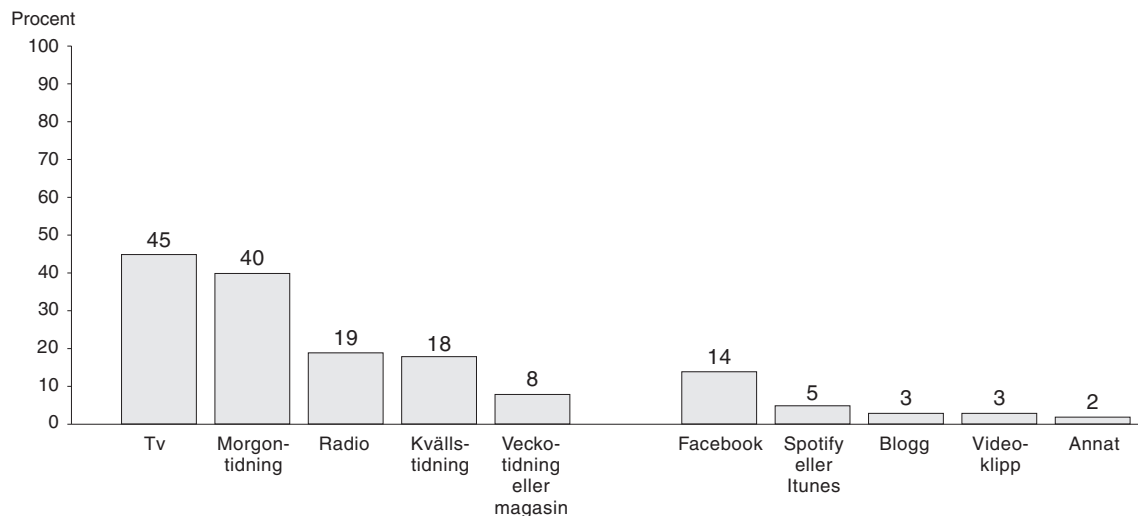
Det är betydligt färre som tar del av reklam i radio 19 procent, kvällspress 18 procent och veckotidning/magasin 8 procent.

Andel som tagit del av reklam i olika medier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2004-2011 (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

Reklam

Andel som tagit del av reklam i olika medier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Andel som tagit del av reklam i olika medier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
TV	45	43	46	52	37	45	46	46	44	46	43
Morgontidning	40	38	41	15	24	38	47	52	42	41	47
Radio	19	18	19	20	19	23	19	13	15	21	18
Kvällstidning	18	19	16	5	16	21	19	18	16	21	19
Veckotidning eller magasin	8	6	11	3	6	8	10	11	8	9	10
Facebook	14	13	15	18	33	20	7	2	5	14	14
Spotify eller Itunes	5	5	4	11	14	4	2	-	1	5	3
Blogg	3	2	5	3	10	5	1	-	1	4	4
Videoklipp	3	5	2	8	8	4	1	-	1	3	3
Annat socialt medium	2	2	2	1	4	3	1	-	1	2	2

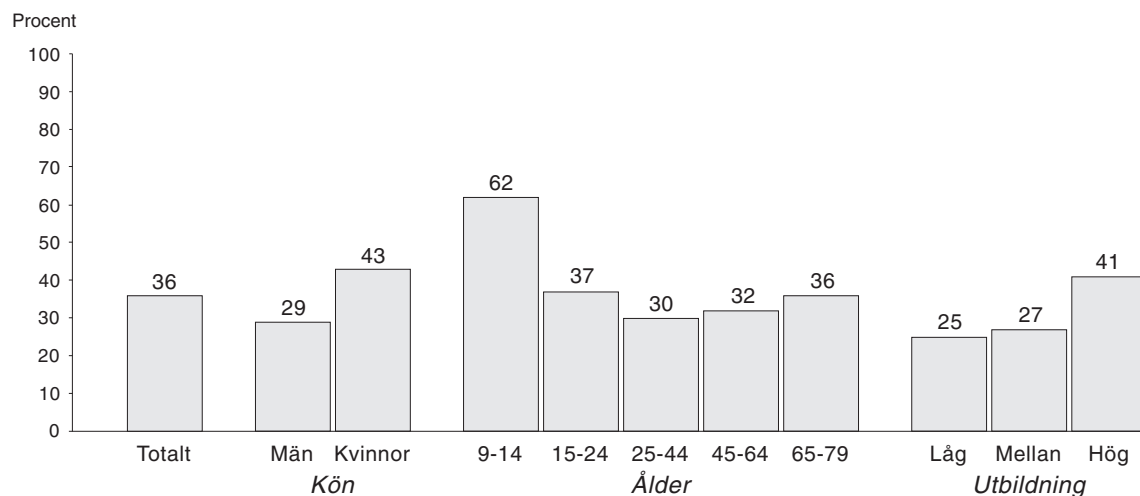
Reklamanvändarna

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

Reklam i radio når främst 25 till 44-åringarna, 23 procent, detsamma gäller för reklam i kvällstidningen, 21 procent. Andelen som tagit del av reklam på facebook är högst bland ungdomar, 33 procent.

Män uppmärksammar i större utsträckning än kvinnor reklam på internet. Fler kvinnor än män uppger att de tar del av reklam i morgontidningar. Högutbildade tar del av internetreklam i större utsträckning än lågutbildade. I sammanhanget är det dock viktigt att påpeka att det kan vara svårt att urskilja vad som är information respektive reklam på internet.

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2011 (procent)

År	Kön		Ålder					Utbildning			
	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
2006 ²	38	31	45	61	39	33	35	41	26	30	45
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
2010 ²	36	28	42	57	34	34	33	32	22	28	42
2011 ²	36	29	43	62	37	30	32	36	25	27	41

Läser böcker

Andelen läsare en genomsnittlig dag uppgår till 36 procent. Skillnaderna mellan könen är påfallande. 43 procent av kvinnorna är bokläsare medan andelen bland män är 29 procent. Bland barn och ungdomar i skolåldern är andelen bokläsare klart högre än bland vuxna. I barngruppen (9 till 14 år) är bokläsning mer utbredd än i någon annan åldersgrupp, 62 procent. Högutbildade är flitigare bokläsare än andra grupper, 41 procent har läst eller tittat i en bok en genomsnittlig dag medan motsvarande siffra för lågutbildade är 25 procent.

Under det senaste decenniet har den totala bokläsningen legat 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.

Not

1. Fram till och med 1993 gällde frågan bokläsning i allmänhet, från och med 1994 har det i frågan angivits att även skolböcker och facklitteratur ingår.
2. I frågan om bokläsning gjordes 2006 ett förtydligande för att betona att även ljud- och e-bok ingår.

Andel som läser en genomsnittlig dag 2011 (procent)

		%			%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	36	Syssetsättning (16-79 år)	Arbetare	23
	Vuxna 18-79 år	33		Tjänstemän	35
	Barn/ungdom 9-17 år	55		Högre tjänstemän/akademiker	44
Kön	Män 9-79 år	29	Egna företagare	29	
	Kvinnor 9-79 år	43	Pensionärer	35	
			Studierande	45	
			Arbetslösa	27	
	Män 18-79 år	25	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	32
	Kvinnor 18-79 år	40		Två personer (18 år och äldre)	33
	Pojkar 9-17 år	48		Tre eller fler (18 år och äldre)	33
Flickor 9-17 år	61				
Ålder	9-14 år	62	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	34
	15-19 år	36		Äldre vuxna (45-79 år)	33
	20-24 år	37		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	34
	25-34 år	32	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	29	
	35-44 år	29	Hushåll (9-79 år)	En person	33
	45-54 år	31		Två personer	34
	55-64 år	34		Tre personer	35
	65-79 år	36		Fyra personer eller fler	40
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	22	Hemort (9-79 år)	Stockholm	40
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	33		Malmö	43
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	24		Göteborg	41
	Gymnasial utbildning > 2 år	29		Större städer	36
	Högskola/universitet ≤ 3 år	38		Pendlingskommuner	34
	Högskola/universitet > 3 år	44		Glesbygdskommuner	27
			Varuproducerande kommuner	31	
			Övriga kommuner	33	

Bokläsaren

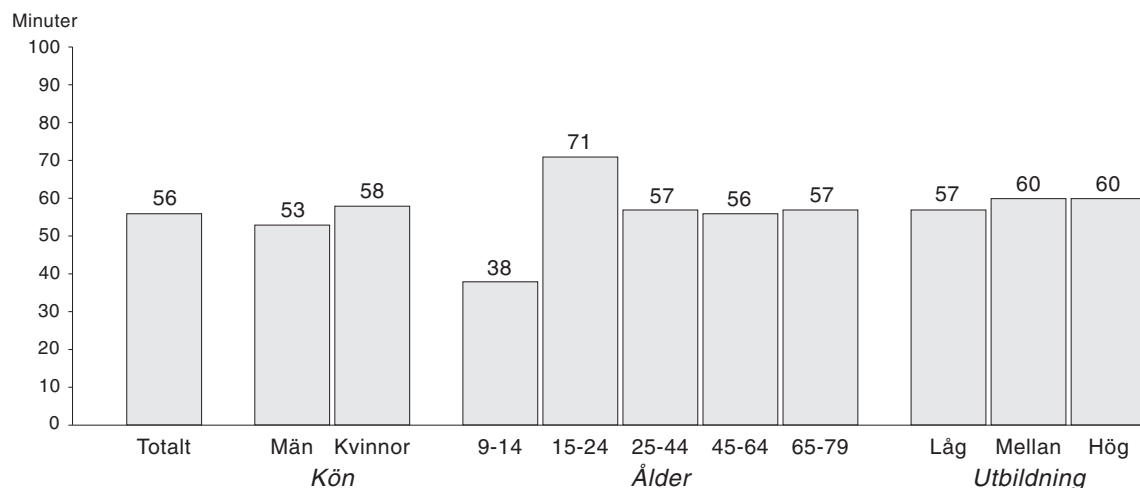
Kön, ålder och utbildning påverkar i hög grad räckvidden för bokläsning. Kvinnor läser böcker i större utsträckning än män (43 respektive 29 procent). De unga läser böcker i betydligt högre grad än äldre, inte minst genom skolan. Det är därför inte förvånande att högkonsumenter utmärks av barn, 9 till 14 år (62 procent) och unga flickor (61 procent) en genomsnittlig dag. Även pojkar 9 till 17 år ligger över genomsnittet för bokläsning (48 procent).

Utbildningsnivån har också stor betydelse för bokläsningen. Högst utbildade är flitigare bokläsare, 44 procent, än de med lägst utbildning, 22 procent. Bland högre tjänstemän/akademiker är bokläsning nästan dubbelt så vanlig som bland arbetare. Bokläsningen är också något mera utbredd i storstadsområdena än i landsorten. Högst är den i storstadsområdena som Stockholm, Göteborg och Malmö med över 40 procent läsare och lägst i glesbygdskommuner, 27 procent.

Anmärkning

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

Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (minuter)



Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2011 (minuter)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		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
2002	55	50	58	38	66	55	51	65	52	57	59
2003	55	54	57	44	61	56	56	62	59	57	58
2005	56	51	58	34	59	56	56	67	62	55	60
2006 ³	53	51	54	38	60	46	54	67	67	52	53
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
2010 ^{3,4}	56	56	57	42	63	58	56	62	70	61	57
2011 ^{3,4}	56	53	58	38	71	57	56	57	57	60	60

Lästid bland läsarna

Lästiden bland dem som läser eller lyssnar på minst en bok är 56 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.

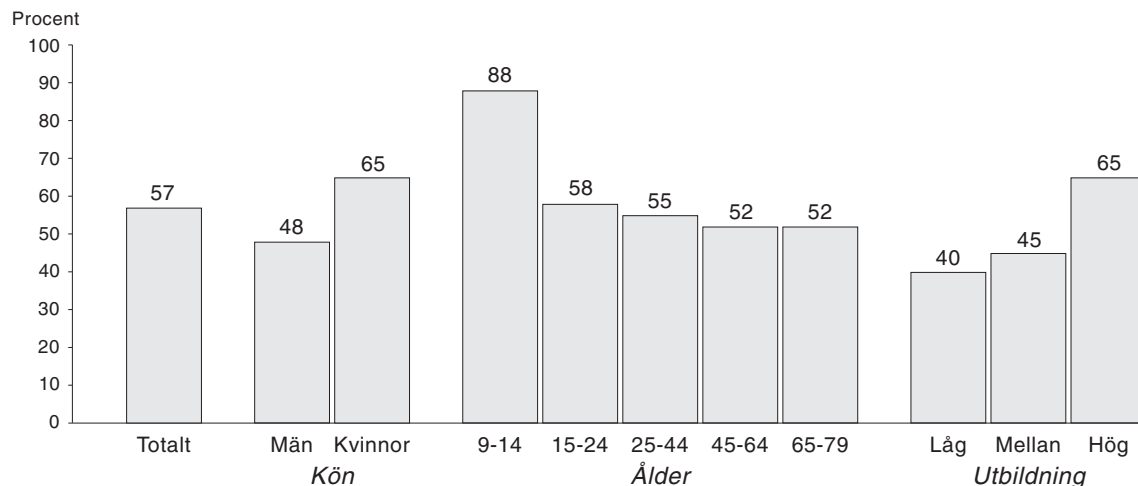
Lästiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna utifrån på förhand angivna tidsintervall fått göra en uppskattning av sin lästid under gårdagen. Intervallen har sedan omräknats till genomsnittlig lästid (se Fakta om undersökningen Mediebarometern).

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.

Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2011 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Enbart en bok	32	26	38	57	29	26	29	33	24	25	36
Två böcker	3	2	3	2	4	2	3	2	1	2	4
Tre eller fler	1	1	2	2	3	2	1	0	1	1	2
Mindre än ½ tim	11	9	12	28	7	9	10	8	7	7	11
½-1 tim	16	13	19	27	16	13	15	17	11	13	18
1-2 tim	6	4	7	5	7	4	5	8	5	5	7
2-3 tim	2	1	3	1	4	2	2	2	2	1	3
Mer än 3 tim	1	1	2	0	3	2	1	1	0	1	2
Ljudbok	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3
Bok på papper	33	26	40	60	35	27	29	33	23	25	38
E-bok	0,5	0,5	0,4	0,2	-	1,4	0,4	-	-	0,3	1,0

Läsning av böcker

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

"Veckoläsning" är mer utbredd bland de yngsta (88 procent) samt bland kvinnor och högutbildade (vardera 65 procent). 4 procent av befolkningen tar del av mer än en bok en genomsnittlig dag. Andelen som läser många böcker är hög bland ungdomar, där skolgången sannolikt innebär att de ofta läser i flera böcker. Även bland högutbildade läses fler än en bok i stor utsträckning.

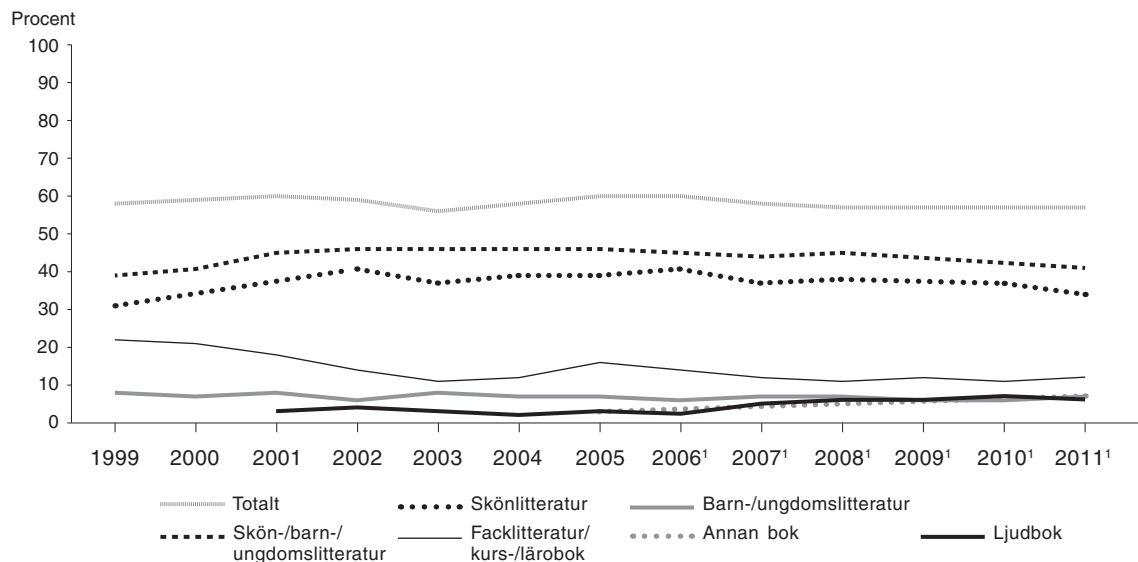
Drygt en fjärdedel av befolkningen ägnar böcker som mest en timma en genomsnittlig dag och 9 procent läser mer än en timma. Bland dem som ägnar en timma eller mer åt bokläsning är högutbildade överrepresenterade.

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.

Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 1999-2011 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 1999-2011 (procent)

	Totalt	Skönlitteratur	Barn-/ungdomslitteratur	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
2010 ¹	57	37	6	42	11	6	7
2011 ¹	57	34	7	41	12	7	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 41 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 (25 procent). Barn- och ungdomsböcker läses framför allt av dem mellan 9 och 14 år (52 procent).

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

12 procent av befolkningen läser facklitteratur och/eller någon kurs-/lärobok en genomsnittlig vecka. Läsningen av facklitteratur/kurs-/lärobok har uppvisat en nedgång sedan slutet av 1990-talet, vilket har att göra med att internet används i allt större utsträckning för motsvarande behov. Läsningen är högst bland barn, ungdomar och högtutbildade (18, 21 respektive 15 procent) vilket är en avspeglning 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 talkasset.

Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 1999-2011 (procent)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Skönlitteratur</i>											
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
2010 ¹	37	27	45	20	34	40	41	36	27	34	48
2011 ¹	34	25	42	15	29	36	39	37	28	30	46
<i>Barn-/ungdomslitteratur</i>											
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
2010 ¹	6	5	6	40	6	4	1	0	1	2	2
2011 ¹	7	6	8	52	6	4	1	-	1	2	3
<i>Skönlitteratur/barn- och ungdomslitteratur</i>											
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
2010 ¹	42	32	51	59	39	43	41	37	27	36	50
2011 ¹	41	31	50	67	35	39	40	38	29	32	48
<i>Facklitteratur/kurs-/lärobok</i>											
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
2010 ¹	11	12	11	24	19	11	7	5	5	7	13
2011 ¹	12	12	12	18	21	13	8	8	5	8	15
<i>Annand bok</i>											
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
2010 ¹	6	6	7	6	5	6	8	7	5	6	7
2011 ¹	7	6	7	5	6	6	8	8	7	7	7
<i>Ljudbok</i>											
2007	5	5	5	3	3	7	7	3	3	6	7
2009	6	7	6	4	3	7	8	7	5	8	7
2010	7	6	7	2	3	7	8	6	6	6	8
2011	6	5	6	3	3	7	7	6	5	6	7

Not

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

Andel som läser skönlitteratur/barn- och ungdomslitteratur (S) samt facklitteratur/kurs- och lärobok (F) en genomsnittlig vecka 2011 (procent)

		S	F			S	F										
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	41	12	Syssetsättning (16-79 år)	Arbetare	28	5										
	Vuxna 18-79 år	38	11		Tjänstemän	48	10										
	Barn/ungdom 9-17 år	59	20		Högre tjänstemän/akademiker	54	14										
Kön	Män 9-79 år	31	12	Egna företagare	Pensionärer	38	7										
								Kvinnor 9-79 år	50	12	Studeringe	36	31				
	Män 18-79 år	28	10											Arbetslösa	27	9	
								Kvinnor 18-79 år	47	11	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	35				12
	Pojkar 9-17 år	50	21											Två personer (18 år och äldre)	39	9	
								Flickor 9-17 år	68	19							
	Ålder	9-14 år	67								18	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	35	18		
15-19 år				41	22	Äldre vuxna (45-79 år)	38	7									
									20-24 år	28						19	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)
25-34 år				39	16	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	37	13									
									35-44 år	39						10	Hushåll (9-79 år)
45-54 år				38	9	Två personer	40	8									
									55-64 år	41						7	
65-79 år				38	8	Fyra personer eller fler	45	14									
	Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	25						5	Hemort (9-79 år)	Stockholm	48	13				
Förgymnasial utbildning 9-10 år				36	5	Malmö	46	14									
														Gymnasial utbildning ≤ 2 år	30	6	Göteborg
Gymnasial utbildning > 2 år				32	9	Större städer	40	13									
														Högskola/universitet ≤ 3 år	46	11	Pendlingskommuner
Högskola/universitet > 3 år				49	19	Glesbygdskommuner	31	9									
	Varuproducerande kommuner	33	10						Övriga kommuner	39	11						

Läsare av skön- och facklitteratur

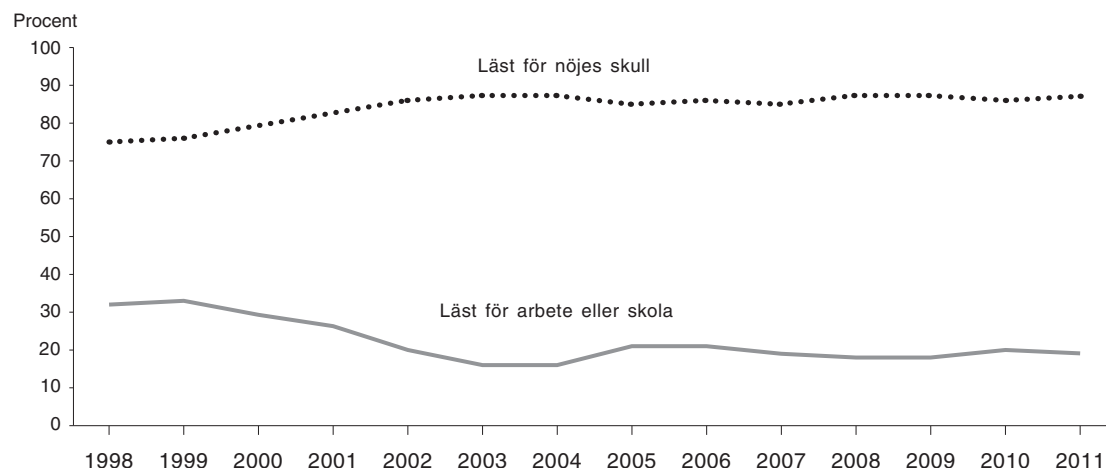
Utmärkande för andelen läsare av skönlitteratur och/eller barn- och ungdomslitteratur är de höga andelarna bland barn och särskilt unga flickor (68 procent) samt högre tjänstemän/akademiker (54 procent) och den lägre läsningen bland lågutbildade med nioårig skola (25 procent) och vuxna män (28 procent).

Andelen läsare av facklitteratur/kurs- och läroböcker är 12 procent och uppvisar inte något lika entydigt mönster. De flitigaste läsarna återfinns bland unga 15 till 19 år (22 procent) och naturligt nog studerande (31 procent). Lågutbildade 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.

Andel som har läst bok för nöjes skull och för arbete eller skola bland bokläsare 9–79 år en genomsnittlig dag 1998-2011 (procent)



Andel som har läst bok för nöjes skull och för arbete eller skola bland bokläsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1999-2011 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Läst för nöjes skull</i>											
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
2010 ¹	86	83	88	68	65	91	96	97	94	91	93
2011 ¹	87	85	88	77	64	87	98	100	98	89	90
<i>Läst för arbete eller skola</i>											
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
2008 ¹	18	21	16	40	47	14	9	3	6	13	14
2009 ¹	18	22	16	46	41	13	8	2	3	11	13
2010 ¹	20	25	16	46	46	15	6	4	6	12	13
2011 ¹	19	21	18	35	48	19	7	1	5	15	16

Nöjesläsning

Bokläsarna läser i stor utsträckning böcker för nöjes skull, andelen uppgår till 87 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/skola minskat från 33 procent 1999 till 19 procent 2011.

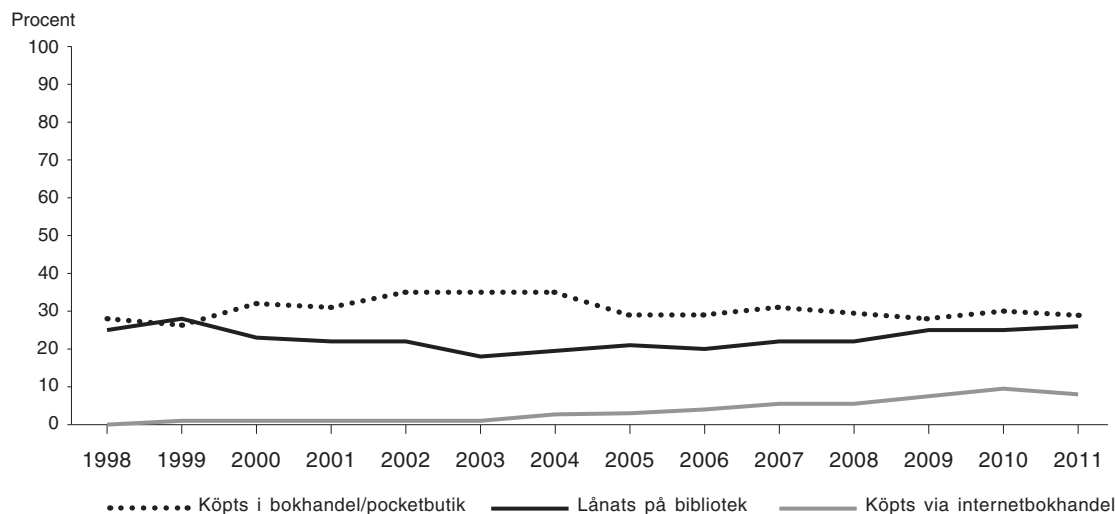
Anmärkning

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.

Anskaffning av böcker *bland dem som läst någon bok 9-79 år* den senaste veckan 1998-2011 (procent)



Anskaffning av böcker *bland dem som läst någon bok 9-79 år* den senaste veckan 1998-2011 (procent)

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

Anskaffning

De flesta bokläsare införskaffar böcker från bokhandel (29 procent) och bibliotek (26 procent). Bibliotekens roll försvagades efter 1999, men förefaller ha återhämtat sig under senare år. 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 4 till 8 procent. I övrigt är anskaffningsmönstren stabila över tid.

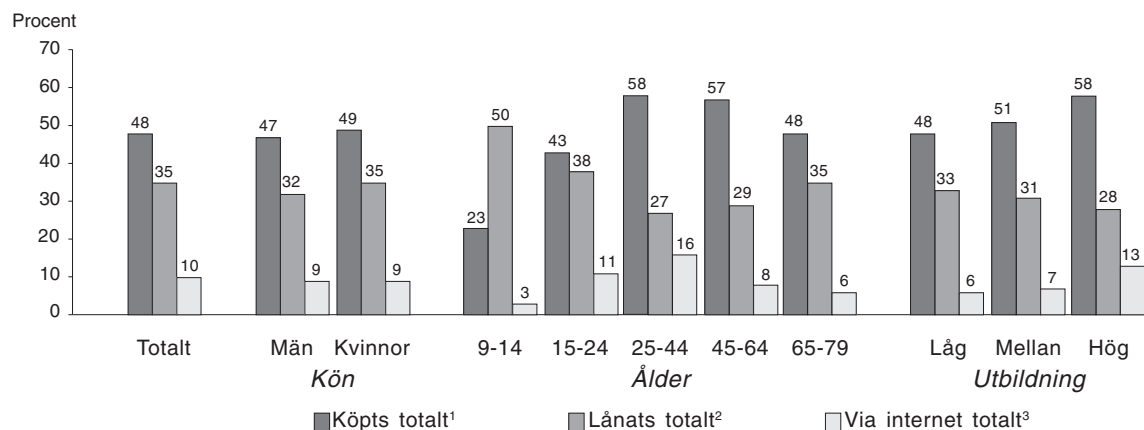
Medel- och högutbildade samt medelålders personer köper i förhållandevis stor utsträckning böcker i bokhandeln medan barn och ungdomar lånar på bibliotek.

Andelen som läser en bok som man har lånat från vänner och bekanta är 8 procent medan andelen som läser böcker de har fått som gåva är 10 procent, här kan en minskning noteras under senare år. Köp via internetbokhandel är vanligast bland yngre medelålders (14 procent) men även högutbildade köper via internet i allt större utsträckning (12 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.

Anskaffning av böcker *bland dem som läst någon bok 9-79 år den senaste veckan 2011* (procent)



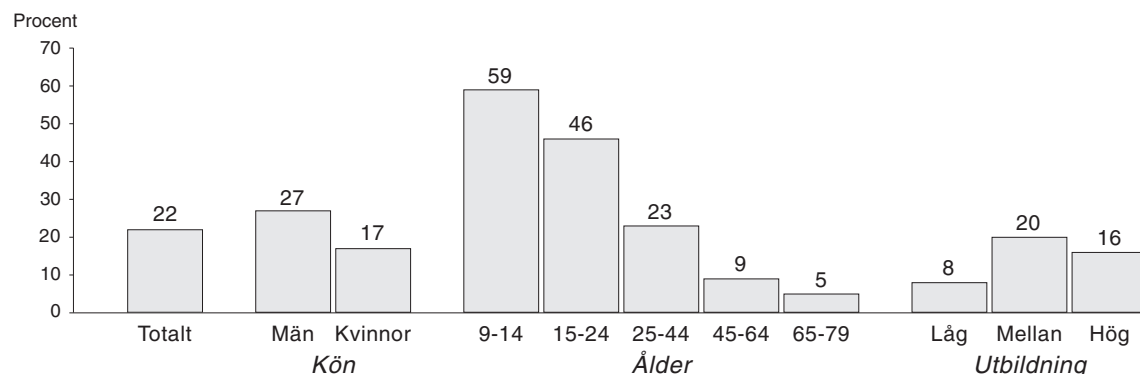
Anskaffning av böcker *bland dem som läst någon bok 9-79 år den senaste veckan 2011* (procent)

	Kön		Ålder					Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Anskaffning bland läsare</i>											
Köpts i bokhandel/ pocketbutik	29	32	28	17	26	34	34	29	25	33	34
Köpts via internetbokhandel	8	8	8	2	10	14	7	5	5	7	12
Köpts i kiosk eller i varuhus	6	4	7	3	6	6	8	4	7	7	6
Köpts genom bokklubb	4	3	5	1	1	2	7	9	9	4	5
Köpts på antikvariat	1	0	1	–	0	1	1	2	2	1	1
Lånats på bibliotek	25	25	26	45	32	18	18	24	25	20	18
Lånats från släkt/vän/bekant	8	6	8	3	5	8	10	9	7	10	8
Lånats via bibliotekets hemsida	1	0	1	1	0	1	1	0	0	–	1
Lånats i läsecirkel	1	1	1	–	0	1	1	2	1	1	1
Köpts via internetbokhandel Laddats ned från internet	8	8	8	2	10	14	7	5	5	7	12
Fått som gåva	10	11	9	16	7	8	9	12	12	11	8
Anskaffats på annat sätt	5	7	4	10	9	4	3	3	5	4	3

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-/internetspelanvändare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Dator-/TV-/internetspelanvändare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2004-2011 (procent/minuter)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>TV- och internetspel:</i>											
<i>Genomsnittlig dag</i>											
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
2010	14	20	10	43	30	15	5	4	6	13	9
2011	22	27	17	59	46	23	9	5	8	20	16
<i>Genomsnittlig vecka</i>											
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
2010	27	34	22	72	50	30	13	10	12	26	20
2011	34	41	28	81	67	39	17	11	16	34	27
<i>Speltid bland spelare (minuter)</i>											
2007	87	105	55	95	109	73	43	- ¹	- ¹	94	53
2009	76	92	46	75	96	64	53	46	98	69	63
2010	70	82	50	60	97	56	58	55	76	73	61
2011	65	81	40	57	91	56	47	47	68	69	57

Dator-/TV- och internetspel

En genomsnittlig dag spelar 22 procent av befolkningen något dator-/TV- eller internetbaserat spel. Spelen är framförallt en sysselsättning för barn och unga. Mer än hälften av barnen och nära hälften av ungdomarna spelar en genomsnittlig dag.

En genomsnittlig vecka har 34 procent av befolkningen spelat, 81 procent av barnen och 67 procent av ungdomarna. En genomsnittlig vecka har även mer än en tredjedel av 25 till 44-åringarna spelat något spel.

En ökning kan noteras bland medelålders och pensionärer under de senaste åren. 5 procent av pensionärerna spelar en genomsnittlig dag och 11 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 2011 är säkerligen ett resultat av såväl spelutveckling som genomslag för smarta telefoner.

Anmärkning

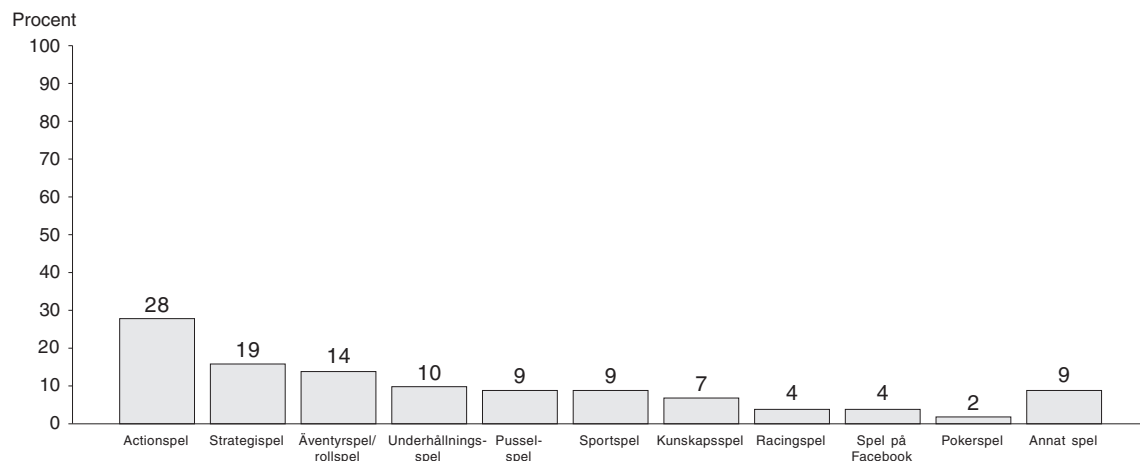
Svarspersonerna har utifrån på förhand angivna intervall fått ange hur länge de spelade under gårdagen. Intervallen har sedan omräknats till genomsnittlig speltid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*). Tabellen redovisar genomsnittlig speltid bland dem som spelar dator-/TV- eller internetspel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

Not

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

Dator-/TV-/internetspel

Spelområden bland spelare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



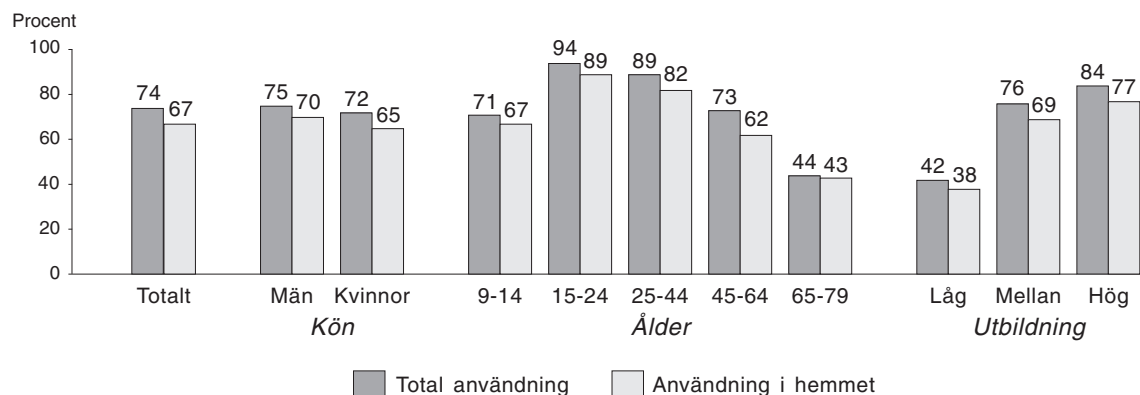
Spelområden bland spelare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)

Typ av spel	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Actionspel	28	38	10	35	43	16	8	2	21	26	13
Strategispel	19	19	18	11	21	20	28	14	15	21	23
Äventyrspel/rollspel	14	15	13	23	17	10	4	0	6	11	8
Underhållningsspel	10	7	16	14	8	13	6	5	8	8	9
Pusselspel	9	6	15	3	5	14	25	9	10	10	18
Sportspel	9	13	3	12	12	9	2	0	4	10	6
Kunskapsspel	7	4	12	2	4	10	13	23	8	8	13
Racingspel	4	6	1	6	4	6	2	0	2	4	5
Spel på facebook	4	2	9	5	3	5	7	5	6	5	3
Pokerspel	2	2	2	1	1	2	4	7	2	5	1
Annat spel	9	7	11	8	5	7	9	36	19	8	10

Spelområden

De flesta spelarna spelar actionspel (28 procent), strategispel (19 procent) eller äventyrsspel (14 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 medan kvinnor oftare spelar underhållnings-, pussel- och kunskapsspel än män. Barn och ungdomar är överrepresenterade när det gäller action- och äventyrsspel medan medelålders spelare i större utsträckning väljer att spela strategispel. De högt utbildade spelar främst strategispel. 4 procent av spelarna använder spel på facebook en genomsnittlig dag. Andelarna är något högre bland kvinnor, medelålders och lågutbildade jämfört med andra grupper.

Användare 9-79 år totalt och i hemmet en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Användare 9-79 år totalt och i hemmet en genomsnittlig dag 1999-2011 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder				Utbildning			
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Total användning</i>											
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
2010	68	71	66	59	89	84	69	40	42	73	77
2011	74	75	72	71	94	89	73	44	42	76	84
<i>Användning i hemmet</i>											
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
2010	62	66	59	55	85	77	59	38	38	67	69
2011	67	70	65	67	89	82	62	43	38	69	77

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 94 procent internet en genomsnittlig dag medan motsvarande siffra för äldre är 44 procent. En ökad användning kan noteras i samtliga åldersgrupper. Genomsnittet för smarta telefoner kan ha påverkat utvecklingen under det senaste året. Närmare 60 procent i åldersgruppen 15 till 34 år har tillgång till smarta telefoner.

Bland högutbildade är andelen internetanvändare 84 procent och bland lågutbildade 42 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 den ökade 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 2011 (procent)

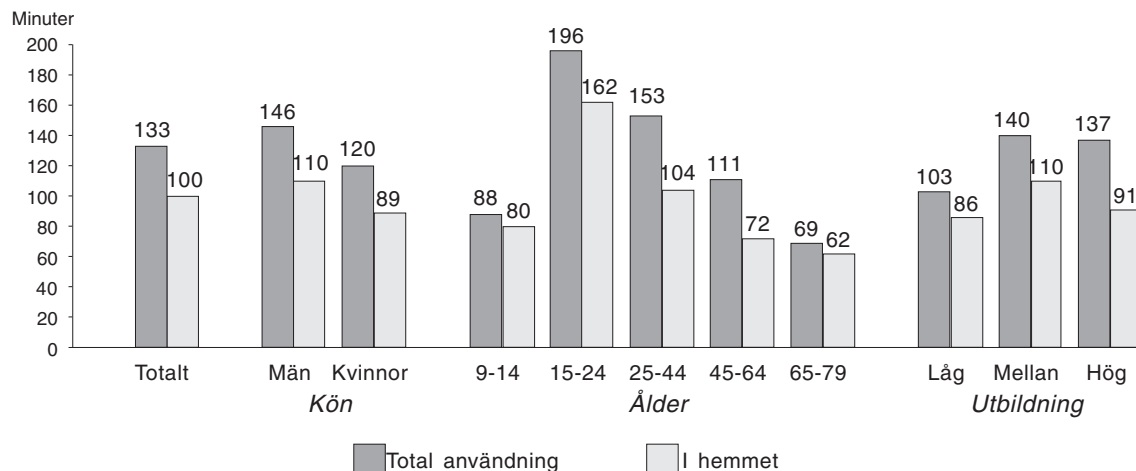
		A	B			A	B							
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	74	67	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	74	65							
	Vuxna 18-79 år	73	66		Tjänstemän	87	75							
	Barn/ungdom 9-17 år	79	76		Högre tjänstemän/akademiker	87	78							
Kön	Män 9-79 år	75	70	Egna företagare	Pensionärer	44	43							
								Kvinnor 9-79 år	72	65	Studering	95	90	
	Män 18-79 år	74	69											Arbetslösa
								Kvinnor 18-79 år	71	64	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	63	
	Pojkar 9-17 år	80	79											Två personer (18 år och äldre)
								Flickor 9-17 år	78	73				Tre eller fler (18 år och äldre)
Ålder	9-14 år	71	67	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	91	85							
	15-19 år	94	90		Äldre vuxna (45-79 år)	57	51							
	20-24 år	94	88		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	88	79							
	25-34 år	92	87		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	90	84							
	35-44 år	87	79	Hushåll (9-79 år)	En person	60	54							
	45-54 år	80	71		Två personer	66	60							
	55-64 år	66	55		Tre personer	84	77							
	65-79 år	44	43		Fyra personer eller fler	84	78							
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	34	31	Hemort (9-79 år)	Stockholm	78	73							
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	57	51		Malmö	79	74							
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	69	59		Göteborg	81	74							
	Gymnasial utbildning > 2 år	79	72		Större städer	76	69							
	Högskola/universitet ≤ 3 år	80	73		Pendlingskommuner	69	63							
	Högskola/universitet > 3 år	87	80		Glesbygdskommuner	60	55							
					Varuproducerande kommuner	68	63							
			Övriga kommuner	69	63									

Andelen internetanvändare

Den totala internetanvändningen en genomsnittlig dag skiljer sig markant mellan olika grupper. De högsta andelarna användare finns bland barn och unga 15 till 24 år, studerande (94 respektive 95 procent) samt bland yngre vuxna utan barn och småbarnsföräldrar (91 och 90 procent). Andelarna är också höga bland t ex tjänstemän och högre tjänstemän/akademiker (87 procent). De lägsta andelarna användare återfinns bland lågutbildade och pensionärer (34 och 44 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.

Användartid bland internetanvändare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (minuter)



Användartid bland internetanvändare¹ 9-79 år totalt och i hemmet en genomsnittlig dag 1999-2011 (minuter)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg ³	Mellan	Hög
<i>Total användning</i>											
1999	62	65	57	46 ²	63	69	60	– ³	62 ²	61	68
2001	65	71	58	54 ²	77	66	61	39 ²	55 ²	63	71
2003	72	76	65	50 ²	76	80	68	39 ²	53 ²	81	71
2005	75	85	64	62 ²	85	79	73	51 ²	58 ²	78	77
2007	96	105	83	82	128	104	85	53	74	95	99
2009	106	114	97	101	155	108	86	65	82	109	103
2010	119	129	110	87	167	137	100	70	86	122	125
2011	133	146	120	88	196	153	111	69	103	140	137
<i>Användning i hemmet</i>											
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
2010	94	103	84	87	145	95	68	65	75	99	87
2011	100	110	89	80	162	104	72	62	86	110	91

Den totala tiden för internetanvändning

Den totala tiden för internetanvändning bland nätanvändare – oavsett användningsplats och användningsområde – är 133 minuter en genomsnittlig dag. Motsvarande siffra för internetanvändning i hemmet är 100 minuter. Den totala tiden för internetanvändning fortsätter att öka i nästan samtliga grupper 2011. Ökningen är påfallande stor bland personer under 40 år vilket sammanfaller med de grupper som använder smarta telefoner.

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

Anmärkning

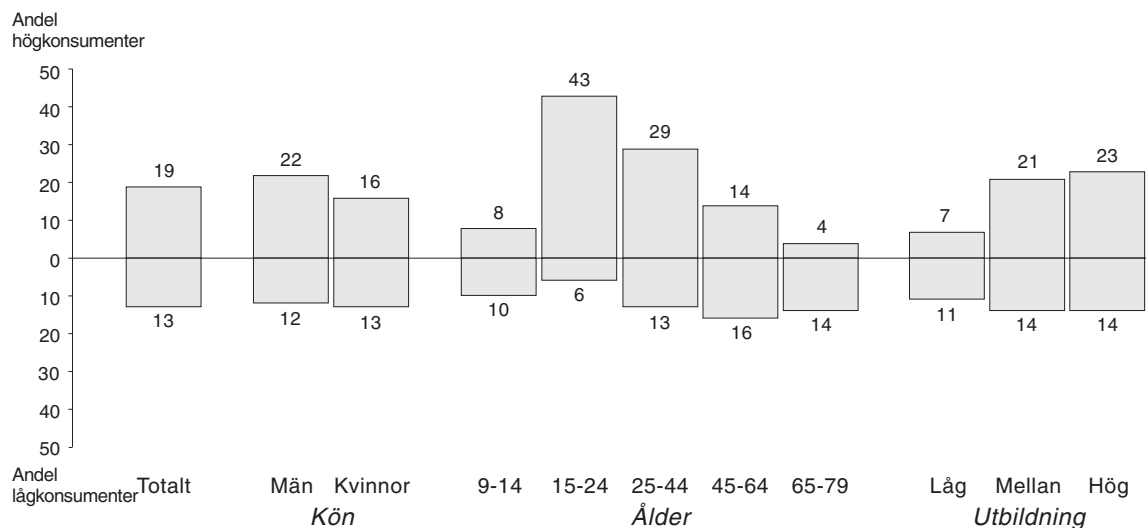
Svarspersonerna har utifrån på förhand angivna svarsintervall fått ange hur länge de använt Internet under gårdagen. Intervallen har sedan omräknats till en genomsnittlig användartid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*) bland dem som använt internet en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga användartiden totalt i hela befolkningen, där även de som inte använder internet inkluderas, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2011: 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 lågkonsumenter¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Internetanvändare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)

Genomsnittlig dag i hemmet	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Mindre än ½ tim	13	12	13	10	6	13	16	14	11	14	14
½-1 tim	17	17	18	25	11	17	20	16	12	16	20
1-2 tim	15	15	15	17	18	18	15	8	9	14	17
2-3 tim	9	10	9	10	16	12	8	3	3	10	10
3-4 tim	5	6	4	5	10	8	4	2	2	5	6
4-5 tim	4	4	4	1	10	5	3	1	1	4	5
Mer än 5 tim	10	12	8	2	23	16	7	1	4	12	12

Internetanvändningen

Totalt sett finns det fler högkonsumenter av internet än lågkonsumenter. Andelen högkonsumenter – de som en vanlig dag använder internet tre timmar eller mer – är 19 procent och andelen lågkonsumenter – de som en vanlig dag använder internet kortare än 30 minuter – är 13 procent. Fördelningen mellan hög- och lågkonsumenter varierar starkt mellan olika grupper. Flest högkonsumenter återfinns bland unga (43 procent). Bland barn, medelålders, äldre och lågutbildade är högkonsumenterna relativt få.

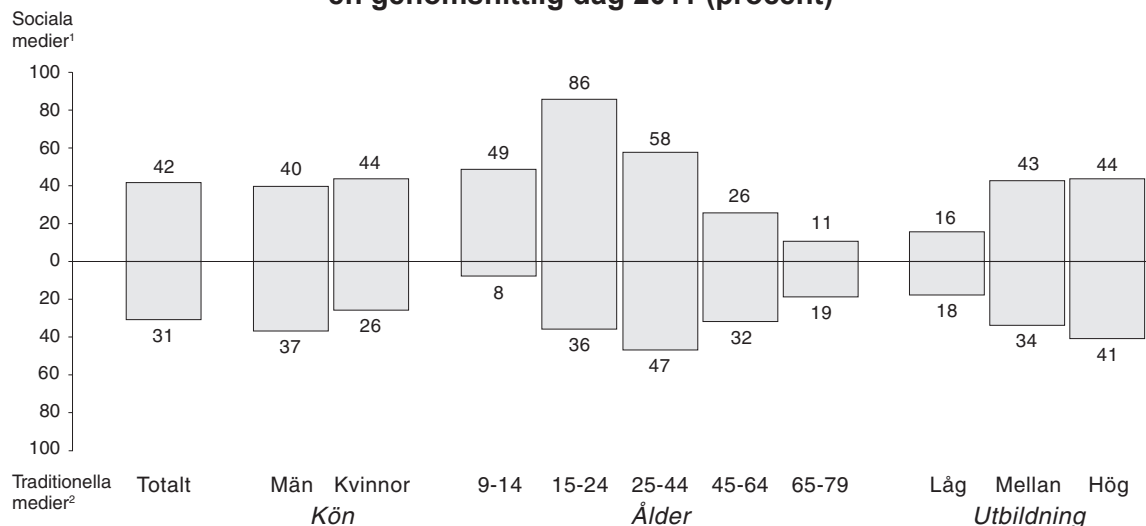
Anmärkning

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

- 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.

Användare 9-79 år av sociala och traditionella medier på internet en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Användare 9-79 år av sociala och traditionella medier på internet en genomsnittlig dag 2009-2011 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Enbart sociala medier ¹	22	19	26	43	53	23	12	5	8	21	19
Enbart traditionella medier ²	12	15	8	2	3	13	17	13	9	12	16
Både sociala ¹ och traditionella medier ²	19	21	18	6	33	35	14	6	8	22	25
<i>Sociala medier¹</i>											
2009	26	25	26	44	64	32	11	4	8	28	23
2010	35	34	35	40	79	49	20	7	13	38	34
2011	42	40	44	49	86	58	26	11	16	43	44
<i>Traditionella medier²</i>											
2009	25	30	22	5	29	39	26	13	13	30	34
2010	28	32	25	9	35	42	30	16	16	35	35
2011	31	37	26	8	36	47	32	19	18	34	41

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, dagstidningen – 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, bloggar och andra kommenterande fora. 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. 86 procent av 15 till 24-åringarna använder de sociala medierna en genomsnittlig dag. Även personer mellan 25 och 44 år använder sociala medier på internet i relativt stor utsträckning, 58 procent. Det är också 25 till 44-åringarna som uppvisar störst räckvidd vad gäller användning av traditionella medier på nätet, 47 procent. Personer i övre medelåldern och pensionärer använder dock oftare traditionella medier på internet, 32 respektive 19 procent, än sociala medier, 26 respektive 11 procent. Medel- som 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 relativ 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 medier¹ (A) och traditionella medier² (B) på internet en genomsnittlig dag 2011 (procent)

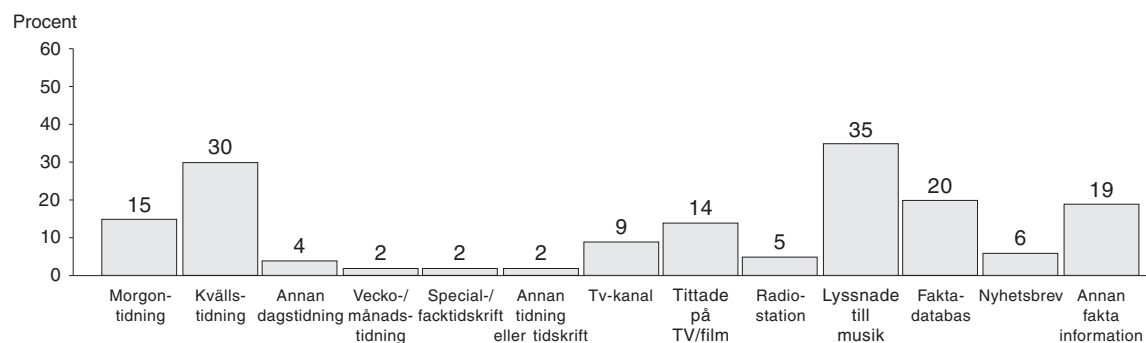
		A	B			A	B									
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	42	31	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	40	33									
	Vuxna 18-79 år	38	34		Tjänstemän	43	44									
	Barn/ungdom 9-17 år	63	13		Högre tjänstemän/akademiker	44	44									
Kön	Män 9-79 år	40	37	Egna företagare	40	41	Pensionärer	11	19							
										Kvinnor 9-79 år	44	26	Studering	82	38	
	Män 18-79 år	36	41													Arbetslösa
										Kvinnor 18-79 år	41	28	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	35	
	Pojkar 9-17 år	62	14													Två personer (18 år och äldre)
										Flickor 9-17 år	65	12				
Ålder	9-14 år	49	8	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	75	48									
								15-19 år	88	28	Äldre vuxna (45-79 år)	17	24			
	20-24 år	84	45											Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	50	42
								25-34 år	73	50	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	57	44			
	35-44 år	46	45	Hushåll (9-79 år)	En person	32	30									
								45-54 år	35	38	Två personer	28	28			
	55-64 år	18	26											Tre personer	57	36
								65-79 år	11	19	Fyra personer eller fler	54	33			
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	11	14	Hemort (9-79 år)	Stockholm	46	35									
								Förgymnasial utbildning 9-10 år	25	25	Malmö	48	33			
														Gymnasial utbildning ≤ 2 år	26	27
								Gymnasial utbildning > 2 år	50	37	Större städer	43	33			
														Högskola/universitet ≤ 3 år	45	40
								Högskola/universitet > 3 år	44	42	Glesbygdskommuner	31	23			
														Varuproducerande kommuner	35	26

Noter

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

Internet och traditionella medier

Användningsområden bland användare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Användningsområden bland användare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Kvällstidning	30	34	27	5	27	39	33	28	31	35	34
Morgontidning	15	18	12	1	9	20	18	17	12	13	22
Annan dagstidning	4	6	3	0	3	5	5	5	5	4	6
Vecko-/månadstidning	2	3	2	1	2	3	2	1	0	2	3
Special-/facktidsskrift	2	3	1	1	1	3	2	3	2	2	3
Annan tidning eller tidskrift	2	2	1	0	1	2	2	2	2	1	2
Tittar på TV/film	14	17	11	15	25	17	6	7	10	16	12
Tv-kanal	9	11	8	6	10	14	7	7	7	11	10
Lyssnar på musik	35	38	33	62	74	33	14	6	15	36	26
Radiostation	5	6	4	1	5	9	4	2	6	6	6
Faktadatabas	20	22	19	13	28	22	19	11	13	18	25
Nyhetsbrev	6	7	5	0	3	7	7	7	6	5	8
Annan fakta/information	19	18	19	10	13	22	22	18	16	19	22

Användningsområden bland användare

Den dagliga internetanvändningen gäller främst e-post, 65 procent. 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.

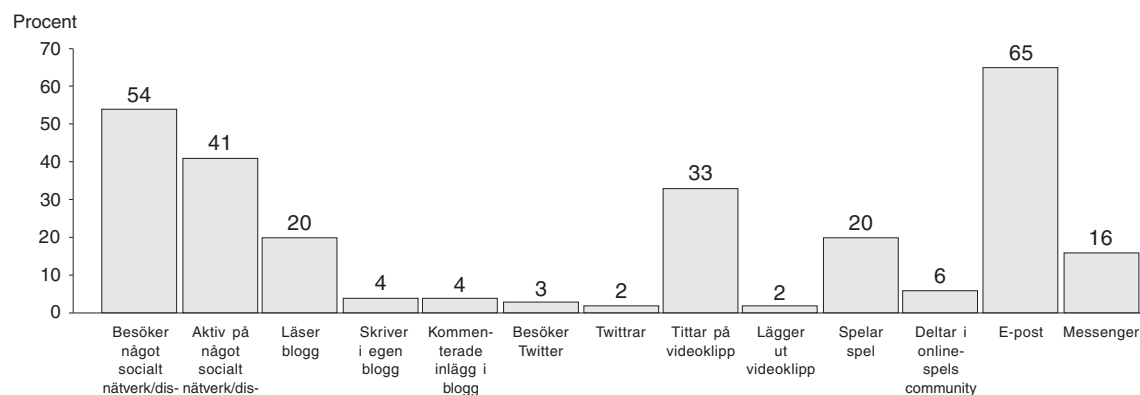
Av de traditionella medierna är det kvällspressen som har flest läsare på internet. Andelen användare som läst någon kvällstidning är 30 procent medan 15 procent har tagit del av en morgontidning. Få personer tar del av veckotidningar och tidskrifter på internet. Andelen som har varit inne på någon TV-kanals webbsida är 9 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 – för ungdomarna är andelen bland internetanvändarna en vanlig dag drygt 80 procent. De är också flitiga användare av videoklipp (65 procent) och bloggar (34 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 2011 (procent)



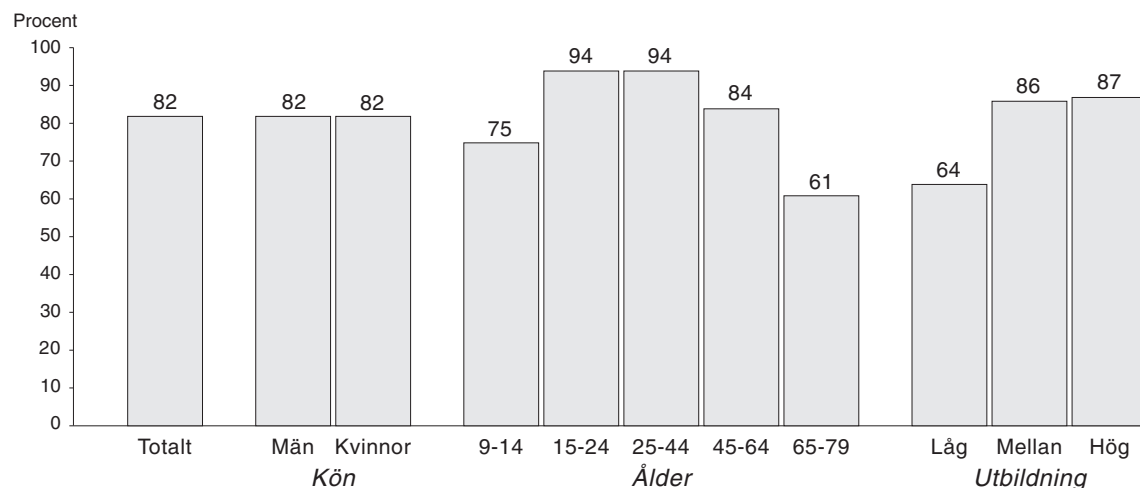
Användningsområden bland användare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Besöker socialt nätverk/diskussionsforum ¹	54	50	58	59	89	62	35	20	35	54	51
Aktiv på socialt nätverk/diskussionsforum ¹	41	36	45	50	68	47	24	13	28	40	37
Läser blogg	20	12	28	22	34	24	11	7	11	21	19
Skriver i egen blogg	4	2	7	10	9	3	2	1	2	3	4
Kommenterar inlägg i blogg	4	3	6	7	6	5	3	1	2	3	4
Besöker Twitter	3	3	3	1	5	4	1	–	1	3	3
Twitterar	2	2	1	–	3	3	1	–	1	1	2
Tittar på videoklipp	33	40	26	60	65	30	15	9	16	35	23
Lägger ut videoklipp	2	3	2	4	4	3	1	0	1	3	2
Spelar spel	20	24	16	56	27	16	12	10	15	18	12
Deltar i online-spels community	6	9	3	13	12	6	2	1	4	7	4
E-post	65	61	68	22	60	73	71	68	61	66	76
Messenger	16	17	14	30	33	14	6	4	8	15	11

Not

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

Mobiltelefonanvändare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Använder mobiltelefon

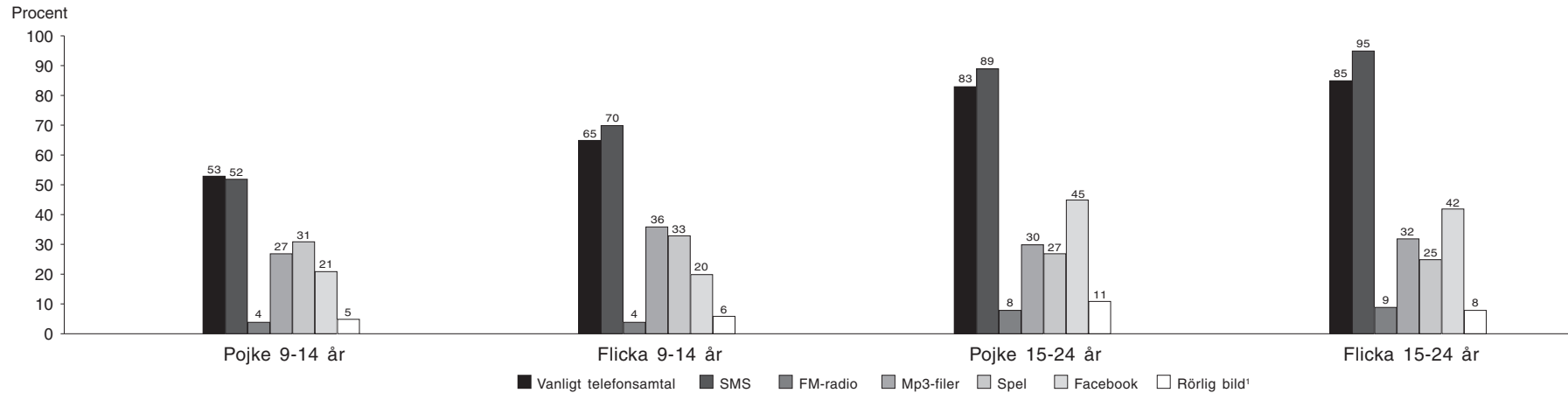
90 procent av användarna använder mobiltelefonen för vanliga telefonsamtal en genomsnittlig dag och 73 procent skickar SMS. Unga använder telefonen i större utsträckning till SMS (95 procent) än till vanliga telefonsamtal (87 procent). 40 procent av barnen använder mobiltelefonen som musikspelare och 41 procent spelar spel. Den medierelaterade användningen är marginell med undantag för radio, 5 procent av användarna har lyssnat på FM-radio via mobiltelefonen en genomsnittlig dag.

Användningsområden bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)

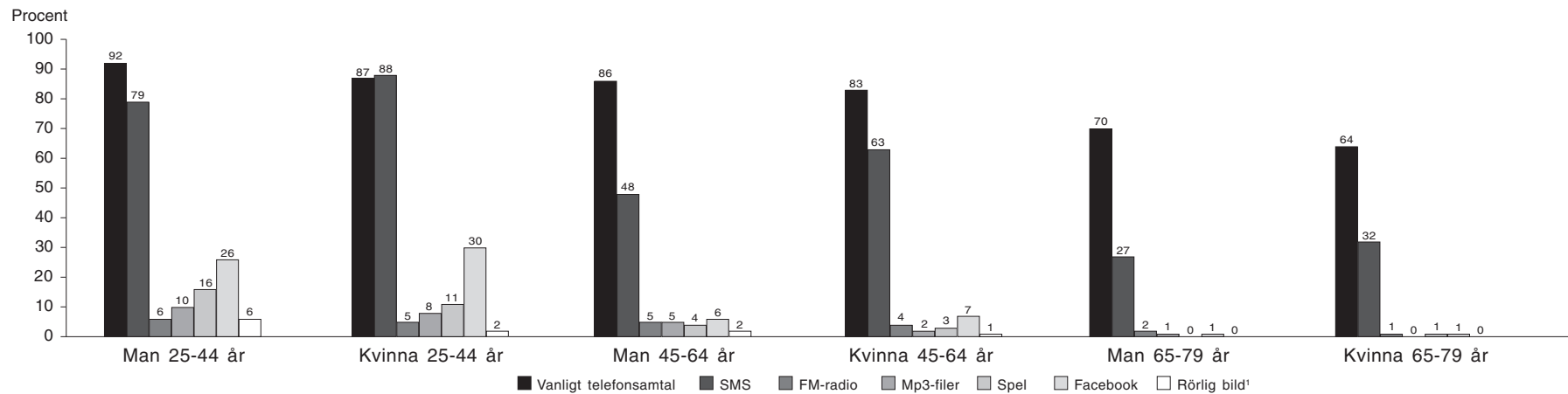
	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Vanligt telefonsamtal	90	92	89	76	87	93	93	93	91	92	93
Videosamtal (3G)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1
SMS	73	67	78	78	95	87	62	41	48	74	76
MMS	10	9	12	9	14	17	6	4	5	11	11
Facebook	21	21	20	26	45	29	7	2	8	22	18
Twitter	1	2	1	0	3	3	1	—	0	2	2
Annat socialt nätverk	3	3	2	4	4	4	1	0	1	2	3
Messenger/MSN	3	3	3	6	7	2	1	1	2	3	2
E-post	13	15	11	2	18	21	11	3	6	13	18
Nyhets tjänst	6	9	4	1	10	12	4	2	4	7	9
FM-radio	5	6	5	5	8	6	5	2	3	6	5
Mp3-filer	13	14	12	40	32	9	3	1	3	11	8
Spel	13	15	12	41	27	14	4	1	3	11	9
TV i mobilen	1	2	1	1	3	2	1	0	1	1	2
Videoklipp	3	2	3	5	8	2	1	0	1	3	2
GPS	4	1	3	0	4	5	2	0	1	3	4
Andra Internetfunktioner	10	12	7	8	15	16	6	1	5	9	11

Mobiltelefon

Användning av olika funktioner bland mobilanvändare 9-14 år och 15-24 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Användning av olika funktioner bland mobilanvändare 25-44 år, 45-64 år och 65-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)

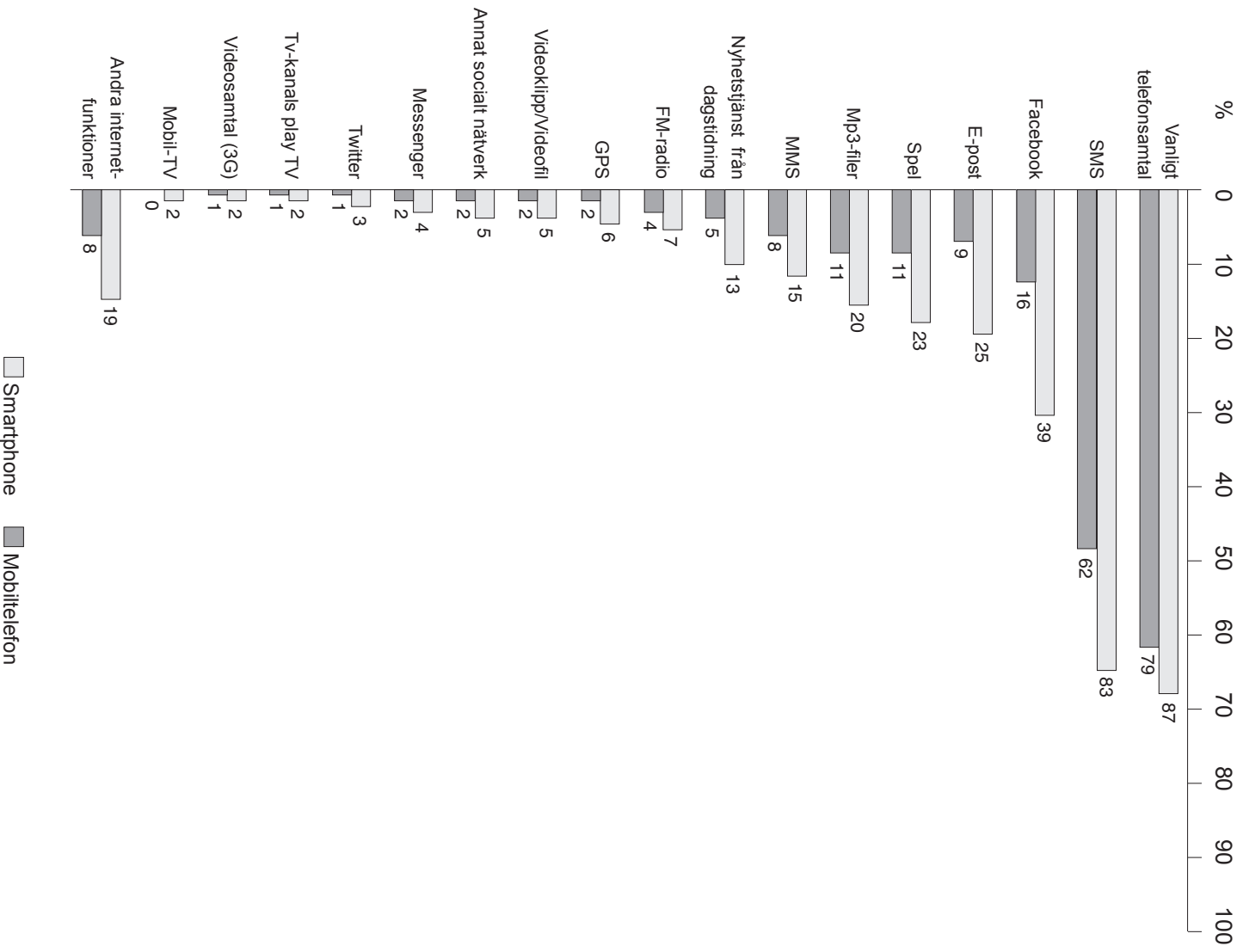


Not

1. Med rörlig bild avses här TV i mobilen eller videoklipp.

Mobiltelefon

Användning av olika funktioner bland mobil- och smartphoneinnehavare
9-79 år en genomsnittlig dag 2011 (procent)



Tillgång till olika medier

Medieinnehav 2011

Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till olika medier i hemmet 2011 (procent)

Har i hemmet tillgång till	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Prenumeration på dagstidning	62	60	63	49	49	47	71	81	69	59	65
enbart en	55	54	56	46	45	43	64	69	62	55	56
två eller fler	6	6	7	2	4	3	7	12	7	4	9
Radio	99	99	99	100	98	99	99	100	99	99	99
vanlig radioapparat	86	85	87	85	68	78	93	98	94	82	86
via internet	62	62	62	51	82	78	60	35	31	65	73
i mobil/mp3/ipod	62	62	62	74	79	71	59	36	38	64	63
bilradio	84	86	81	93	75	82	88	81	78	84	83
TV	97	97	98	100	95	96	98	98	97	97	97
vanlig TV-apparat	96	95	96	100	93	92	97	98	97	95	94
enbart en	34	31	36	12	23	39	34	45	44	33	39
två	35	34	36	37	27	29	38	42	35	34	36
tre eller fler	27	30	24	51	43	23	25	11	18	29	19
via internet	50	49	50	54	62	58	47	32	27	50	57
i mobil/mp3/ipod	20	23	16	21	33	28	15	7	7	21	21
Text-TV	93	92	93	89	94	92	95	92	93	93	93
via tv-apparat	91	91	92	89	90	88	94	92	93	92	90
via internet	34	38	30	29	45	43	30	23	22	36	37
i mobil/mp3/ipod	15	19	11	9	24	23	12	6	9	16	17
Multi-TV totalt	91	92	91	81	87	91	95	94	94	92	92
via kabel	34	35	33	16	32	37	36	37	31	35	40
via parabol	23	24	21	21	23	18	26	24	28	25	19
via mark	23	25	19	18	18	22	24	24	26	23	21
via bredband/IP-TV	18	16	19	17	19	20	16	15	15	16	20
DVD-spelare	82	82	82	96	88	86	84	65	65	84	83
enbart en	64	61	67	70	63	63	68	59	57	65	66
två eller fler	18	20	15	25	25	22	16	6	7	19	17
Video	42	41	43	48	41	34	46	45	41	44	40
PVR/hårddiskmottagare	26	28	24	25	30	27	28	18	17	27	27
Persondator totalt	91	92	91	100	99	98	93	72	68	94	96
enbart en	30	28	32	11	16	28	33	46	40	33	30
två eller fler	62	64	59	88	83	70	61	26	29	61	66
Portabel dator	75	76	75	87	90	87	77	44	45	76	83
Surfplatta	7	8	6	12	10	9	6	2	2	6	9
Internet via dator	86	88	85	73	96	97	91	67	64	91	94
Internet via annan apparat	41	45	38	53	65	59	33	11	18	40	47
Mp3-spelare	36	36	36	53	61	46	27	12	15	36	39
Konsol för TV-spel	42	46	38	92	68	59	28	4	13	42	38
Bärbart spel	15	16	14	47	22	21	8	1	4	12	12
Smartphone	36	40	33	43	57	56	29	7	11	36	43
Läsplatta	2	2	1	1	2	2	2	1	0	1	2

Medieinnehav 1995-2011

Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till olika medier i hemmet 1995-2011 (%)

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

Fakta om undersökningen Mediebarometern

Undersökningen 2011

Mediebarometerens huvudsakliga syfte har sedan starten 1979 varit att belysa mediernas 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 2011 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.

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

Telefonintervjuerna har genomförts under 42 slumpmässigt utvalda dagar under perioderna 10/2 till 17/6 och 16/8 till 13/12 2011. 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 2011

Mediebarometern 2011 har en uppläggnings 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	Nej	Nej
Vecko- eller månadstidning	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej
Special- eller facktidsskrift	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	Ja	Ja	Nej	Nej	Ja	Nej	Nej	Nej
Reklam	Nej	Ja	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-/facktidsskrift*: organisations-/medlemstidning, kulturtidsskrift, politisk tidskrift, facktidsskrift inriktad på yrkesområden, specialtidsskrift 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.
- 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 8 107 personer boende i Sverige. Bortfall bestående av ej telefonnummersatta urvalsenheter, felaktiga nummer, ej målgrupp och bortresta under hela perioden osv, gav ett nettourval på 6 821 personer. Av dessa har intervjuer genomförts med 4 427 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	4 427	Sys­sel­­sät­­ning (16-79 år)	Arbetare	890				
	Vuxna 18-79 år	3 816		Tjänstemän	655				
	Barn/ungdom 9-17 år	611		Högre tjänstemän/akademiker	360				
Kön	Män 9-79 år	2 154		Egna företagare	235				
				Kvinnor 9-79 år	2 273	Pensionärer	934		
	Män 18-79 år	1 837			Studera­nde	323			
					Kvinnor 18-79 år	1 939		Arbetslösa	131
								Pojkar 9-17 år	317
					Flickor 9-17 år	294			
	Ålder	9-14 år		401				Familj (18-79 år)	Tre eller fler (18 år och äldre)
		15-19 år		376	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	680			
		20-24 år		329	Äldre vuxna (45-79 år)	1 942			
		25-34 år		438	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	688			
35-44 år		581	Hushåll (16-79 år)	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	491				
45-54 år		638		En person	749				
55-64 år		724		Två personer	1 543				
65-79 år		940		Tre personer	673				
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	456	Hemort (9-79 år)	Fyra personer eller fler	1 454				
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	240		Stockholmsregionen	695				
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	412		Malmöregionen	182				
	Gymnasial utbildning > 2 år	1 021		Göteborgsregionen	415				
	Högskola/universitet ≤ 3 år	736		Större städer	1 268				
	Högskola/universitet > 3 år	890		Pendlingskommuner	293				
				Glesbygdskommuner	150				
				Varuproducerande kommuner	287				
				Övriga kommuner	1 137				

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-/facktidningar (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-/facktidningar (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 mer än 180 = 210 minuter

Internet

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

Mediebarometern 1979-2011

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

Undersökningen genomfördes till en början under en höstvecka varje år. 1983 utökades insamlingsperioden till två veckor på hösten. Mediebarometern blev årsrepresentativ först 1985 genom att de 14 undersökningsdagarna slumpmässigt spreds över året. Från och med 1988 har Mediebarometern genomförts över ett kalenderår med första mät dagen i januari/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

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

– Förutsättningar för att räkna ut felmarginalen föreligger ej.

Källa: SR/PUB.

Kommentar: Lathunden skall läsas enligt följande: Om antalet 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 procentens säkerhet tittar mellan 78,2 och 81,8 procent på TV en genomsnittlig dag.



Ledning och administration

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

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

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

Verksamhetsområden

Medie- och kommunikationsforskning

Publikationsverksamhet

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

Forskningsdokumentation

Nordisk koordinator:
Claus Kragh Hansen
Statsbiblioteket
Victor Albecks Vej 1
DK-8000 Aarhus C

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

Medieutveckling och mediestatistik

Nordic Media Trends

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

Medier i Norden

Redaktör: Terje Flisen
terjef@nordicmedia.info

Outlook Europe

Redaktör: Anna Celsing
anna.celsing@skynet.be

The International Clearinghouse on Children, Youth and Media

Vetenskaplig koordinator:
Cecilia von Feilitzen
Telefon: +46 8 608 48 58
Fax: +46 8 608 46 00
cecilia.von.feilitzen@sh.se

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

Nationella centraler

Nordicom-Danmark

Statsbiblioteket
Victor Albecks Vej 1
DK-8000 Aarhus C

Medie- och kommunikationsforskning

Maria Hvid Stenalt
Telefon: +45 89 46 21 67
Fax: +45 89 46 20 50
mhs@statsbiblioteket.dk

Nordicom-Finland

Fakulteten för kommunikation,
medier och teater
FIN-33014 Tammerfors uni-
versitet

Medie- och kommunikationsforskning

Päivi Lukin
Telefon: +358 3 3551 7045
Fax: +358 3 3551 6248
paivi.lukin@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

Staffan Sundin
Telefon: +46 36 16 45 82
+46 911 786 47
staffan.sundin@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



GÖTEBORGS UNIVERSITET

