

Nordicom-Sveriges

Medie barometer 2008

i samverkan med

Dagens Nyheter

Dagspresskollegiet, Göteborgs universitet

Göteborgs-Posten

.SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur)

Styrelsen för Psykologiskt Försvar

Sveriges Radio

Sveriges Television

MEDIE NOTISER

NORDICOM-Sverige

Göteborgs universitet

Nr. 1, 2009

NORDICOM

Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning

MedieNotiser nr 1/2009

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

Livrén AB
Göteborg
ISO 14001

ISSN 1101-4539
ISBN 978-91-89471-79-5

© Nordicom 2009

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

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

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

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

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

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

Nordicom startade 1997 på uppdrag av UNESCO *The International 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 t ex mediebranschen, politiken och frivilliga organisationer. En årsbok och ett nyhetsbrev utges.

www.nordicom.gu.se

Nordicom-Sveriges

Medie barometer 2008

i samverkan med

Dagens Nyheter

Dagspresskollegiet, Göteborgs universitet

Göteborgs-Posten

.SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur)

Styrelsen för Psykologiskt Försvar

Sveriges Radio

Sveriges Television

Mediebarometern

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

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

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

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

Mediebarometern 2008

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 och bio. De personer som där svarar att de inte läst eller tittat i en veckotidning eller tidskrift igår får följdfrågan om man i så fall gjort detta under någon av de föregående sex dagarna. På så sätt kan *Mediebarometern* för dessa medier 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.

Det är också viktigt att i en tid då mediesystemet genomgår drastiska förändringar påminna om att skillnader mellan enskilda år alltid skall tolkas med stor försiktighet, det är de långsiktiga tidsserierna som står i centrum och skall bedömas. De senaste årens

Undersökningen Mediebarometern 2008

Mediebarometern 2008 har en uppläggning som gör att den blir helt jämförbar med de tidigare undersökningarna. Följande grundkrav gäller:

- den genomförs i form av telefonintervjuer till ett slumpmässigt individurval av svenska befolkningen mellan 9 och 79 år
- den avser frågor om mediekonsumtion under föregående dag/vecka/månad/halvår/år
- den inkluderar 12 sociala bakgrundsfrågor (demografi, familjeförhållanden, social position)
- urvalet avser mediekonsumtion under totalt 42 slumpmässigt valda dagar över hela året (med undantag av juli), där det skett en stratifiering så att varje veckodag förekommer sex gånger
- den omfattar ett urval på minst 150 personer per undersökningsdag, vilket ger minst 4 400 genomförda intervjuer
- den omfattar följande frågor:

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

Vad gäller kanal/typ avses:

- för *morgontidning*: enskilda titlar; tryckt version eller internetversion (inklusive dagliga gratistidningar)
- för *kvällstidning*: enskilda tidningar (Aftonbladet, Expressen, GT, Kvällsposten); tryckt version eller internetversion
- för *vecko-/månadstidning*: familje-, dam-, herr-, och ungdomstidning, veckotidning med konsumentinnehåll, serietidning/seriealbum, specialmagasin, gratisutdelad nöjestidning; tryckt version eller internetversion
- för *special-/facktidskrift*: organisations-/medlemstidning, kulturtidskrift, politisk tidskrift, facktidskrift inriktad på yrkesområden, specialtidskrift inriktad på intresseområden, utländsk tidskrift; tryckt version eller internetversion
- för *böcker*: skön-, barn/ungdoms-, facklitteratur, läroböcker/kurslitteratur eller annan bok; tryckt bok eller ljudbok
- för *radio*: enskilda kanaler, vanlig radio, webbradio eller poddradio
- för *CD-skiva*: musik- eller inläst bok, typ av inläst bok (jfr böcker)
- för *mp3-spelare*: musik- eller inläst bok, typ av inläst bok (jfr böcker)
- för *TV*: enskilda kanaler, vanlig TV, webb-TV eller mobil-TV
- för *text-TV*: enskilda kanaler, vanlig TV eller internet
- för *direktreklam*: annonsblad, lokala annonsblad, handlares annonsblad, lösa reklamblad med rabattkuponger, adresserad reklam, utomhusreklam
- för *internet*: typ av webbplatser, sajter

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

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

Intressenter i 2008 års Mediebarometer är Dagens Nyheter, forskningsprogrammet Dagspresskollegiet vid Göteborgs universitet, Göteborgs-Posten, .SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur), Styrelsen för Psykologiskt Försvar, Sveriges Radio och Sveriges Television. Bidragsgivare är bl a Carat Sverige, Svenska Dagbladet, Svenska Förläggareföreningen och Sveriges Tidskrifter.

Pilen AB har haft uppdraget att genomföra fältarbetet för *Mediebarometern 2008*. Materialet har bearbetats av Karin Hellingwerf och Ulrika Facht. I analysarbetet har Nordicom direktör Ulla Carlsson medverkat. Värdefulla synpunkter har lämnats av professor Lennart Weibull.

Avslutningsvis riktas ett stort tack till samtliga intressenter, bidragsgivare och Kulturdepartementet som gjort det ekonomiskt möjligt att genomföra Mediebarometern 2008.

Göteborg i maj 2009

Ulla Carlsson
Direktör
NORDICOM
Göteborgs universitet

Innehåll

Den samlade medieanvändningen 2008

Mediedagen 2008 (procent)	10
Mediedagen 1979-2008 (procent)	12
Vardagen 2008 (procent)	14
Veckoslut 2008 (procent)	15
Dagliga medier och tidpunkter för användning 2008 (procent)	16
Internet och tidpunkter för användning 2008 (procent)	20
Mediedagen 2008 (minuter)	21
Mediedagen 1979-2008 (minuter)	22
Mediedagen 2008: Bruttotid (minuter)	23
Mediedagen 2008: Befolkningens medietid (minuter)	24
Mediedagen 2008: Barn och ungdom (procent)	25
Mediedagen 2008: Vuxna (procent)	26
Mediedagen 2008: Män och kvinnor (procent)	27
Mediedagen 2008: Medier och kanaler (procent)	28
Medieveckan 2008 (procent)	29
Medieveckan 1991-2008 (procent)	30

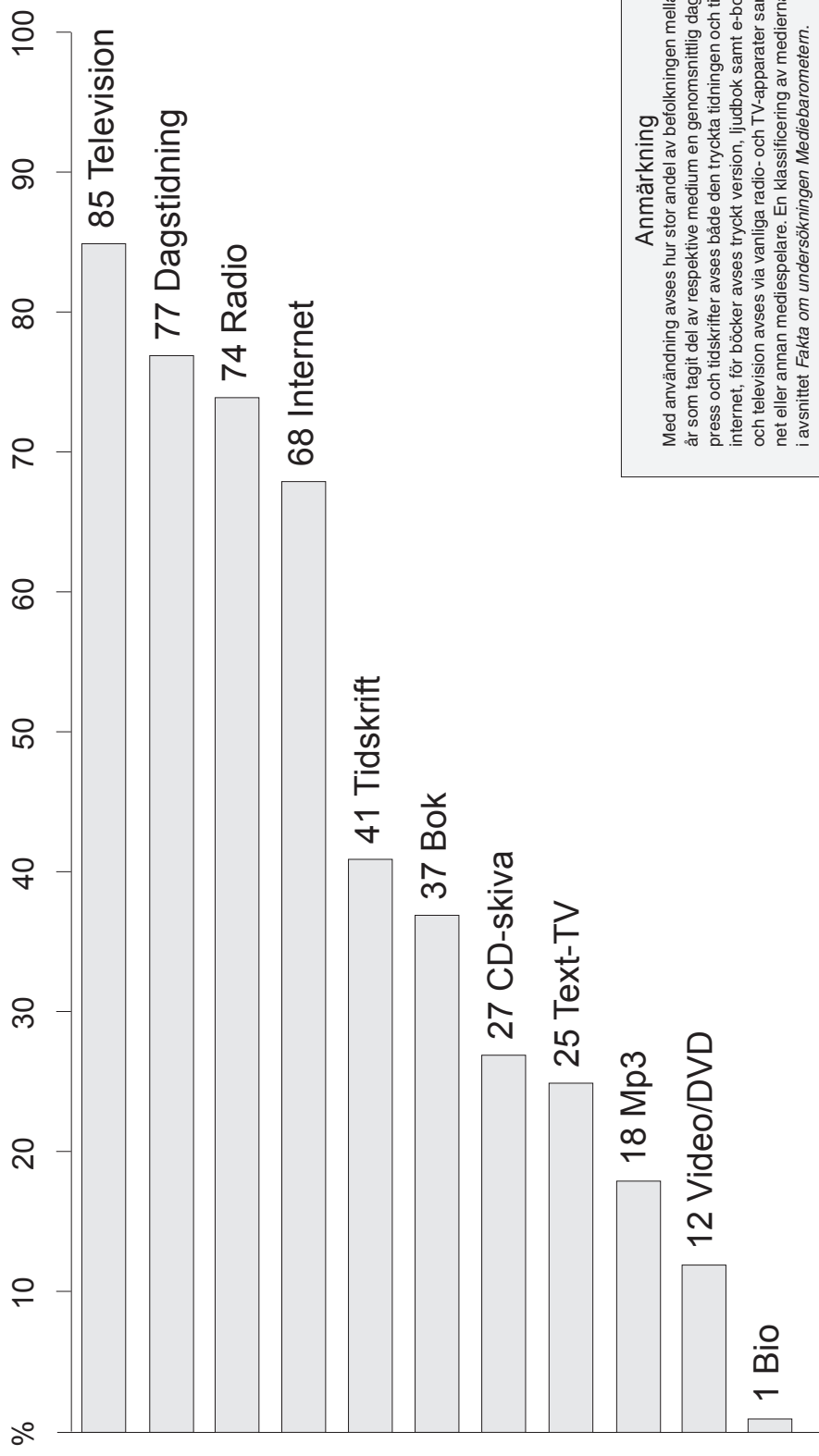
Användning av enskilda medier 2008

Radio	32
CD-skiva och mp3	40
CD-skiva	42
Mp3	46
Television	50
Text-TV	58
Video/DVD	62
Bio	66
Dagspress	68
Morgontidning	72
Kvällstidning	78
Tidskrift	82
Vecko-/månadstidning	84
Special-/facktidskrift	90
Annonsblad-/direktreklam	95
Reklam	96
Bok	98
Internet	106
Dator-/TV-/internetspel	113
Mobiltelefon	115
<i>Tillgång till olika medier 2008</i>	117
Fakta om undersökningen Mediebarometern 2008	121

Samlad medieanvändning

Mediedagen 2008

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig dag 2008 (%)



Anmärkning

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

Mediedagen 2008

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig dag 2008 (%)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Television	85	87	84	90	82	81	85	93	90	83	84
Dagstidning	77	76	79	36	60	78	87	93	86	78	87
Radio	74	75	73	50	62	76	81	79	78	76	78
Internet	68	72	64	66	86	80	66	39	38	71	78
Tidskrift	41	38	44	26	29	39	46	52	44	37	50
Bok	37	30	42	59	33	34	34	35	25	30	44
CD-skiva	27	27	26	30	34	32	24	15	18	28	29
Text-TV	25	31	20	11	19	31	25	28	26	29	26
Mp3	18	21	14	37	53	17	6	1	6	17	12
Video/DVD	12	12	12	23	19	14	8	6	7	13	11
Bio	1	1	1	1	2	1	0	0	1	1	1

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

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

Mediedagen 1979-2008

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig dag 1979-2008 (%)

	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Radio ¹	73	69	69	68	71	65	73	74	77	76	77	78	77	78	77	82	80	81	82	80	80	80	79	79	79	73	74	73	77	74
Fonogram	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	43	42	41	39
Kassetband	30	34	34	38	38	35	38	39	39	33	35	34	37	35	32	26	25	21	19	18	14	12	9	9	5	5	4	4	3	..
CD-/grammofonskiva ²	26	24	21	24	20	18	22	21	21	18	20	18	18	23	24	25	31	30	33	35	37	37	39	39	38	35	35	31	29	27
Mp3	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	10	14	16	18
Television	76	79	74	78	76	75	76	75	80	76	76	79	79	80	84	85	84	84	84	86	88	88	87	85	87	85	86	86	85	85
Text-TV	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	21	23	25	25	28	29	31	28	28	30	26	29	27	26	25
Video/DVD	1	1	5	4	6	7	7	7	10	8	9	6	4	6	10	14	16	18	15	16	17	15	15	14	14	14	15	14	15	12
Internet	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	21	31	32	35	32	33	35	42	62	64	68
Dagstidning	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	83	80	81	81	84	82	85	81	82	81	81	81	81	80	77
Morgontidning	74	74	74	74	75	74	75	75	76	76	72	74	73	71	73	73	71	71	72	75	75	74	73	74	73	71	73	72	72	69
Kvällstidning	39	40	36	36	35	35	33	34	36	38	34	32	32	30	29	30	27	28	28	27	28	28	29	28	30	31	31	33	31	29
Tidskrift	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	51	49	49	47	50	49	54	47	42	43	39	41	39	40	41
Vecko-/månadstidning ³	..	23	33	22	30	24	22	21	22	18	19	20	18	19	22	30	31	29	29	31	31	33	33	29	31	28	30	30	30	29
Special-/facktidskrift	..	22	22	26	27	28	26	26	26	24	24	28	26	24	28	31	29	28	26	27	28	32	21	19	19	16	17	15	15	14
Bok ⁴	29	29	29	33	31	31	33	35	34	31	34	32	33	33	31	43	44	40	38	39	37	39	38	39	35	37	38	38	38	37
Skönlitteratur/barn- och ungdomslitteratur	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	24	25	24	26	29	30	27	29	29	29	29	28
Facklitteratur/kurs- och läroböcker	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	16	15	14	14	11	9	7	8	10	9	8	7
Bio	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

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

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.

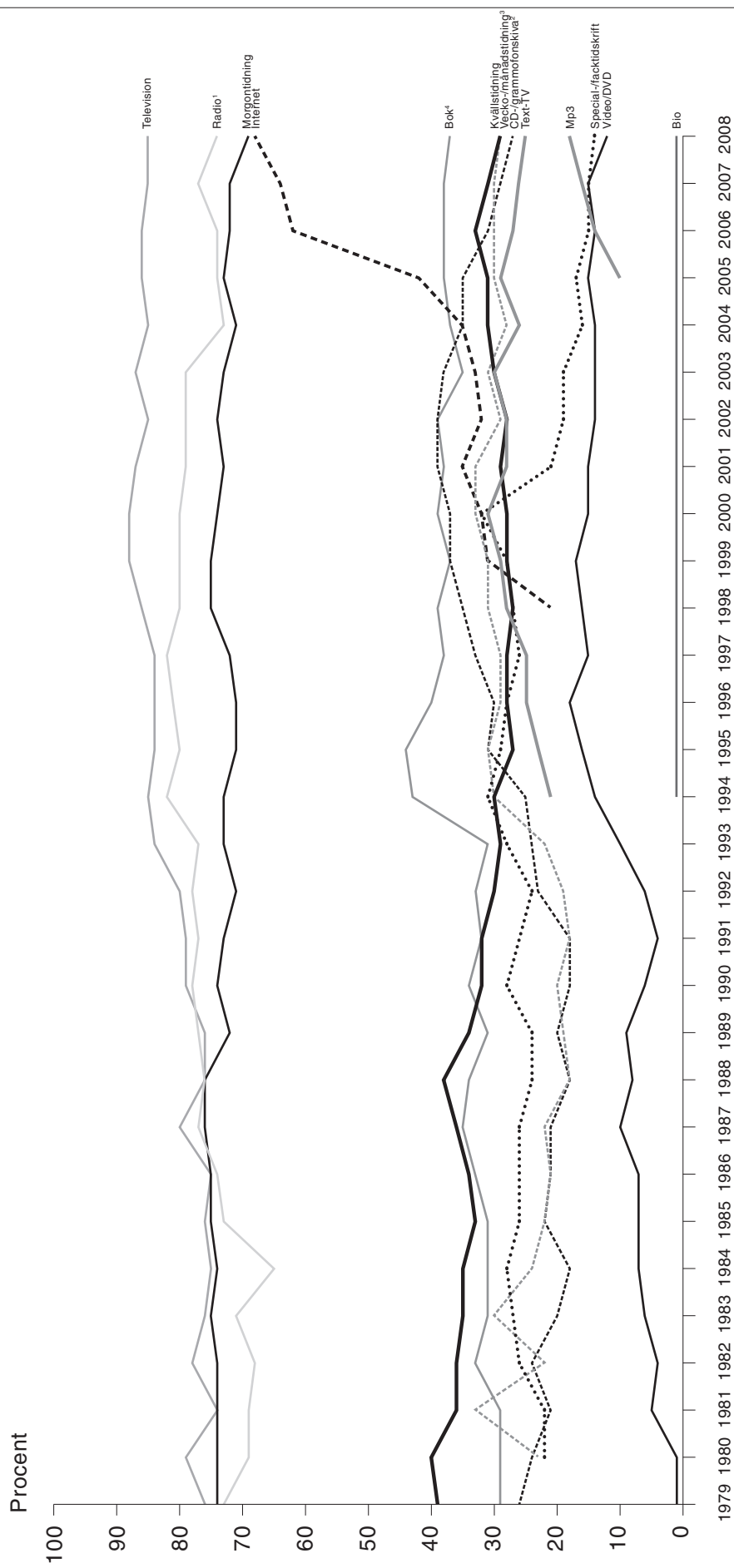
2. Fram till och med 1993 gällde frågan lyssnande på enbart grammofonskivor, därefter har frågan gällt både grammofonskivor och CD-skivor.

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 1979-2008

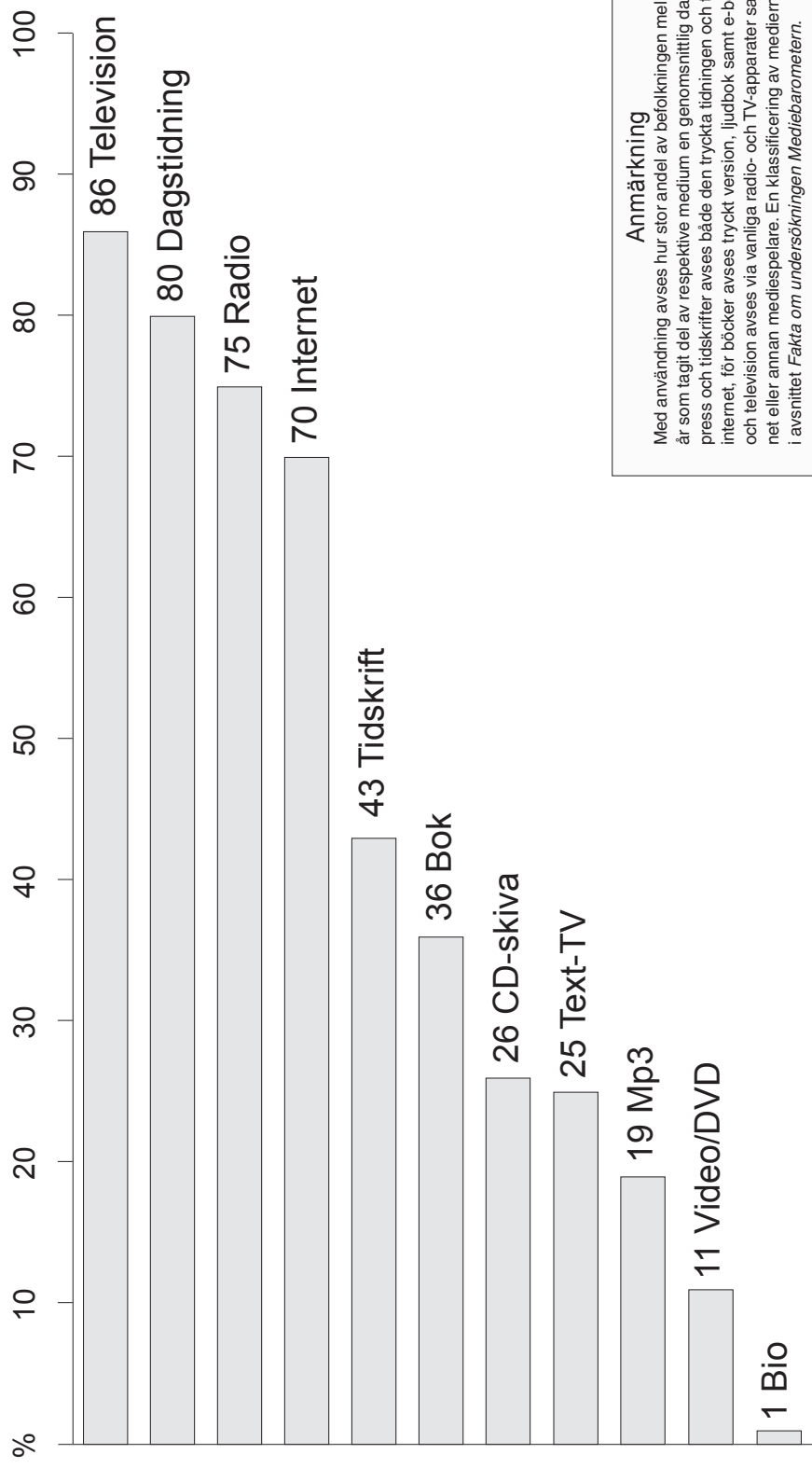
Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig dag 1979-2008 (%)



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.

Vardagen 2008

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig vardag 2008 (%)

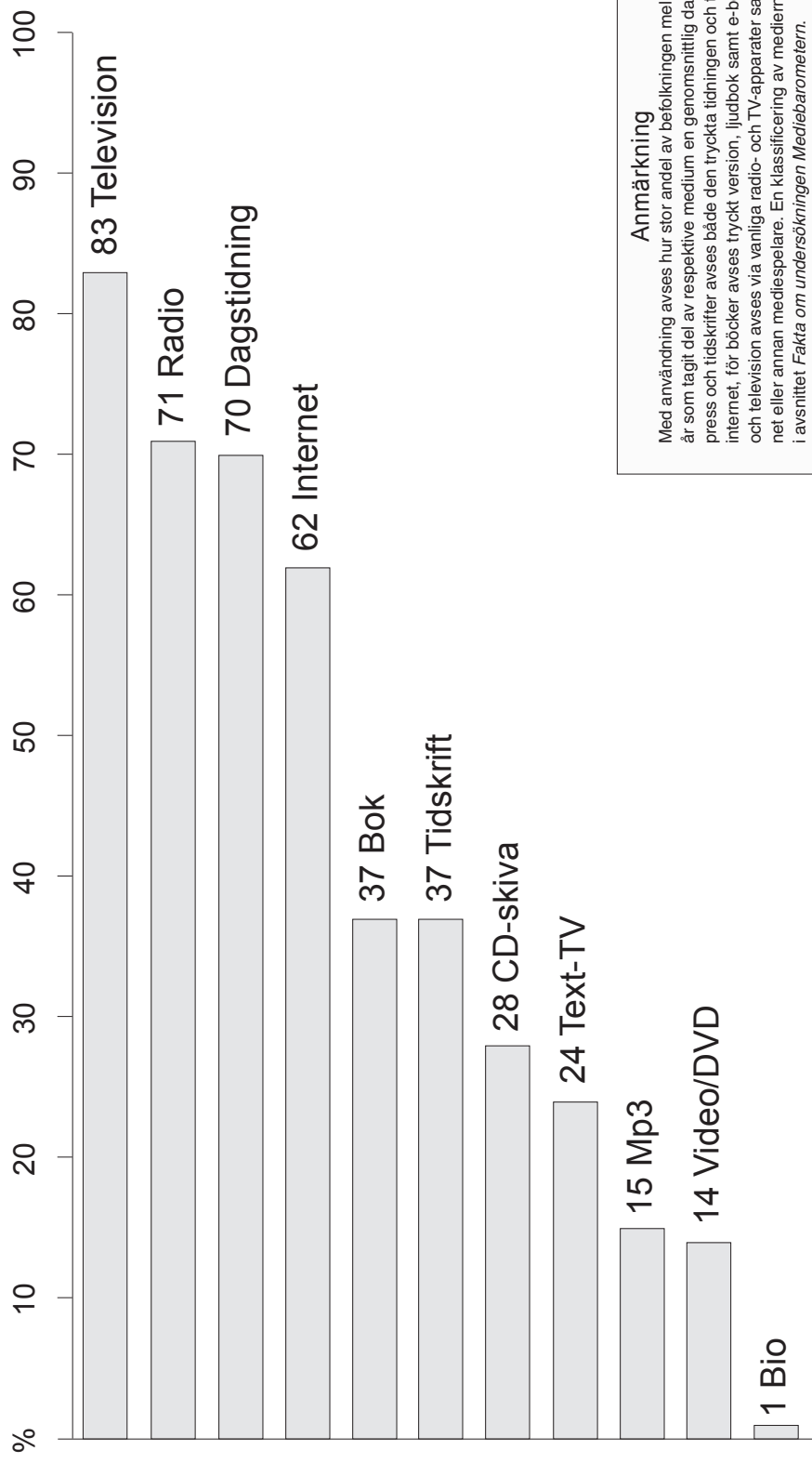


Anmärkning

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

Veckoslut 2008

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig lördag/söndag 2008 (%)

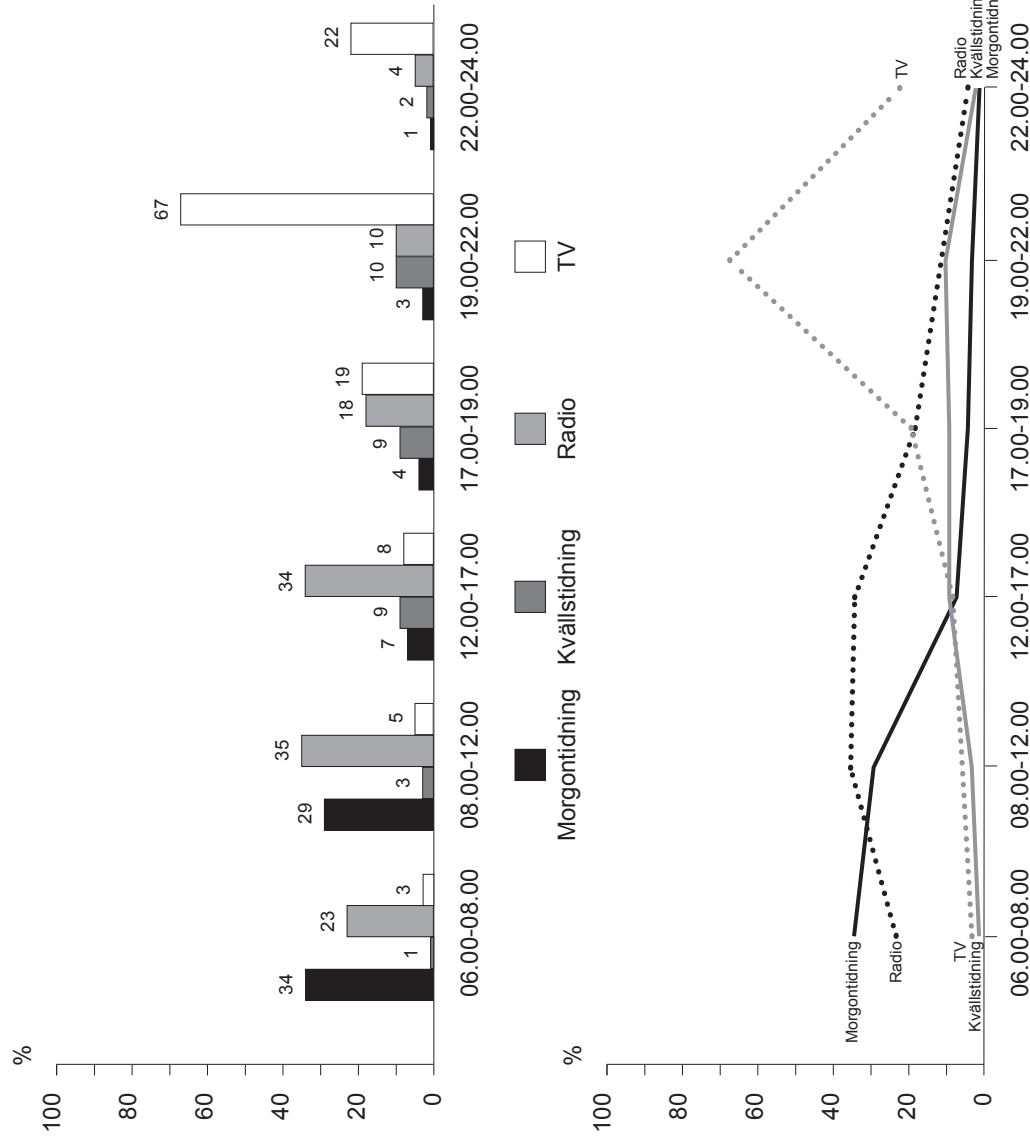


Anmärkning

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

Dagliga medier och tidpunkter för användning 2008

Användning av massmedier i hela befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter
en genomsnittlig dag 2008 (%)



Tidpunkter för användning

Dygnstrykten i medieanvändning sammanfaller i stort sett med den förvärvsarbete befolkningen.

Figuren visar att 34 procent av befolkningen har läst något i en morgontidning före kl 8 och att 23 procent har lyssnat på radio. Mellan kl 19 och 22 är televisionen det helt dominerande mediet då cirka 70 procent har sett minst något på TV, morgontidningen läses i första hand fram till kl 12, radiolyssnandet dominerar under dagtid och kvällspressen har sin tid främst under eftermiddag och kväll.

Män och kvinnor har i huvudsak samma medieanvändningsmönster över dagen. Pensionärer har en större medieanvändning än ungdomar och medelålders under flertalet tidsintervall under dagen. Förmiddagens radiolyssnande och den sena eftermiddagens TV-tittande är det som framför allt skiljer ut pensionärgruppen. Ungdomsgruppen utmärks däremot av en mindre omfattande medieanvändning på morgnen och förmiddagen. Fördelningen av användningen av olika medier över dagen är dock densamma i alla åldrar.

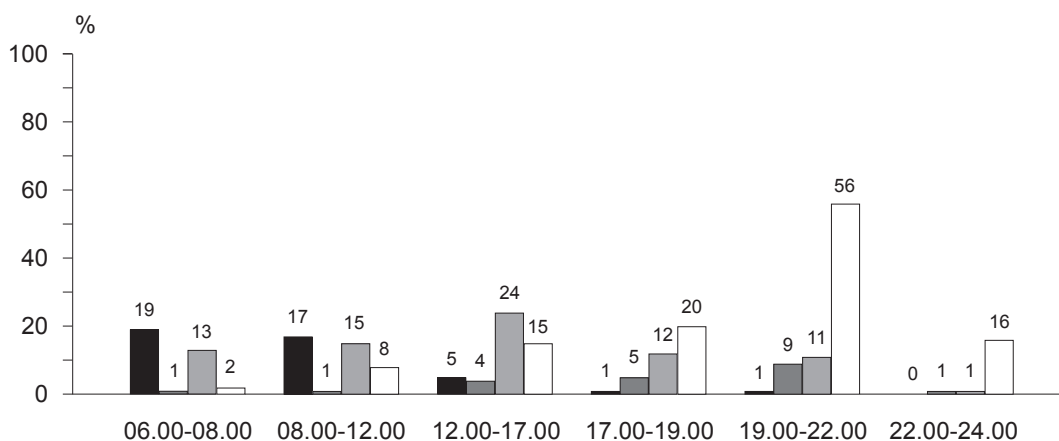
Mönstret har varit relativt stabilt under senare år. Men sedan 2005 kan ett minskat TV-tittande bland ungdomar noteras, det gäller särskilt mellan kl 17 och 19. Samtidigt kan konstateras att ungdomarnas internetanvändning är som mest intensiv tidig kväll.

Anmärkning

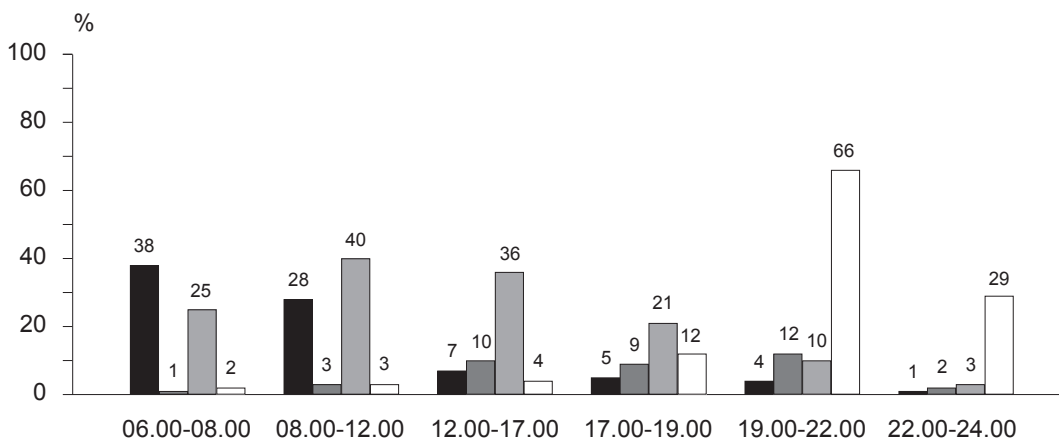
Med dagliga medier avses här morgontidning, kvällstidning, radio samt TV.

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

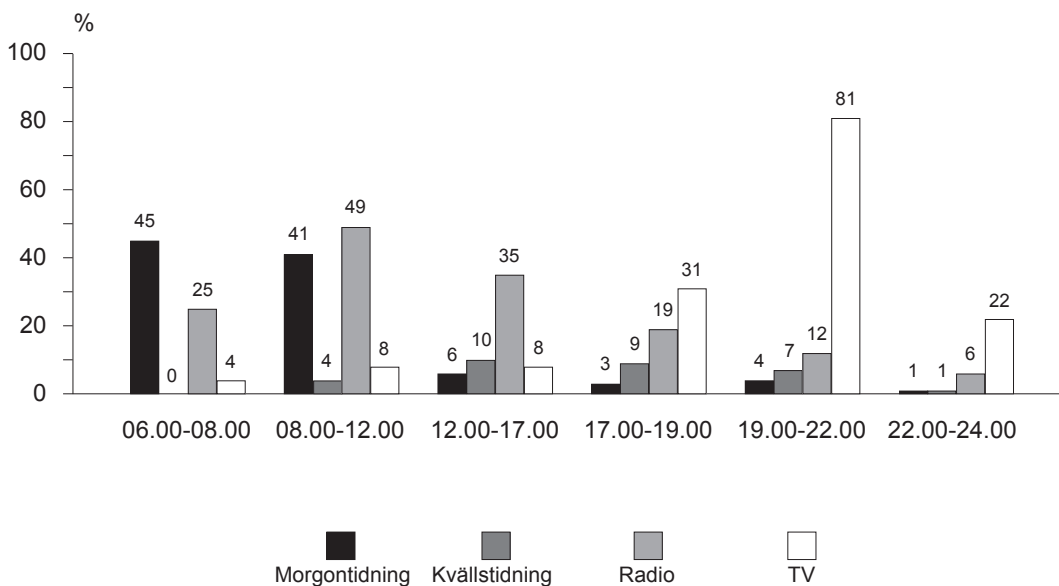
Användning av massmedier *bland ungdomar, 9-24 år*, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2008 (%)



Användning av massmedier *bland medelålders, 35-54 år*, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2008 (%)

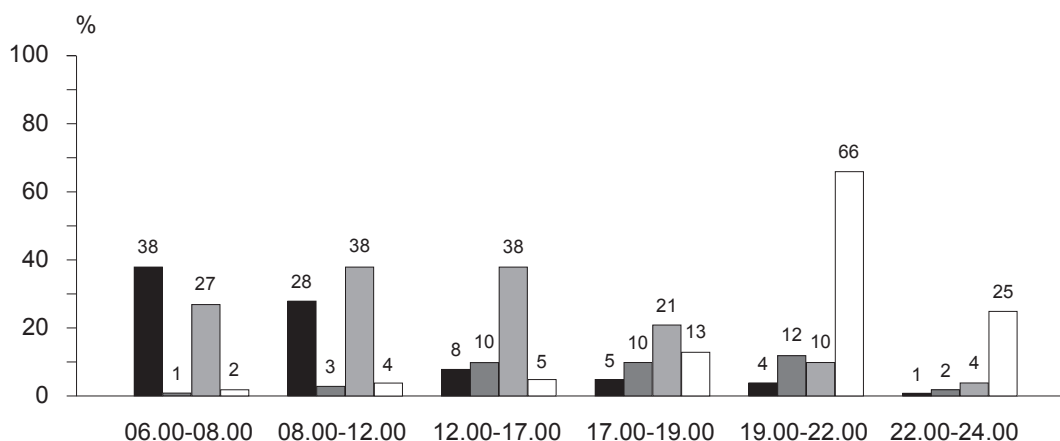


Användning av massmedier *bland äldre, 65-79 år*, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2008 (%)

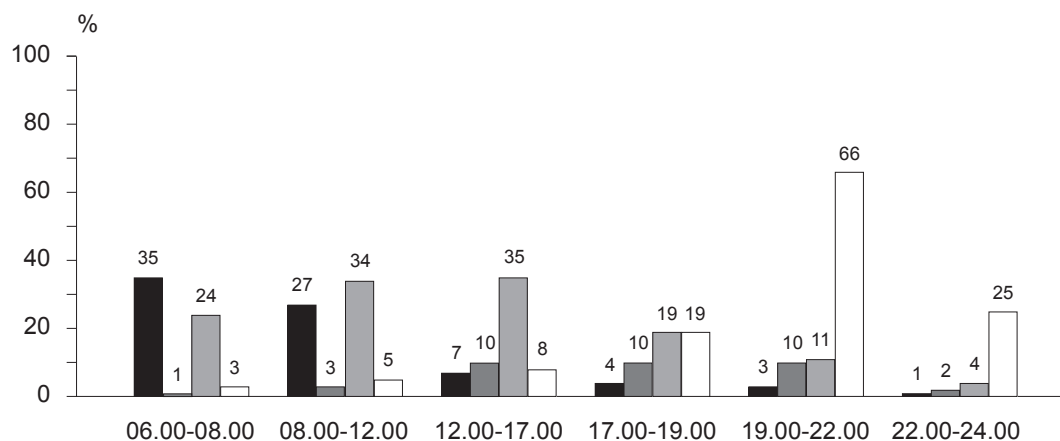


Dagliga medier och tidpunkter för användning 2008

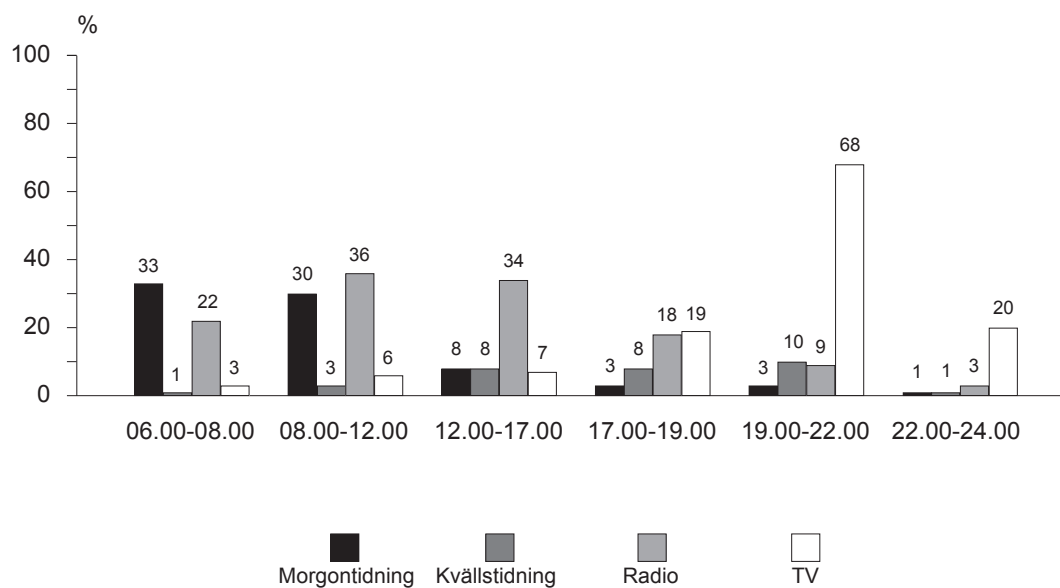
Användning av massmedier *bland förvärvsarbetande, 16-79 år*, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2008 (%)



Användning av massmedier *bland män, 9-79 år*, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2008 (%)



Användning av massmedier *bland kvinnor, 9-79 år*, vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2008 (%)



Tidpunkter för användning 2008

Användning av olika massmedier vid skilda tidpunkter under dagen i befolkningen 9-79 år 2008 (%)

	Totalt	Kön		Ålder					
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	
06.00-08.00									
Enbart morgontidning	22	22	22	12	16	18	26	29	
Enbart kvällstidning	0	0	0	0	0	0	0	0	
Enbart radio	11	11	11	8	8	12	12	10	
Enbart TV	1	1	1	3	1	1	1	2	
Både radio och morgontidning	11	12	11	3	5	9	17	14	
08.00-12.00									
Enbart morgontidning	14	14	15	4	16	15	14	17	
Enbart kvällstidning	1	1	1	1	1	2	0	1	
Enbart radio	21	22	21	6	12	23	26	25	
Enbart TV	2	3	2	8	4	1	1	2	
Både radio och morgontidning	12	11	14	2	5	11	14	22	
12.00-17.00									
Enbart morgontidning	4	3	4	2	3	4	4	3	
Enbart kvällstidning	4	5	4	2	2	5	5	5	
Enbart radio	27	27	26	13	20	29	30	28	
Enbart TV	5	5	4	14	8	3	2	5	
Både radio och TV	2	3	2	3	4	2	2	2	
17.00-19.00									
Enbart morgontidning	2	2	2	0	1	3	2	2	
Enbart kvällstidning	5	5	5	2	3	7	6	4	
Enbart radio	13	13	12	7	10	14	16	9	
Enbart TV	13	13	13	20	14	9	11	22	
Både radio och TV	4	3	4	4	2	2	3	7	
19.00-22.00									
Enbart morgontidning	1	1	1	0	1	1	1	0	
Enbart kvällstidning	2	2	2	1	3	3	3	1	
Enbart radio	4	4	3	2	5	4	4	3	
Enbart TV	52	51	54	49	45	48	54	63	
Både radio och TV	6	7	5	4	6	5	7	10	
22.00-24.00									
Enbart morgontidning	0	0	0	-	-	0	0	1	
Enbart kvällstidning	1	1	1	-	1	1	1	1	
Enbart radio	3	2	3	-	1	2	3	4	
Enbart TV	21	23	19	6	21	24	22	19	
Både radio och TV	1	1	1	-	1	1	1	2	

Tidpunkter och mediekombinationer

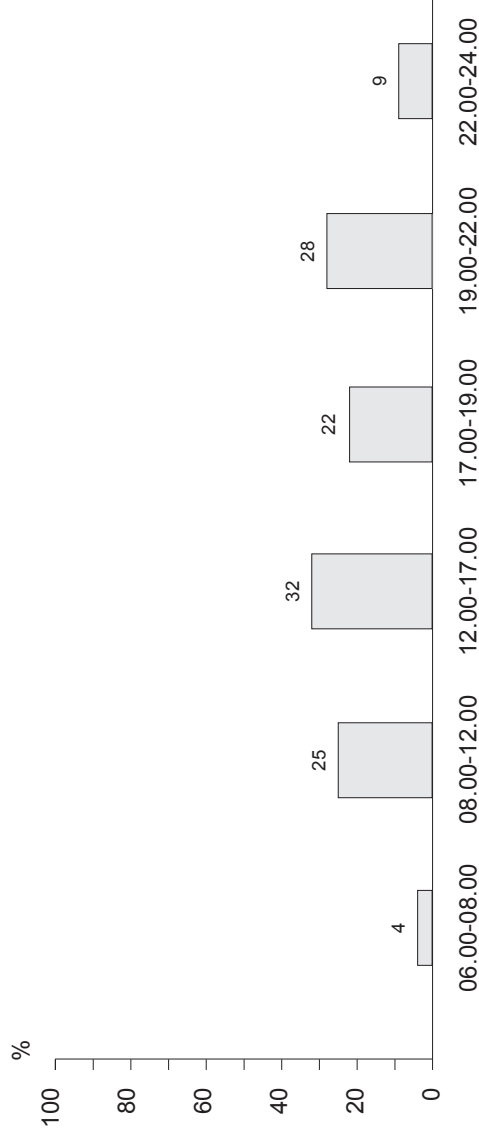
Morgontidningen och radion är de dominerande medierna under förmiddagen. Drygt en av tio svenskar kombinerar dessa medier mellan kl 6 och 8, medan de som enbart lyssnar på radio ökar mellan kl 8 och 12. Särskilt mitt på dagen är radion det enskilda medium som når flest, närmare en tredjedel av befolkningen tar del av enbart radio mellan kl 12 och 17. På kvällen mellan kl 19 och 22 tar över hälften av svenskarna del av TV utan att ägna sig åt något annat medium.

Skilnaderna mellan olika grupper är relativt små. Exempelvis är enbart morgontidning det vanligaste före kl 8 i alla åldrar. Med stigande ålder blir dock medieanvändningen bredare genom att fler av de angivna medierna kombineras. Bland pensionärer märks dessutom att TV-tittandet börjar tidigare på dagen jämfört med andra grupper.

Aven här har mönstret över tid varit stabilt men sedan ett par år tillbaka kan ett minskat TV-tittande bland de unga, 9 till 24-åringarna, noteras.

Internet och tidpunkter för användning 2008

**Användning av internet i hela befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter
en genomsnittlig dag 2008 (%)**



Tidpunkter för internet

Användningen av internet sker under hela dagen och är högst mellan kl 12 och 17. En tredjedel av befolkningen använder internet vid denna tid en genomsnittlig dag. Andelen användare är högst i åldersgruppen 15 till 44 år, ca 40 procent. Samma värde gäller för högt utbildade medan motsvarande siffra för lågutbildade är 18 procent. Männen ägnar sig i högre grad åt internetanvändning än kvinnor oavsett tid på dagen.

Under kvällen är internetanvändningen högst bland ungdomar 15 till 24 år. Tidig kväll, kl 17 till 19, är det bland dessa vanligare att använda internet än att titta på TV. Mellan kl 19 och 22 är användningen 42 procent bland ungdomarna.

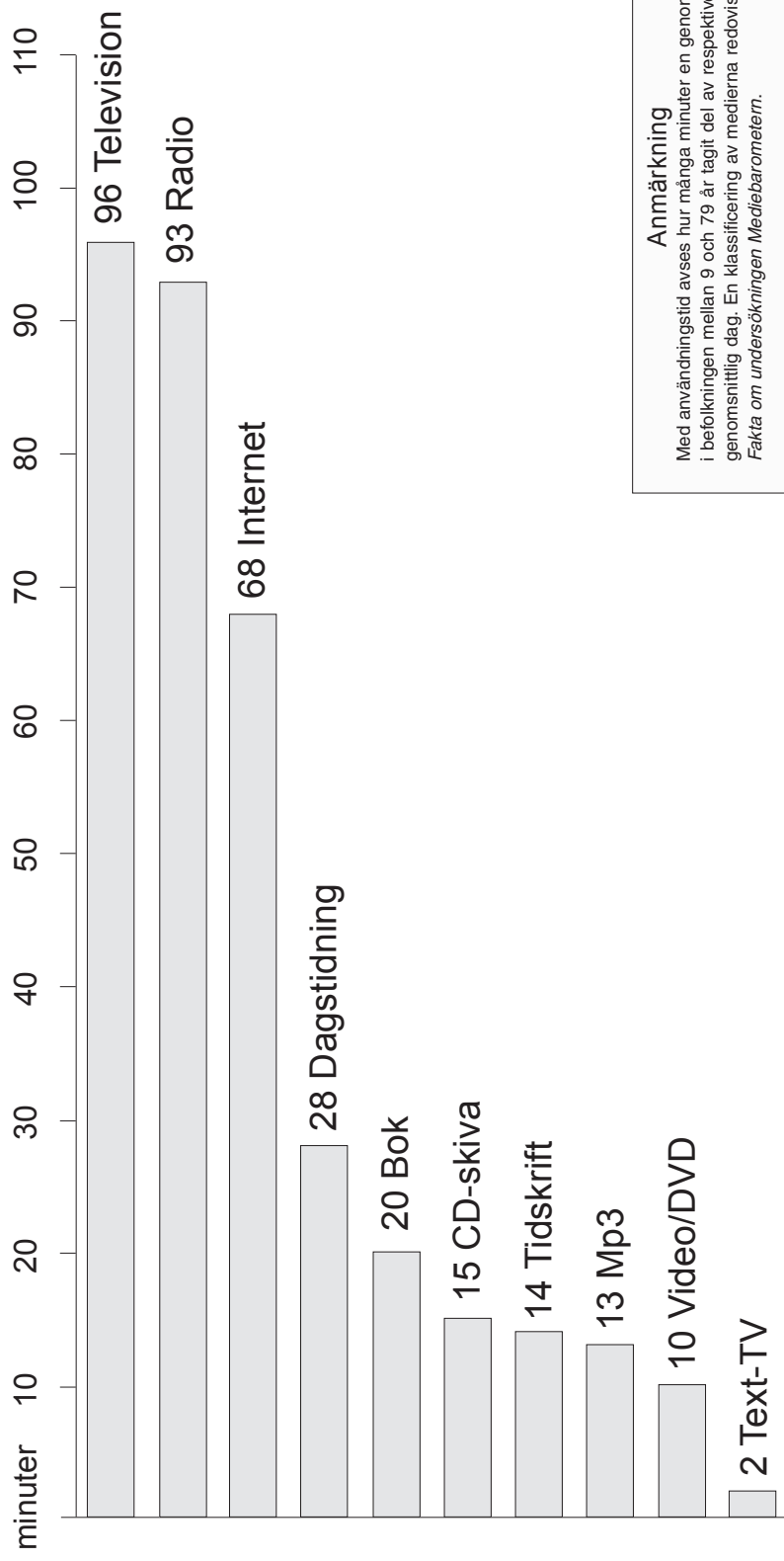
När det gäller internetanvändningen är det viktigt att ha i minnet att internet är en arena som erbjuder fora för kommunikation, information, kunskap, konsumtion, underhållning, opinionsbildning, etc. Endast en del av användningen är medierelaterad. Det är mot den bakgrunden den höga användarandelen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

**Användning av internet i hela befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter
en genomsnittlig dag 2008 (%)**

	Totalt	Kön		Ålder						Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79		Låg	Mellan	Hög
06.00-08.00	4	6	3	1	3	6	6	1		3	5	6
08.00-12.00	25	27	23	10	24	36	26	13		14	24	36
12.00-17.00	32	34	30	26	39	42	33	14		18	32	40
17.00-19.00	22	26	18	22	31	27	19	11		12	22	25
19.00-22.00	28	31	25	24	42	35	24	11		13	28	33
22.00-24.00	9	12	7	4	20	12	7	5		4	8	14

Mediedagen 2008

Användningstid för massmedier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (minuter)



Anmärkning

Med användningstid avses hur många minuter en genomsnittsperson i befolkningen mellan 9 och 79 år tagit del av respektive medium en genomsnittlig dag. En klassificering av medierna redovisas i avsnittet *Fakta om undersökningen Mediebarometern*.

Mediedagen 1979-2008

Användningstid för massmedier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2008 (minuter)

	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Radio ^{1,2}	121	115	111	107	124	–	131	133	129	125	134	126	112	121	111	112	114	131	132	133	133	129	127	124	117	124	105	109	100	93
Kassettband	21	25	25	25	27	23	28	29	27	24	25	22	23	18	16	13	12	10	9	8	7	5	4	4	2	2	2	1	1	..
CD-/grammofonskiva	16	16	15	16	14	13	17	15	16	13	13	14	20	15	19	21	20	21	22	25	23	24	26	25	25	22	20	17	17	15
Mp3	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	7	10	11	13
Television ¹	109	118	95	120	104	104	105	100	120	102	104	106	113	121	104	98	98	97	94	98	98	105	102	102	106	102	96	101	99	96
Text-TV	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2
Video/DVD ¹	0	1	4	4	4	6	6	7	9	7	8	5	4	5	7	9	10	12	10	11	11	10	10	11	11	11	12	11	12	10
Internet	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	10	19	21	23	19	23	25	32	53	61	68
Morgontidning	24	24	24	23	24	24	23	24	24	23	22	22	22	19	21	22	22	21	21	22	21	23	21	21	22	21	21	22	21	21
Kvällstidning	12	12	11	10	10	11	11	10	10	11	9	9	9	7	8	8	7	7	8	7	7	8	8	7	8	8	8	7	7	7
Vecko-/månadstidning	..	8	9	8	10	8	8	7	8	5	7	5	6	5	5	10	10	10	9	11	10	11	12	10	10	10	10	10	10	10
Special-/facktidsskrift	..	7	7	8	8	9	8	8	8	7	6	8	7	5	8	9	8	8	8	8	8	9	5	4	5	4	4	4	4	4
Bok	18	19	19	21	20	22	21	22	23	22	19	20	17	18	18	27	28	22	23	23	20	23	23	21	19	20	21	20	19	20
Totalt	321	345	320	342	345	220	361	355	374	339	347	337	333	334	317	329	329	342	339	359	360	372	364	351	351	351	341	368	365	359

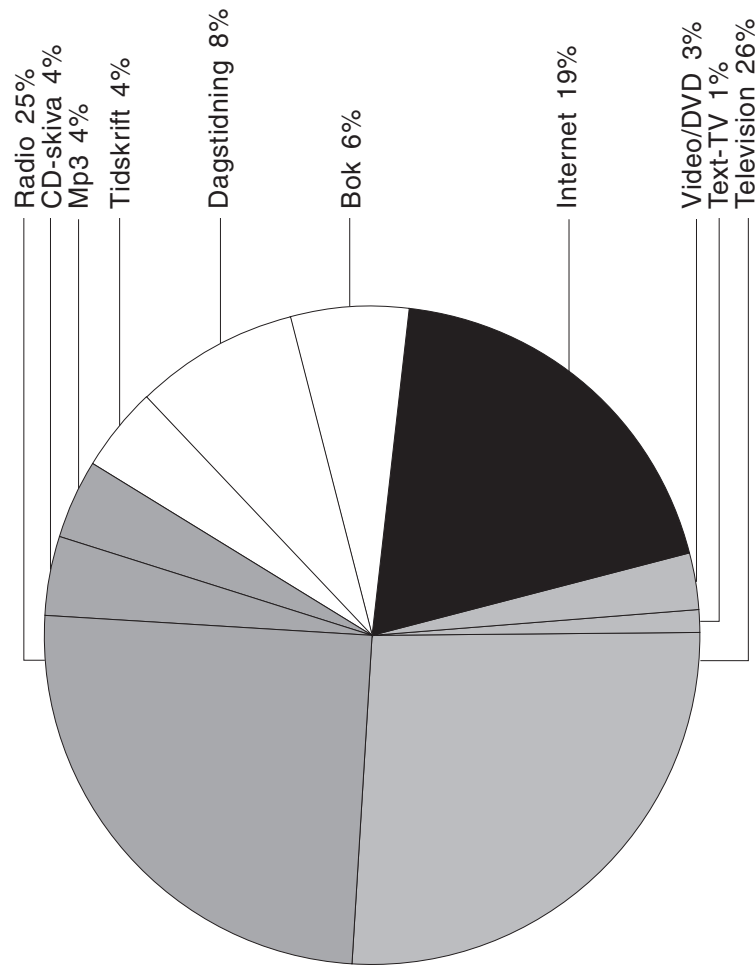
Anm: .. i tabellen innebär att någon fråga om det mediet inte ställdes det året.

2. För att bättre kunna uppskatta andelen som lyssnar på radio under lång tid har radiofrågan utökats med ett alternativ fr o m 1996.

1. Vid jämförelser över tid bör noteras att beräkningen av titlar- 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.

Mediedagen 2008: Brutto 5 timmar och 59 minuter

Den bruttotid som befolkningen 9-79 år ägnar åt massmedier fördelad på olika medier 2008 (%)



359 minuter

Bruttotiden för svenskarnas medieanvändning är ungefär 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 senare år.

Radio och TV dominerar den tid som ägnas massmedier. Radio lyssnandet och TV-tittandet uppgår till vardera 25 respektive 26 procent av den totala medietiden. Användningen av internet utgör 19 procent av bruttotiden och har ökat med några procent de senaste åren.

Ljudmedierna står tillsammans för 33 procent av den tid befolkningen ägnar åt medier under en genomsnittlig dag. En relativt ny företeelse som lyssnande på mp3 uppgår 2008 till 4 procent av den uppgivna bruttotiden.

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

Anmärkning

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

Mediedagen 2008: Befolkningens medietid

Användningstid för olika massmedier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (minuter)

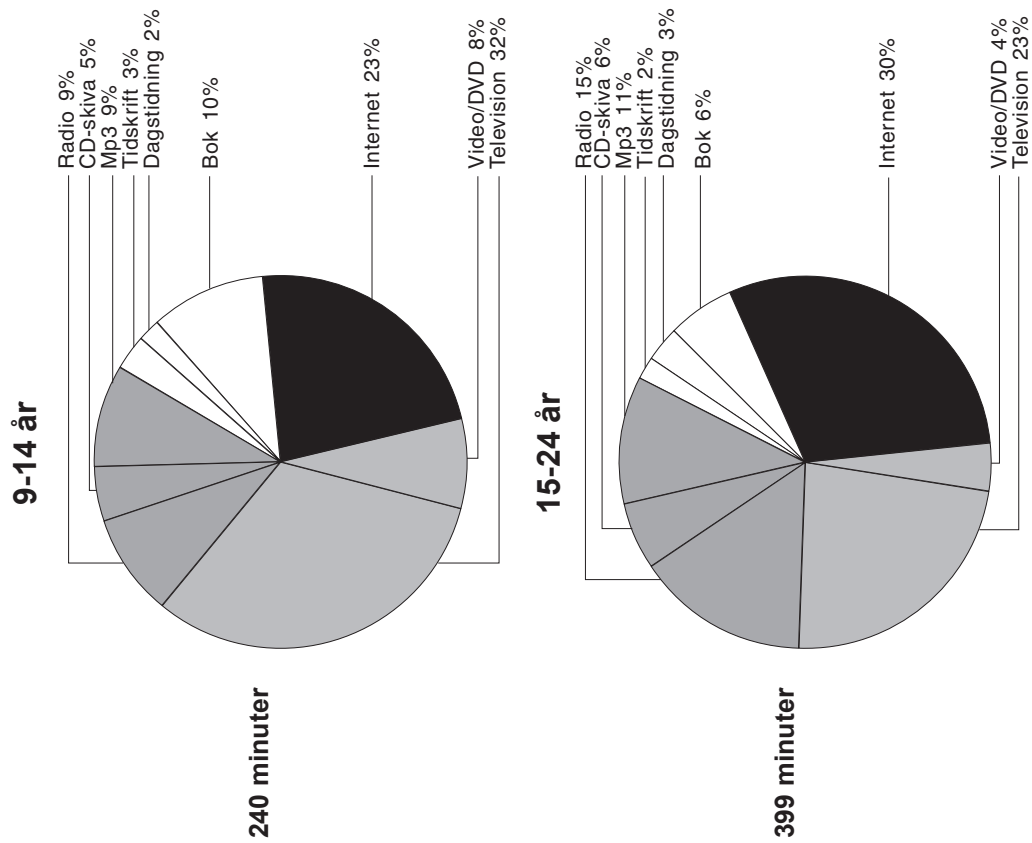
	Totalt	Kön		Ålder				Utbildning			
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Radio	93	94	93	21	60	95	111	121	131	110	85
CD-skiva	15	15	15	11	24	18	14	8	10	18	17
Mp3	13	15	10	22	42	13	4	1	4	13	9
Television	96	97	96	76	90	88	97	124	123	98	87
Text-TV	2	3	2	1	1	3	3	4	3	3	3
Video/DVD	10	10	10	18	17	11	6	4	5	11	8
Internet	68	80	57	54	121	90	57	23	34	66	83
Dagstidning	28	28	28	5	13	24	33	49	38	27	32
Tidskrift	14	12	16	7	9	11	15	23	18	12	16
Bok	20	16	24	25	22	17	18	23	14	17	24
Totalt	359	370	351	240	399	370	358	380	380	375	364

Anm: Tabellen ovan visar hur mycket tid befolkningen mellan 9 och 79 år avsätter för medier en genomsnittlig dag, vilket betyder att även de som inte använder ett medium är inräknade. De som inte tittat på TV räknas följaktligen i tabellen ovan som om de har tittat på TV *no//* minuter.

De som inte har tittat på TV drar alltså ner den genomsnittliga tittartiden i jämförelse med tittartiden bland tittarna.

Mediedagen 2008: Barn och ungdom

Den bruttotid som barn/ungdom ägnar åt massmedier fördelad på olika medier 2008 (%)



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 (399 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 – 30 procent av deras medietid ägnas åt aktiviteter på internet. Det är ungdomarna som ökat sin medietid mest, följt av 25 till 44-åringarna. Barn och gamla ligger kvar på samma tid 2008 som för tio år sedan.

Medier för rörliga bilder tar upp störst andel av de yngstas medietid, 40 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, i de övriga åldersgrupperna utgör de rörliga bildmedierna mellan 25 och 30 procent av medietiden.

För ljudmedierna ökar användningen med ålder. Personer mellan 15 och 64 år ägnar ljudmedier högst andel av sin tid: användning av radio, cd-skivor och mp3 utgör drygt 30 procent av bruttotiden.

Den andel av bruttotiden som avsätts för läsning av tryckta medier är lägst, 11 procent, bland personer mellan 15 och 24 år. Bland personer över 65 år är den högst, 25 procent. Bland de yngsta läsarna rör det sig huvudsakligen om böcker, bland de äldsta om tidningar.

Tillgång till internet via bredband har ökat under de senaste åren och samtidigt har användningstiden ökat. Internet ägnas mest tid bland personer mellan 15 och 24 år och upptar 30 procent av bruttotiden i denna grupp. Sedan 2007 ägnar denna grupp mer tid åt internet än att titta på TV. Lägst ligger internetanvändningen bland ålderspensionärer.

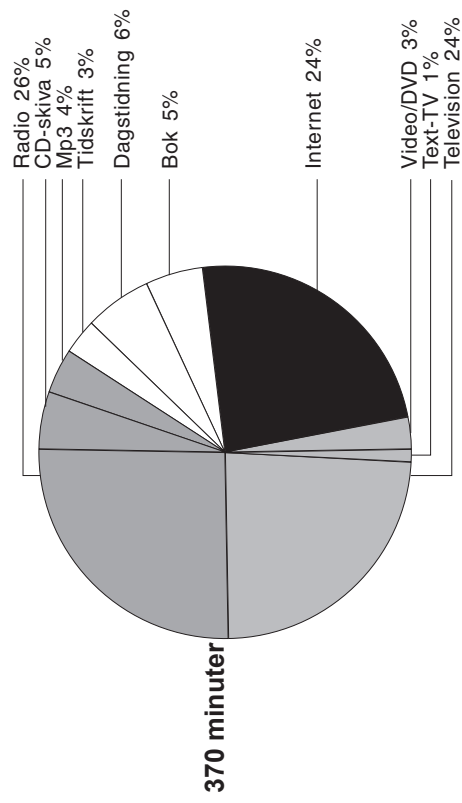
Anmärkning

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

Mediedagen 2008: Vuxna

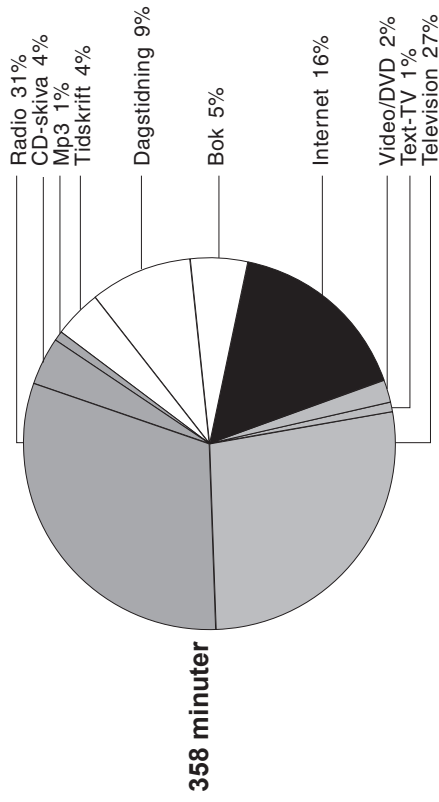
Den bruttotid som vuxna i olika åldrar ägnar åt massmedier fördelad på olika medier 2008 (%)

25-44 år



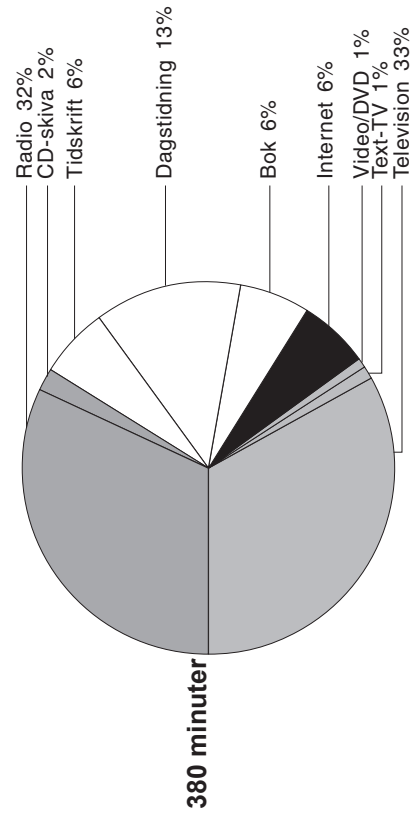
370 minuter

45-64 år



358 minuter

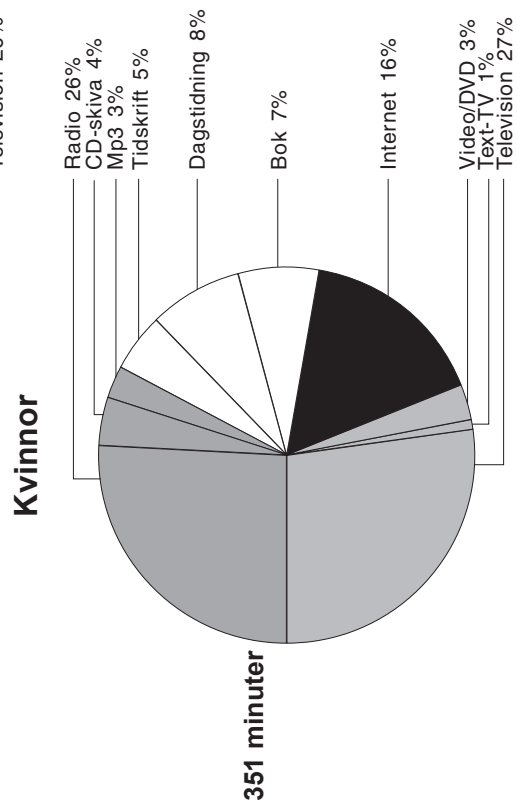
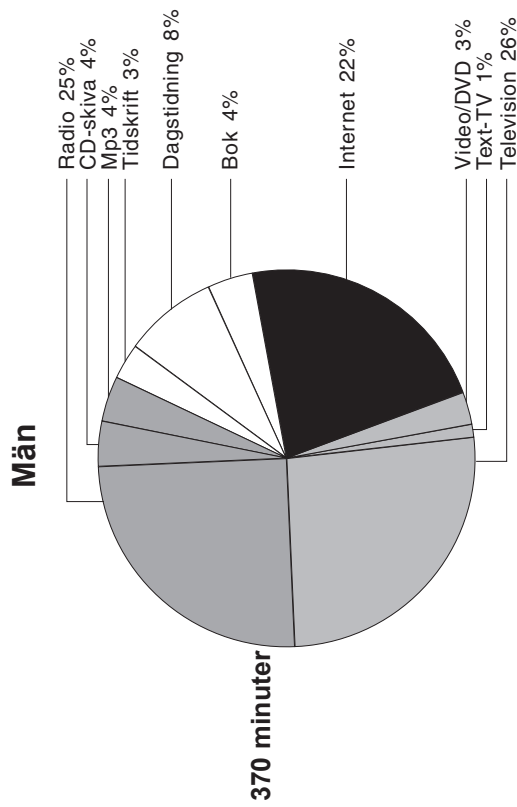
65-79 år



380 minuter

Mediedagen 2008: Män och kvinnor

Den bruttotid som män/kvinnor 9-79 år ägnar åt massmedier fördelad på olika medier 2008 (%)



Män och kvinnor

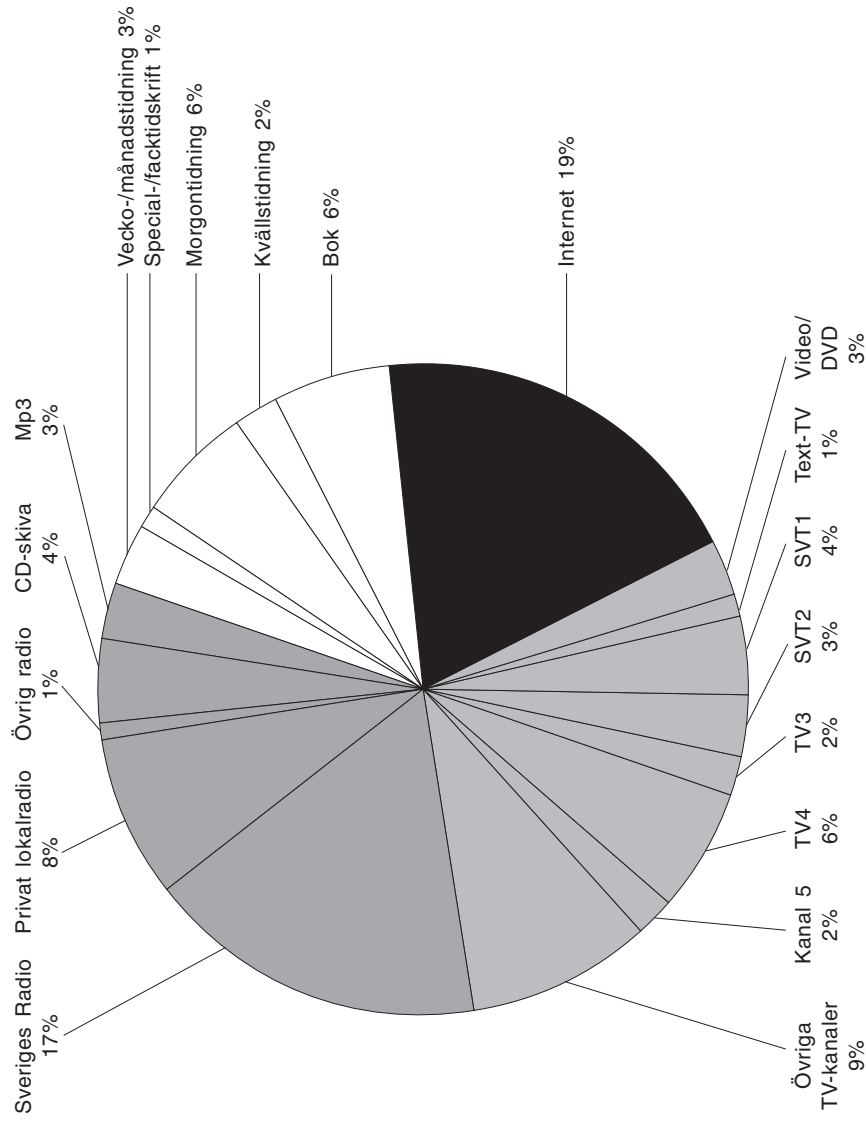
Skillnaden i den bruttotid som ägnas åt medier har tenderat att öka mellan män och kvinnor. Förklaringen kan sökas i internetanvändningen – här kan en påfallande könsskillnad noteras, män ägnar 22 procent av medietiden åt internet och kvinnor 16 procent. Kvinnor ägnar mer tid åt bokläsning samt läsning av tidskrifter än män.

Anmärkning

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

Mediedagen 2008: Medier och kanaler

Beräknad medieanvändning i tid fördelad på olika medier och kanaler¹ i befolkningen 9-79 år 2008 (%)



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 populärtidningar, ett åttiotal morgontidningar och flera hundra facktidsskrifter 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. Ljudradio består vid sidan av Sveriges Radios fyra kanaler av ca 90 lokala privat-radiostationer.

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

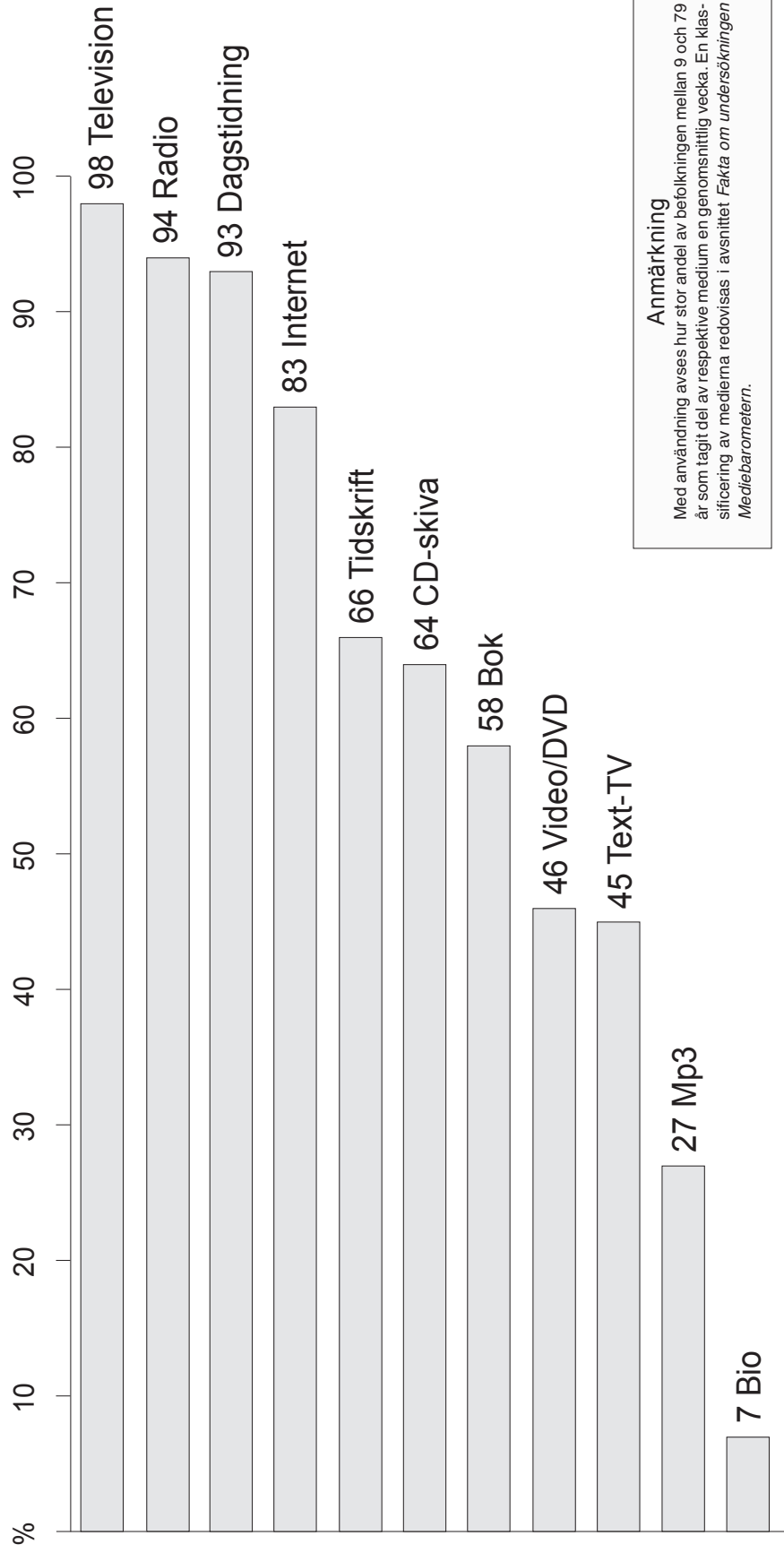
Not

1. Figuren är en beräkning där Mediebarometerns bruttotid för radio och TV fördelats på grundval av uppgifter från räckviddsstudier för respektive medium 2008.

Källor: Sifo Media (radio), MMS (TV).

Medieveckan 2008

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig vecka 2008 (%)



Anmärkning

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

Medieveckan 1991-2008

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig vecka 1991-2008 (%)

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

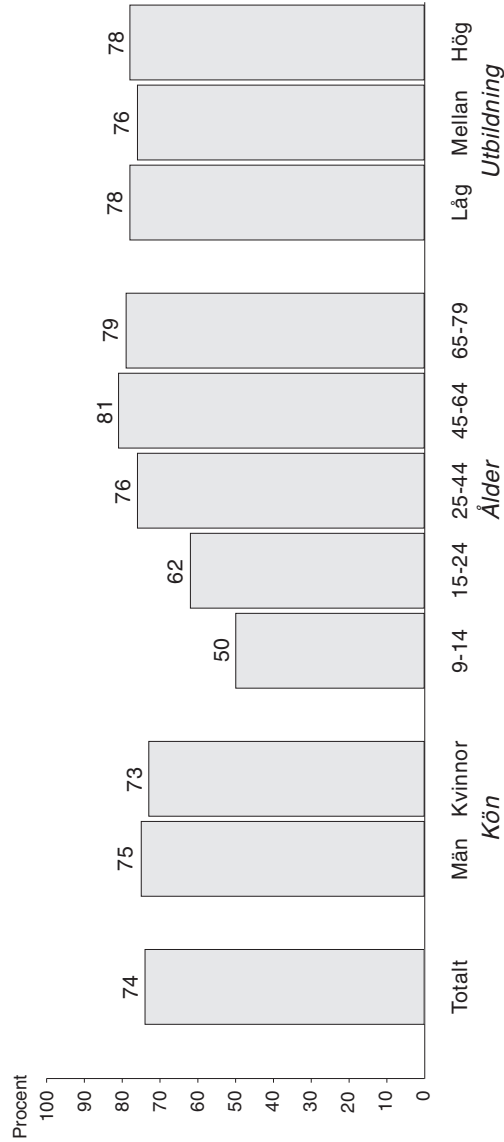
2. Fram till och med 1993 gällde frågan veckotidningar, från och med 1994 har med tanke på tidskriftsmarknadens förändring även månadstidningar explicit angivits i frågan.

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/fack-tidskrifter.

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 2008 (procent)



Totalt Män Kvinnor
Kön

Låg Mellan Hög
Utbildning

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2008 (procent)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		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
1983	71	73	70	55	69	75	74	71	72	74	75
1985	73	76	71	40	73	80	79	73	78	76	80
1987	77	76	77	39	71	84	85	79	84	78	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
2006	74	73	74	54	58	75	79	83	77	77	77
2007	77	77	76	58	65	77	83	83	84	78	78
2008	74	75	73	50	62	76	81	79	78	76	78

Lyssnar på radio

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

Andelen lyssnare ökade successivt fram till i mitten av 1990-talet. Ökningen slog igenom i samtliga grupper, men var mest framträdande bland 9 till 14-åringar där radion tidigare hade en relativt sett svag position. Tillkomsten av privat lokalradio är en trolig förklaring till förändringen. Under början av 2000-talet sjönk andelen radiolyssnare något men har därefter stabiliserats kring 75 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.

Andel som lyssnar en genomsnittlig dag 2008 (procent)

Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	%	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	%
	Vuxna 18-79 år	74	Tjänstemän		80
	Barn/ungdom 9-17 år	77	Högre tjänstemän/akademiker		80
		54	Egna företagare		77
Kön	Män 9-79 år	75	Pensionärer		81
	Kvinnor 9-79 år	73	Studerande		79
			Arbetslösa ¹		60
	Män 18-79 år	80	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	78
	Kvinnor 18-79 år	75	(18-79 år)		
	Pojkar 9-17 år	50	Två personer (18 år och äldre)		76
	Flickor 9-17 år	58	Tre eller fler (18 år och äldre)		79
Ålder	9-14 år	50	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	71
	15-19 år	60		Äldre vuxna (45-79 år)	67
	20-24 år	65		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	81
	25-34 år	73		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	78
	35-44 år	78	Hushåll (9-79 år)	En person	76
	45-54 år	81		Två personer	79
	55-64 år	82		Tre personer	70
	65-79 år	79		Fyra personer eller fler	70
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	80	Hemort (9-79 år)	Större städer	71
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	78		Södra mellanbygden	75
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	80		Norra tätbygden	75
	Gymnasial utbildning > 2 år	76		Norra glesbygden	76
	Högskola/universitet ≤ 3 år	78		Stockholm, Södertälje A-region	77
	Högskola/universitet > 3 år	78		Göteborgs A-region	73
				Malmö/Lund/Trelleborg	71

Radiolyssnaren

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

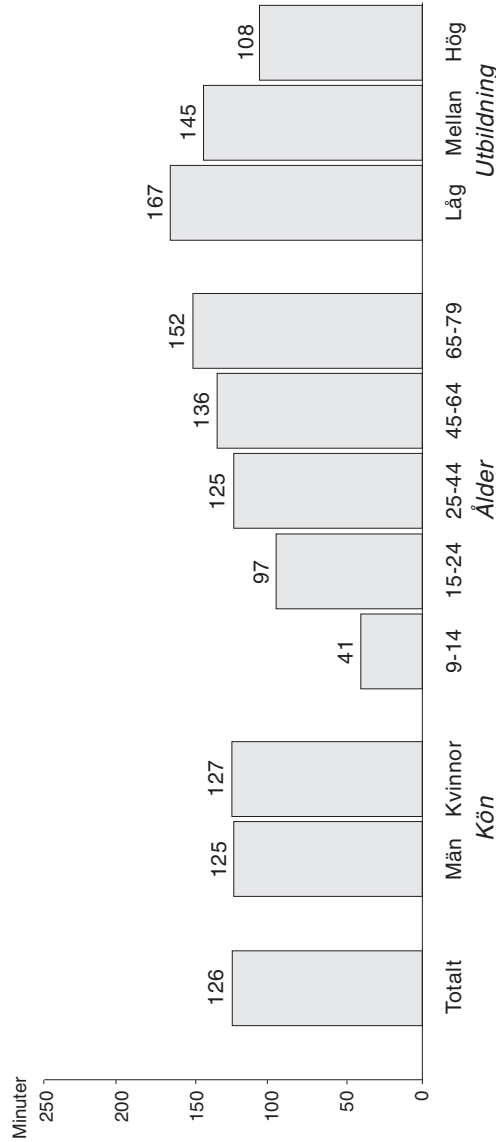
Mönstren i radiolyssnandet har varit mycket likartade under den senaste tioårsperioden.

Anmärkning

Med radiolyssnande avses all användning av radio 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. Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Lyssnartid bland lyssnare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (minuter)**Lyssnartid bland lyssnare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2008 (minuter)**

År	Kön			Ålder			Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	Låg	Mellan	Hög
1986 ²	180	175	182	70	158	196	211	178	138
1987 ²	168	168	170	66	182	181	184	181	150
1989 ²	176	167	188	74	160	191	199	194	149
1991 ²	146	139	155	60	145	176	164	170	126
1993	144	134	153	57	152	160	163	160	121
1995	142	134	151	58	135	157	170	155	106
1997 ³	162	148	173	87	131	180	195	177	121
1999 ³	165	162	168	90	135	179	216	188	115
2001 ³	161	152	170	66	127	171	212	179	123
2003 ³	148	145	151	47	115	154	191	169	116
2005 ³	141	132	149	55	94	151	182	162	116
2006 ³	149	144	154	57	98	150	196	168	133
2007 ³	130	130	130	42	83	133	178	146	112
2008 ³	126	125	127	41	97	125	167	145	108

Lyssnartid bland lyssnarna

Den radiolyssnande svenskens genomsnittliga lyssnartid uppgår till drygt 2 timmar. Inget annat medium ägnas så lång tid. En viktig förklaring är att det ofta handlar om ett bakgrundslyssnande.

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

Sedan början av 2000-talet kan en viss minskning av lyssnartiden konstateras.

Anmärkning

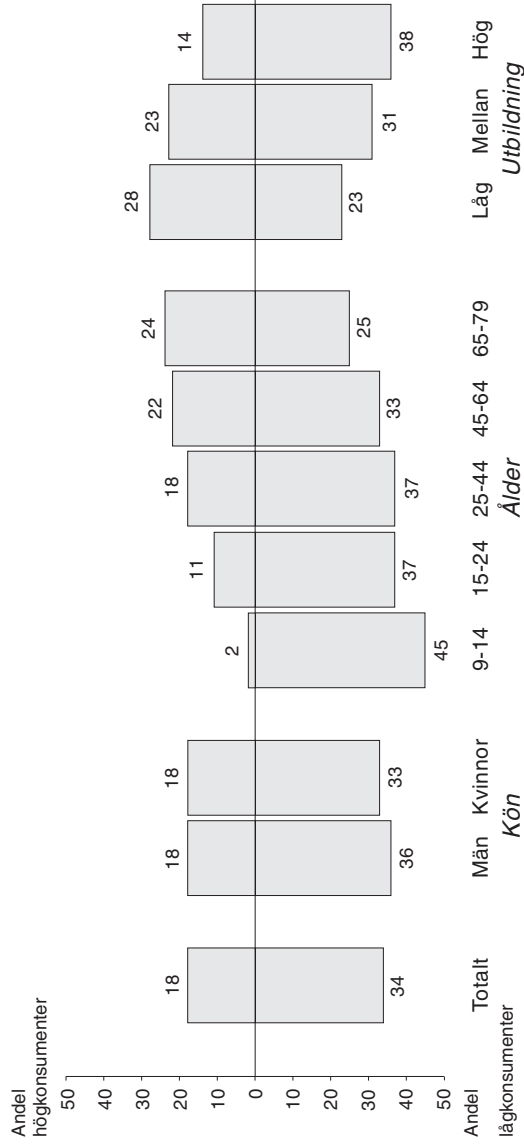
Med radiolyssnande avses all användning av radio vilket inkluderar såväl webbradio som poddradio oavsett om lyssnandet är aktivt eller mer passivt, vilket betyder att exempelvis arbetsplatslyssnande och radiolyssnande i bilen inkluderas.

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 *Medledagen 2008: Befolkningens medletid*.

Noter

1. Den genomsnittliga lyssnartiden bland dem som lyssnar på radio.
2. Vid jämförelser över tid bör noteras att beräkningen av lyssnartiden före 1993 byggde på en fråga där svarspersonerna fick ange mellan vilka tidpunkter de lyssnat på radio, därefter har svarspersonerna själva fått uppskatta sin användningstid. Den angivna tiden har kategoriserats inom fasta tidsangivelser. För beräkning av lyssnartiden fr o m 1993 se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*.
3. För att bättre kunna uppskatta andelen som lyssnar på radio under lång tid har frågan om tiden för radiolyssnandet utökats med ett tidsintervall fr o m 1996.

Hög- och lågkonsumenter¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)



Radiolyssnandet

Andelen relativa högkonsumenter av radio är något lägre än andelen relativa lågkonsumenter – 18 respektive 34 procent. Andelen högkonsumenter är som högst bland de lågutbildade och de äldsta och som lägst bland barnen.

De flesta lyssnar i vanlig radio, 63 procent, eller i bilradio 43 procent. Lyssnande via internet och mobiltelefon uppgår till 4 respektive 3 procent av befolkningen en genomsnittlig dag. Andelarna är förhållandevis höga bland ungdomar och personer mellan 25 och 44 år. Här är det 18 respektive 12 procent som lyssnar på radio via internet, mobiltelefon eller mp3.

Nästan hela befolkningen lyssnar på radio minst någon gång per vecka. Skillnaderna är små mellan olika grupper. Även i den yngsta åldersgruppen, 9 till 14 år, där lyssnandet en genomsnittlig dag är relativt lågt, når andelen radiolyssnare upp till 85 procent en genomsnittlig vecka. Detta mönster har varit i stort sett stabilt under den gångna tioårsperioden.

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2008 (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	18	19	17	35	23	17	16	10	11	16	18
½-1 tim	16	16	16	9	14	19	18	14	12	16	20
1-2 tim	13	13	14	2	10	13	17	16	15	13	17
2-3 tim	8	8	9	1	4	8	9	15	12	9	8
3-4 tim	5	5	5	0	3	4	6	8	8	6	4
4-5 tim	3	3	3	0	2	3	4	4	4	4	3
5-6 tim	2	2	2	1	1	2	3	3	4	3	2
Mer än 6 tim	8	8	8	1	5	8	9	9	12	11	5
Lyssnade i:											
Vanlig radio	63	57	68	42	49	53	66	87	77	61	62
Bilradio	43	48	38	56	40	53	45	21	31	45	46
Radio via Internet	4	5	3	3	10	6	3	1	2	4	5
Mobiltelefon	3	3	3	3	6	4	2	1	2	3	3
Mp3/Ipod	2	2	1	–	2	2	1	1	1	2	2
Genomsnittlig vecka	93	94	93	85	90	94	96	94	94	94	95

Anmärkning

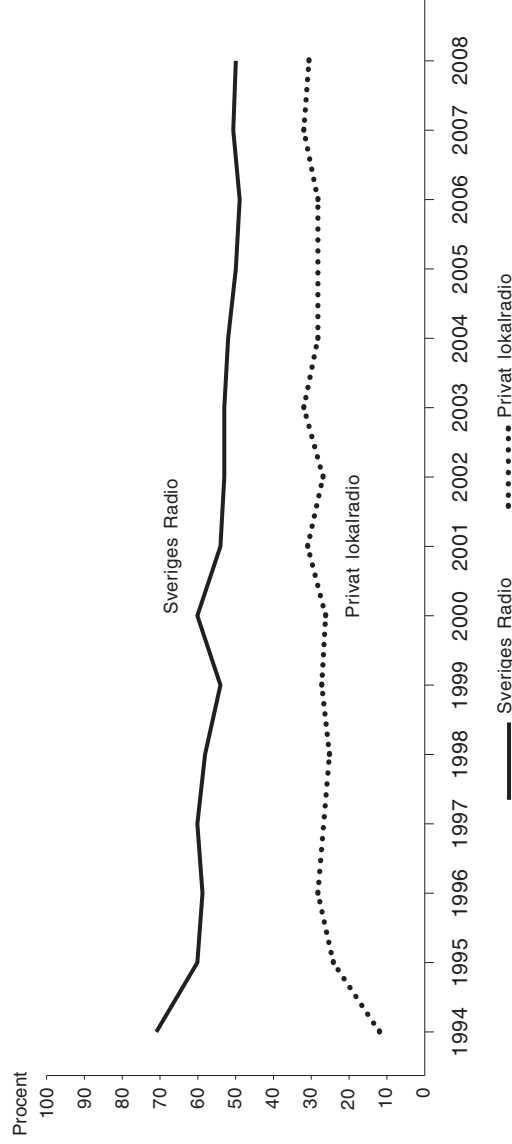
Med radiolyssnande avses all användning av radio vilket inkluderar såväl webbradio som poddradio oavsett om lyssnandet är aktivt eller mer passivt, vilket betyder att exempelvis arbetsplatslyssnande och radiolyssnande i bilen inkluderas.

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

Not

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

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1994-2008 (procent)



Sveriges Radio och privat lokalradio

Tre fjärdedelar 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 detta stabiliserats kring 50 procent. Motsvarande siffra för den privata lokalradion ligger sedan början av 2000-talet kring 30 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.

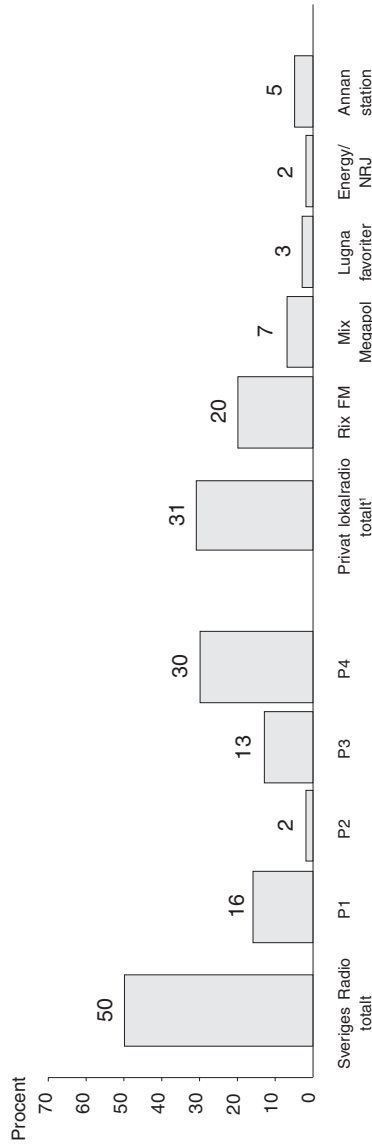
Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1994-2008 (procent)

	Totalt	Sveriges Radio	Privat lokalradio ¹
1994	82	71	12
1995	80	60	24
1996	81	59	28
1997	82	60	27
1998	80	57	25
1999	80	54	27
2000	80	60	26
2001	79	54	31
2002	79	53	27
2003	79	53	32
2004	73	52	28
2005	74	50	28
2006	74	49	28
2007	77	51	32
2008	74	50	31

Not

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

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder								Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög			
Sveriges Radio totalt	50	53	47	9	22	44	64	75	34	42	52			
P1	16	17	15	2	1	11	21	34	15	12	27			
P2	2	2	2	-	-	1	2	7	2	1	3			
P3	13	14	12	4	17	21	11	4	9	14	16			
P4 totalt	30	33	27	4	6	22	44	49	53	31	28			
P4 – lokalt	23	25	21	3	4	17	34	37	41	23	22			
P4 – riks	8	9	8	2	2	6	12	14	15	9	7			
Privat lokalradio totalt¹	31	30	33	38	45	44	27	6	17	36	30			
RIX FM	20	18	21	29	27	29	15	3	8	22	19			
Mix Megapol	7	7	7	5	10	12	6	1	4	10	6			
Lugna favoriter	3	3	3	1	4	3	5	1	2	4	4			
NRJ	2	2	2	3	6	3	1	-	1	2	2			
Annan station	5	6	5	6	9	7	3	2	4	5	5			

Olika kanalers räckvidd

Den privata radion har sin styrka bland barn, ungdomar och 25 till 44-åringar där Sveriges Radios kanaler är som svagast. I den yngsta åldersgruppen är andelen lyssnare på privat radio mer än fyra gånger så hög som på Sveriges Radios kanaler. Omvänt förhållande gäller för de äldre åldersgrupperna, där Sveriges Radio når betydligt fler – bland pensionärerna 75 procent i jämförelse med den privata radions 6 procent. Mönstret har varit detsamma de senaste åren.

Sveriges Radios P4 är, med sina 30 procent lyssnare en genomsnittlig dag, den klart största enskilda kanalen. Andelarna som lyssnar på P1 och P3 är 16 respektive 13 procent. Det är lägre än vad den största av de privata radiokanalerna – Rix FM – har, 20 procent. Det bör samtidigt beaktas att medan Sveriges Radios kanaler i princip når hela befolkningen finns det skillnader i mottagningsområdena för de privata kanalerna.

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

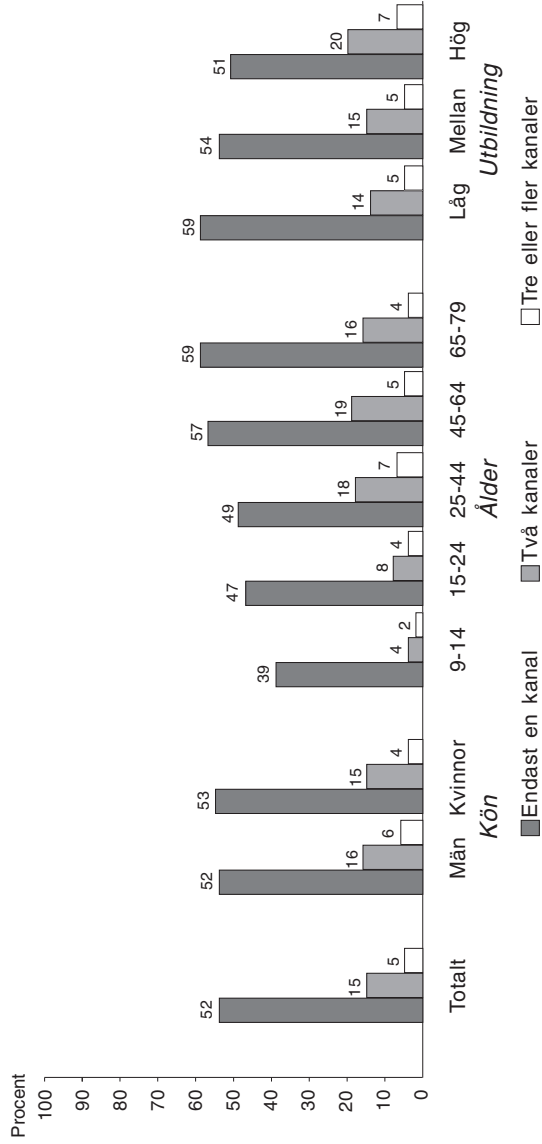
Anmärkning

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

Not

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

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008: antal kanaler (procent)



Antalet radiokanaler

Över hälften av befolkningen lyssnar en genomsnittlig dag till enbart en radiokanal. Endast 4 procent har lyssnat på tre eller fler kanaler.

Andelen "enkanallyssnare" dominerar i samtliga grupper. Andelen flerkanalssnare i befolkningen är högst bland 25 till 44-åringar, 25 procent, och bland högst utbildade, 27 procent. Det genomsnittliga antalet kanaler som lyssnarna tagit del av uppvisar inte någon större variation och andelen har legat stabilt omkring 1,4 kanaler sedan början av 2000-talet. Genomsnittssnarna tenderar att antingen lyssna på Sveriges Radio (de äldre) eller på privat lokalradio (de yngre).

Anmärkning

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

Flerkanallyssnare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Lyssnar på											
endast en kanal	52	52	53	39	47	49	57	59	59	54	51
två kanaler	15	16	15	4	8	18	19	16	14	15	20
tre eller fler kanaler	5	6	4	2	4	7	5	4	5	5	7
Genomsnittligt antal kanaler bland lyssnare	1,4	1,4	1,3	1,2	1,3	1,5	1,4	1,3	1,3	1,4	1,5
Kanalkombinationer											
Enbart Sveriges radio	41	43	39	7	15	30	54	73	60	39	47
Enbart privatradio	23	20	25	36	38	30	16	3	11	26	19
Sveriges Radio och privatradio ²	9	10	8	2	7	14	11	3	6	10	12
P1 och P3	2	2	2	1	1	3	2	1	2	1	4
P1 och P4	5	5	4	1	0	2	6	11	6	4	6
P3 och P4	3	4	2	1	1	4	4	2	3	3	3
P3 och privatradio ²	4	4	4	1	5	8	3	1	2	5	5
P4 och privatradio ²	5	6	4	1	2	7	7	2	5	6	6

Noter

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

Andel som lyssnar på Sveriges radio (A) samt privat lokalradio (B) en genomsnittlig dag 2008 (procent)

Totalt	A	B	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	A	B
Totala befolkningen 9-79 år	50	31			53	37
Vuxna 18-79 år	56	30		Tjänstemän	55	38
Barn/ungdom 9-17 år	11	41		Högre tjänstemän/akademiker	61	30
				Egna företagare	55	34
Kön				Pensionärer	75	8
Män 9-79 år	53	30		Studerande	24	41
Kvinnor 9-79 år	47	33		Arbetslösa ¹	53	32
			Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	58	25
Män 18-79 år	61	29		Två personer (18 år och äldre)	60	29
Kvinnor 18-79 år	52	31		Tre eller fler (18 år och äldre)	43	38
Pojkar 9-17 år	11	37				
Flickor 9-17 år	11	46				
Ålder			Familj (18-79 år)			
9-14 år	9	38	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)		39	37
15-19 år	18	46	Äldre vuxna (45-79 år)		72	15
20-24 år	29	43	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)		45	45
25-34 år	42	42	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)		42	48
35-44 år	47	46				
45-54 år	57	36	Hushåll (9-79 år)	En person	62	21
55-64 år	72	18		Två personer	67	19
65-79 år	76	6		Tre personer	40	37
				Fyra personer eller fler	34	45
Utbildning (16-79 år)			Hemort (9-79 år)			
Förgymnasial utbildning < 9 år	71	14	Större städer		50	32
Förgymnasial utbildning 9-10 år	61	23	Södra mellanbygden		52	30
Gymnasial utbildning ≤ 2 år	54	36	Norra tätbygden		51	37
Gymnasial utbildning > 2 år	49	36	Norra glesbygden		64	20
Högskola/universitet ≤ 3 år	57	34	Stockholm, Södertälje A-region		45	32
Högskola/universitet > 3 år	61	27	Göteborgs A-region		46	34
			Malmö/Lund/Trelleborg		47	30

Not

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

Andel som lyssnar på Sveriges Radio och privat lokalradio

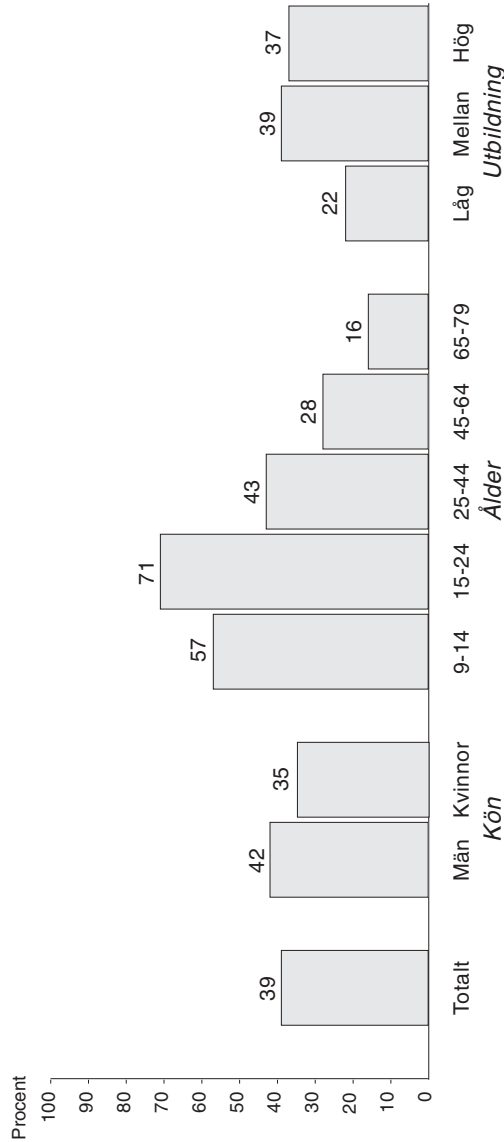
Utmärkande för andelen lyssnare på Sveriges Radios kanaler är den höga andelen lyssnare bland pensionärer, 75 procent, och de låga lyssnarandelarna bland barn och ungdomar, 9 respektive 18 procent. Ju äldre man är desto mer lyssnar man på Sveriges Radio. De unga däremot lyssnar mer på privatradio än Sveriges Radio och så förhåller det sig upp till 40-årsåldern.

Andelen lyssnare på Sveriges Radio är också något högre utanför storstadsregionerna. I norra glesbygden är andelen lyssnare 64 procent och i Stockholmsregionen är andelen 45 procent.

CD-skiva och mp3

39%

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2008 (procent)

Genomsnittlig dag	Kön		Ålder							Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög	
CD-skiva och/eller mp3	39	42	35	57	71	43	28	16	22	39	37	
Enbart CD-skiva	21	21	21	20	18	26	22	15	16	22	25	
Enbart mp3	12	15	9	27	37	11	4	0	4	11	8	
CD-skiva och mp3	6	6	5	10	16	6	2	1	2	7	4	
Lyssnartid, genomsnittligt antal minuter												
I befolkningen	28	30	26	33	66	31	18	9	14	31	26	
Bland lyssnare	72	72	73	56	93	72	64	55	65	79	69	
Genomsnittlig vecka	72	73	71	79	89	81	68	50	55	75	73	
Genomsnittlig månad	88	88	87	94	97	93	86	71	76	89	89	

Lyssnar på CD-skiva och mp3

Närmare 40 procent av befolkningen har lyssnat på CD-skiva eller mp3-spelare en genomsnittlig dag 2008. I åldersgruppen 15 till 24 år uppgår lyssnandet till drygt 70 procent, mp3-spelaren utgör här huvuddelen. 6 procent lyssnar både på CD-skiva och mp3-spelare under en dag men bland de unga är motsvarande siffra 16 procent och för barnen 10 procent – i övriga grupper är det ovanligt att kombinera de olika teknikerna för att lyssna på ljudinspelningar.

Andel som lyssnar en genomsnittlig dag 2008 (procent)

Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	%	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	%
	Vuxna 18-79 år	39	Tjänstemän		33
	Barn/ungdom 9-17 år	35	Högre tjänstemän/akademiker		36
		61	Egna företagare		42
Kön	Män 9-79 år	42	Pensionärer		36
	Kvinnor 9-79 år	35	Studerande		17
			Arbetslösa ¹		72
					49
	Män 18-79 år	38	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	31
	Kvinnor 18-79 år	32	(18-79 år)	Två personer (18 år och äldre)	32
	Pojkar 9-17 år	63		Tre eller fler (18 år och äldre)	50
	Flickor 9-17 år	60			
Ålder	9-14 år	57	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	55
	15-19 år	73		Äldre vuxna (45-79 år)	22
	20-24 år	68		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	44
	25-34 år	46		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	41
	35-44 år	41	Hushåll (9-79 år)	En person	31
	45-54 år	31		Två personer	26
	55-64 år	25		Tre personer	49
	65-79 år	16		Fyra personer eller fler	48
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	17	Hemort (9-79 år)	Större städer	38
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	30		Södra mellanbygden	36
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	30		Norra tätbygden	36
	Gymnasial utbildning > 2 år	40		Norra glesbygden	34
	Högskola/universitet ≤ 3 år	34		Stockholm, Södertälje A-region	41
	Högskola/universitet > 3 år	39		Göteborgs A-region	44
				Malmö/Lund/Trelleborg	43

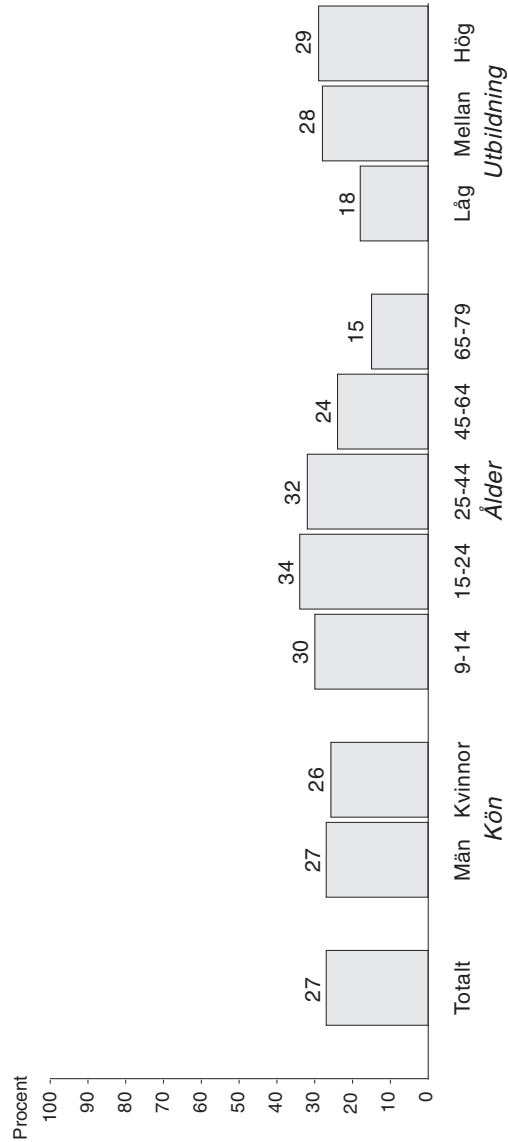
Not

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

Andel som lyssnar en genomsnittlig dag

Det är framför allt ungdomar, 15 till 24 år, som lyssnar på CD och/eller mp3-spelare en genomsnittlig dag 2008. Här uppgår andelen lyssnare till närmare tre fjärdedelar. Andelen lyssnare sjunker med stigande ålder. Bland dem över 55 år är det knappt en femtedel som lyssnar på fonogram en vanlig dag. I storstadsregionerna Stockholm, Göteborg och Malmö är lyssnandet något högre än i övriga Sverige.

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)



Lyssnande på CD-skiva

En genomsnittlig dag lyssnar 27 procent av befolkningen på CD-skiva. Fem år tidigare var motsvarande siffra 38 procent. Minskningen märks särskilt bland barn och ungdomar. Men fortfarande återfinns de flesta lyssnarna bland ungdomar mellan 15 och 24 år och bland 25 till 44-åringar (34 respektive 32 procent). Den vikande trenden förklaras av övergången från CD till mp3.

Anmärkning

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

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2008 (procent)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		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
1983 ¹	20	21	20	22	48	22	9	3	14	30	23
1985 ¹	22	24	20	28	48	24	10	3	13	26	33
1987 ¹	21	21	20	23	47	21	12	5	13	27	28
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
2006	31	31	32	35	40	37	28	19	19	33	36
2007	29	29	30	31	37	36	29	14	17	32	33
2008	27	27	26	30	34	32	24	15	18	28	29

Not

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

Andel som lyssnar en genomsnittlig dag 2008 (procent)

Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	%	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	%
	Vuxna 18-79 år	27		Tjänstemän	26
	Barn/ungdom 9-17 år	26		Högre tjänstemän/akademiker	27
		28		Egna företagare	33
Kön	Män 9-79 år	27		Pensionärer	29
	Kvinnor 9-79 år	26		Studerande	17
				Arbetslösa ¹	39
		33			33
	Män 18-79 år	27		En person (18 år och äldre)	24
	Kvinnor 18-79 år	26		Två personer (18 år och äldre)	25
	Pojkar 9-17 år	23		Tre eller fler (18 år och äldre)	34
	Flickor 9-17 år	32			
Ålder	9-14 år	30	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	35
	15-19 år	28		Äldre vuxna (45-79 år)	19
	20-24 år	43		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	31
	25-34 år	32		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	33
	35-44 år	32			
	45-54 år	26	Hushåll (9-79 år)	En person	24
	55-64 år	22		Två personer	20
	65-79 år	15		Tre personer	32
				Fyra personer eller fler	31
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	15	Hemort (9-79 år)	Större städer	28
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	24		Södra mellanbygden	26
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	25		Norra tätbygden	23
	Gymnasial utbildning > 2 år	30		Norra glesbygden	23
	Högskola/universitet ≤ 3 år	26		Stockholm, Södertälje A-region	27
	Högskola/universitet > 3 år	31		Göteborgs A-region	29
				Malmö/Lund/Trelleborg	30

CD-lyssnaren

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

Det är små skillnader mellan män och kvinnor. Andelen lyssnare i grupperna yngre vuxna utan barn, särskilt studerande, och högre tjänstemän/akademiker ligger över genomsnittet. Även i gruppen föräldrar med hemmavarande barn är lyssnandet relativt högt.

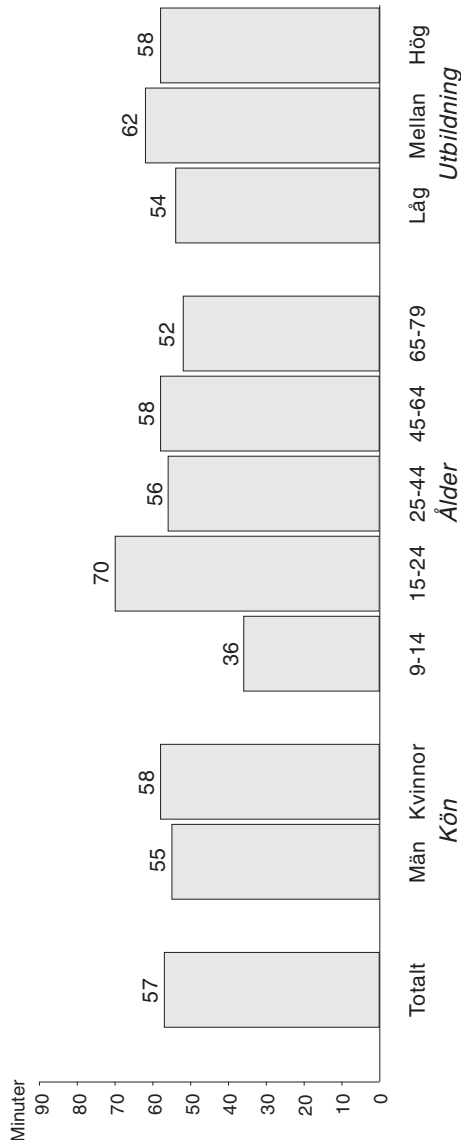
Anmärkning

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

Not

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

Lyssnartid bland lyssnare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (minuter)



Lyssnartid bland lyssnare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2008 (minuter)

År	Kön		Ålder		Utbildning	
	Män	Kvinnor	9-14	15-24	Låg	Hög
1986 ²	74	74	43	91	75	86
1987 ²	74	76	64	91	65	86
1989 ²	67	67	47	78	60	79
1991 ²	77	76	72	92	66	83
1993 ²	74	73	47	84	68	79
1995	67	69	50	85	69	73
1997	64	66	37	77	62	72
1999	63	67	39	84	50	71
2001	68	68	48	86	61	74
2003	65	62	33	86	68	69
2005	57	55	37	71	60	60
2006	54	54	34	62	61	57
2007	51	51	34	61	55	52
2008	57	58	36	70	54	62

Lyssnartid bland CD-lyssnarna

Den tid som lyssnarna ägnade åt CD-skivor låg länge stabilt kring 65 minuter men under de senaste åren har lyssnartiden minskat något och ligger numera under en timma. En minskad lyssnartid märks särskilt bland de unga och förklaras av deras ökade användning av mp3-spelare och andra musikmedier.

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 gården. Intervallen har sedan omräknats till genomsnittlig lyssnartid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*).

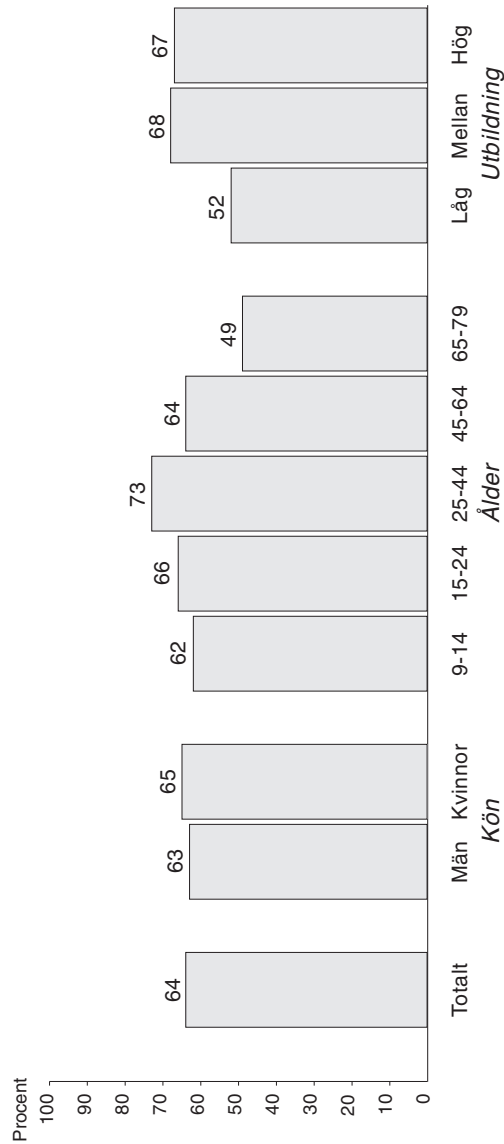
Tabellen redovisar genomsnittlig lyssnartid bland dem som lyssnar på CD-skivor en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga lyssnartiden i hela befolkningen, vilket inkluderar alla som inte lyssnar, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2008: Befolkningens medietid*.

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 gram-mofonskivor, därefter har frågan gällt både gramofonskivor och CD-skivor.
3. Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffrorna bör därför tolkas med försiktighet.

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2008 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag/månad 2008 (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	9	10	9	18	10	11	8	5	6	9	9
½-1 tim	10	10	10	8	12	12	9	7	7	10	11
1-2 tim	5	5	5	3	5	6	5	3	3	5	6
Mer än 2 tim	3	2	3	1	7	4	2	2	2	4	3
Enbart CD-skiva	21	21	21	20	18	26	22	15	16	22	25
Enbart mp3	12	15	9	27	37	11	4	0	4	11	8
CD-skiva eller mp3	41	42	35	57	71	43	28	16	22	39	37
<i>Genomsnittlig månad</i>	81	81	84	84	81	88	84	70	73	85	85

CD-lyssnandet

Två tredjedelar av befolkningen lyssnar på CD-skivor under en genomsnittlig vecka. Det är samma nivå som noterades 2007, vilket då var en minskning från en under flera år stabil nivå.

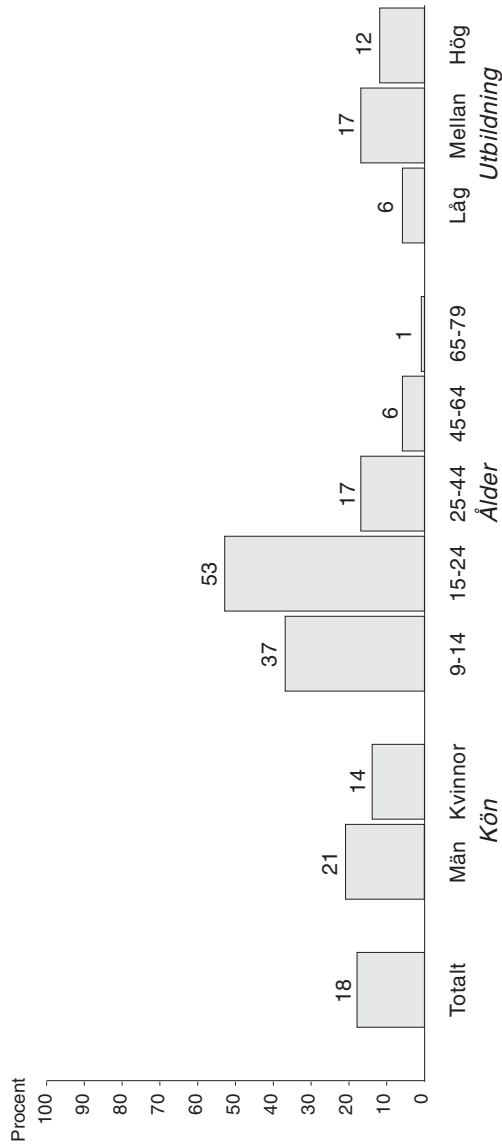
Största andelen veckolyssnare finns i gruppen 25 till 44 år, 73 procent. Den grupp som avviker mest är pensionärerna med 49 procent lyssnare en genomsnittlig vecka. Även månadssyssnandet ligger lägre i pensionsårsgruppen (70 procent).

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

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 2008 (procent)



Lyssnar på mp3

En genomsnittlig dag lyssnar 18 procent av befolkningen på mp3-spelare. 2005 var motsvarande siffra 10 procent.

Det är framför allt i barn- och ungdomsgrupperna som lyssnandet sker.

Bland 9 till 14-åringar lyssnar 37 procent och bland 15 till 24-åringar har 53 procent lyssnat på mp3-spelare en genomsnittlig dag, medan 34 procent har lyssnat på CD-skiva. Det är också i de unga grupperna som tillgången till en mp3-spelare är störst.

Anmärkning

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

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2005-2008 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	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
<i>Genomsnittlig vecka</i>											
2005	18	21	16	41	58	17	7	2	5	19	12
2006	25	27	22	51	73	25	10	2	8	23	20
2007	28	29	27	55	77	31	12	3	7	27	24
2008	27	31	24	46	67	31	14	5	10	27	25
<i>Genomsnittlig månad</i>											
2005	27	31	23	57	71	28	12	4	9	28	21
2006	35	39	32	75	83	39	18	5	12	33	31
2007	39	42	36	73	88	48	21	7	12	39	36
2008	39	43	34	65	81	46	23	10	16	38	37

Andel som lyssnar en genomsnittlig dag 2008 (procent)

Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	%	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	%
	Vuxna 18-79 år	18	Tjänstemän		11
	Barn/ungdom 9-17 år	13	Högre tjänstemän/akademiker		14
		45	Egna företagare		14
Kön	Män 9-79 år	21	Pensionärer		10
	Kvinnor 9-79 år	14	Studerande		1
			Arbetslösa ¹		50
					24
	Män 18-79 år	16	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	12
	Kvinnor 18-79 år	10	(18-79 år)	Två personer (18 år och äldre)	11
	Pojkar 9-17 år	49		Tre eller fler (18 år och äldre)	24
	Flickor 9-17 år	41			
Ålder	9-14 år	37	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	31
	15-19 år	62		Äldre vuxna (45-79 år)	3
	20-24 år	39		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	20
	25-34 år	21		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	15
	35-44 år	14	Hushåll (9-79 år)	En person	11
	45-54 år	8		Två personer	8
	55-64 år	4		Tre personer	25
	65-79 år	1		Fyra personer eller fler	26
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	3	Hemort (9-79 år)	Större städer	17
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	9		Södra mellanbygden	15
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	8		Norra tätbygden	19
	Gymnasial utbildning > 2 år	17		Norra glesbygden	16
	Högskola/universitet ≤ 3 år	12		Stockholm, Södertälje A-region	20
	Högskola/universitet > 3 år	13		Göteborgs A-region	21
				Malmö/Lund/Trelleborg	18

Andel som lyssnar en genomsnittlig dag

Mp3-lyssnandet uppvisar stora skillnader mellan olika åldersgrupper. Bland ungdomar 15 till 19 år har 62 procent lyssnat på mp3-spelare en genomsnittlig dag. I denna grupp är mp3-lyssnandet mer än dubbelt så vanligt som lyssnande på CD. Bland studerande lyssnar omkring 50 procent en vanlig dag och bland pensionärer är andelen 1 procent.

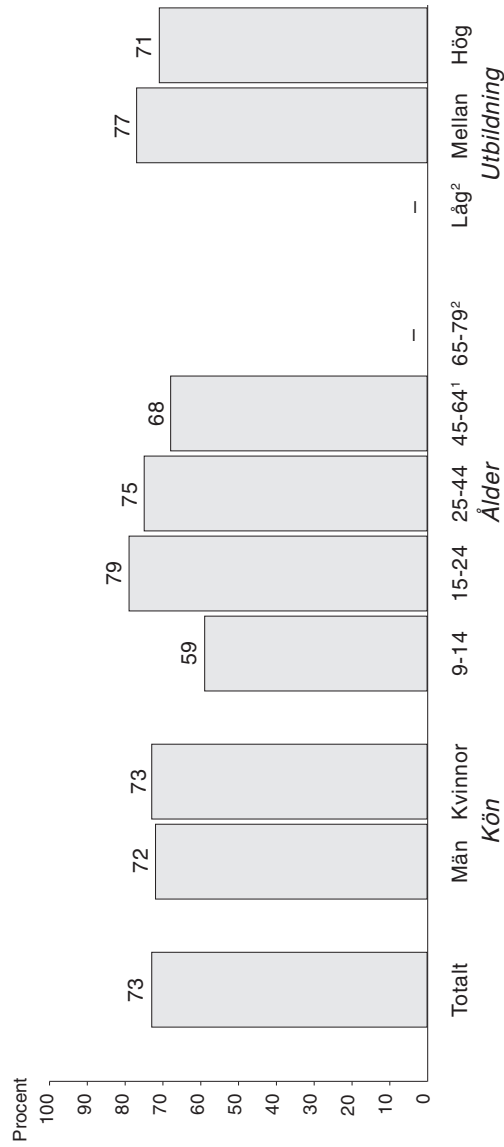
Anmärkning

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

Not

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

Lyssnartid bland lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (minuter)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (minuter/procent)

	Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64 ¹	65-79 ²	Låg ²	Hög
Lyssnartid bland lyssnare (minuter)										
2006	66	74	61	43	81	66	58	- ²	- ²	64
2007	67	70	64	46	76	67	68	- ²	- ²	61
2008	73	72	73	59	79	75	68	- ²	- ²	71
Genomsnittlig dag										
Mindre än ½ tim	5	4	3	11	8	3	1	-	1	2
½-1 tim	5	6	4	5	14	5	2	0	1	4
1-2 tim	4	5	3	14	9	3	1	-	1	2
2-3 tim	4	4	3	4	12	3	1	1	1	2
Mer än 3 tim	3	4	2	3	10	3	1	-	1	2
Enbart mp3	12	15	9	27	37	11	4	15	16	8
Enbart CD-skiva	21	21	21	20	18	26	22	0	4	25

Lyssnartid bland mp3-lyssnarna

Den tid som ägnas åt lyssnande på mp3 ligger kring drygt 70 minuter en genomsnittlig dag. Lyssnartiden är relativt jämt fördelad mellan män och kvinnor. Ungdomarnas lyssnartid, 79 minuter, är betydligt längre än motsvarande för barn, 59 minuter. En relativt hög andel av ungdomarna, 22 procent, lyssnar mer än 2 timmar på mp3 en vanlig dag. Bland ungdomarna märks också teknikövergången från CD till mp3 då andelen som enbart tagit del av mp3 är 37 procent och andelen för enbart CD är 18 procent.

Anmärkning

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

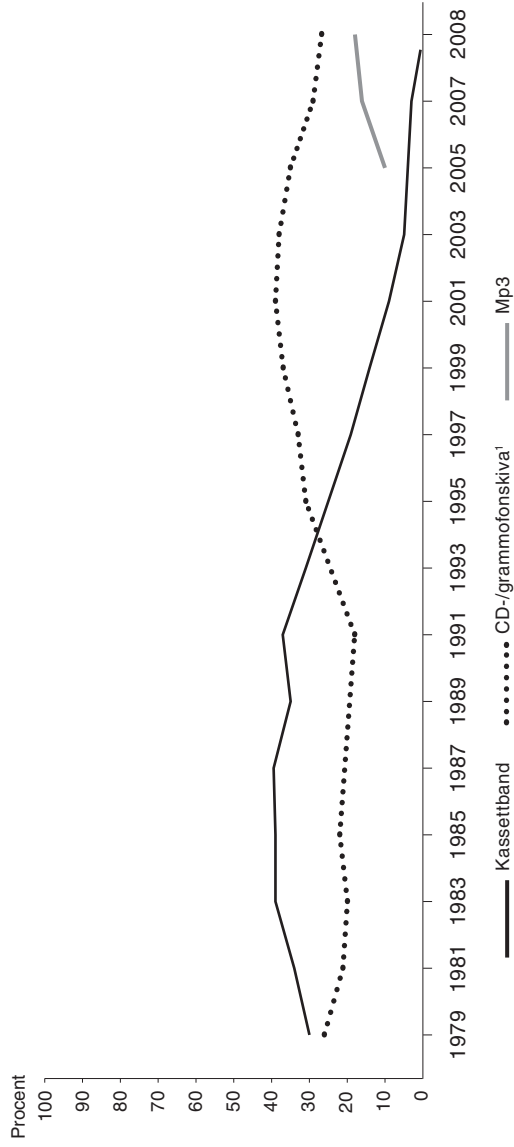
Figuren redovisar genomsnittlig lyssnartid bland dem som lyssnar på mp3 en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga lyssnartiden i hela befolkningen, vilket inkluderar alla som inte lyssnar, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2008: Befolkningens medietid*. Observera att figuren enbart baseras på dem som lyssnat en genomsnittlig dag, vilket innebär att antalet svarspersoner är relativt litet och att siffrorna därför bör tolkas med försiktighet.

Not

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

CD-/grammofonskiva, mp3 och kassetband

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2008 (procent)



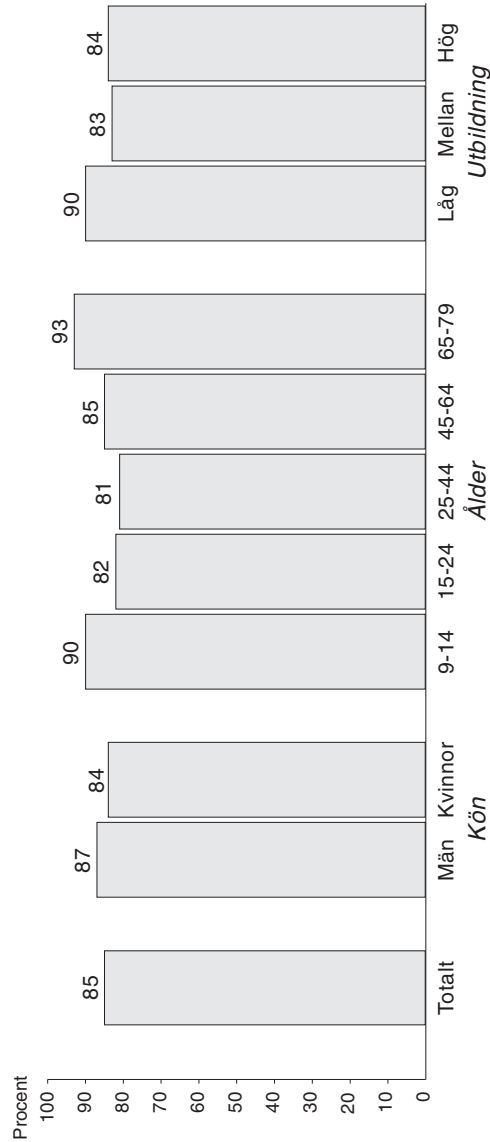
CD-/grammofonskiva, mp3 och kassetband

För 20 år sedan lyssnade närmare 40 procent av befolkningen på kassetband en genomsnittlig dag och 2008 är motsvarande siffra i det närmaste noll. De låga siffrorna för kassetband under det senaste decenniet har sin bakgrund i att först CD-skivan och nu mp3-spelaren tagit över som musikmedium.

Not

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

TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)



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

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

Anmärkning

Med TV-tittande avses tittande på såväl svenska 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 1979-2008 (procent)

År	Totalt	Kön		Ålder				Utbildning			
		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
2006	86	86	86	92	84	83	85	91	89	86	83
2007	85	87	83	94	83	82	84	90	88	86	80
2008	85	87	84	90	82	81	85	93	90	83	84

Andel som tittar en genomsnittlig dag 2008 (procent)

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

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, 90 respektive 93 procent, en genomsnittlig dag. Lågst andel TV-tittare återfinns i åldersgruppen 20 till 24 år, 78 procent, och här kan en något vikande trend konstateras. Lågutbildade tittar något mer på TV än högutbildade.

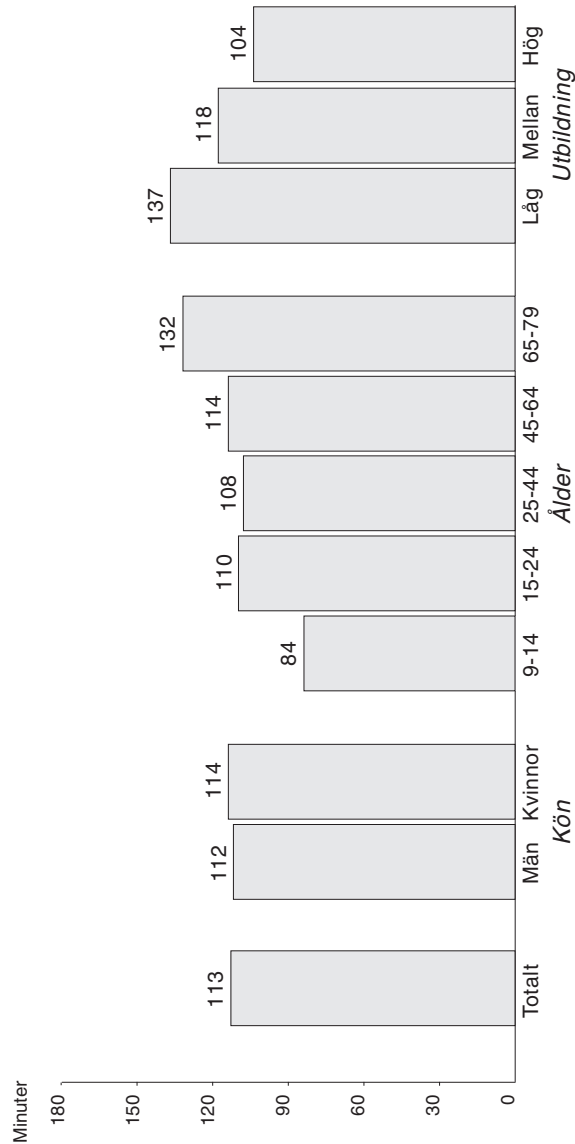
Anmärkning

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.

Not

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

Tittartid bland TV-tittare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (minuter)



Tittartid bland TV-tittare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2008 (minuter)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		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
1987 ²	150	154	145	133	135	139	156	187	165	144	130
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
1993	124	125	123	123	123	101	122	171	146	120	80
1995	117	116	117	102	113	103	117	154	135	116	95
1997	112	112	112	95	114	98	114	142	132	108	98
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
2006	118	120	116	91	115	113	117	144	142	121	108
2007	117	117	117	94	110	109	117	143	140	122	104
2008	113	112	114	84	110	108	114	132	137	118	104

Tittartid bland TV-tittarna

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

Män och kvinnor ägnar ungefär lika mycket tid åt TV en genomsnittlig dag. Pensionärer är de verkliga högkonsumenterna med två timmar och 12 minuters tittartid. För 9 till 14-åringarna gäller att de trots sin höga exponering har kortare tittartid, knappt 1,5 timmar, än de vuxna. Bland vuxna minskar den uppgivna tittartiden klart med ökad utbildning.

Tittartiden bland TV-tittarna har trots det ökade utbudet legat på en relativt stabil nivå sedan mitten av 1990-talet. En viss nedgång kan dock noteras under de senaste åren särskilt bland barn och ungdomar. Möjligen kan en tendens till minskat tittande bland de äldre noteras 2008.

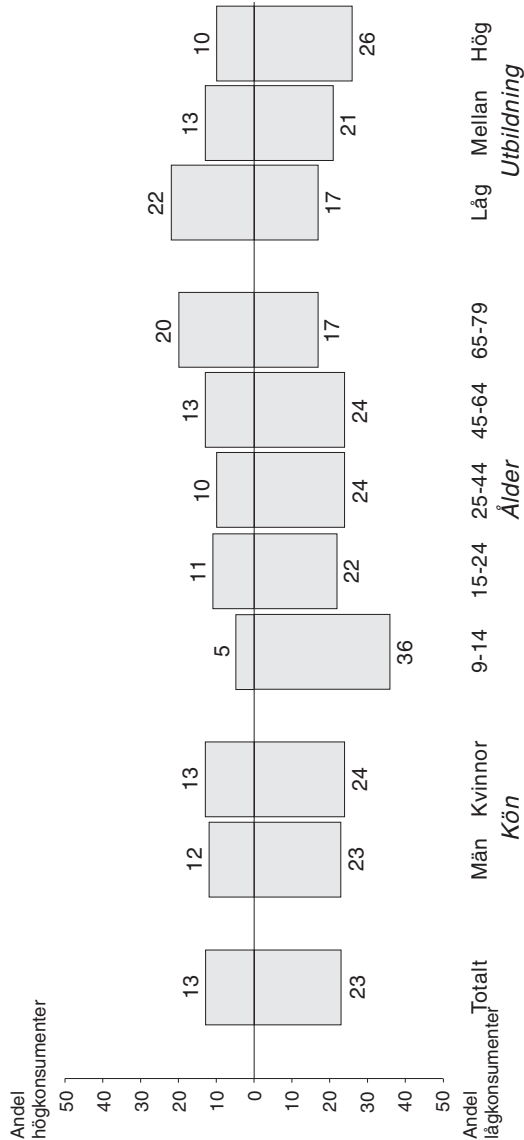
Anmärkning

Med TV-tittande avses tittande på såväl svenska och utländska kanaler som kabel-, satellit- och betal-TV. Innetid 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 2008: Befolkningens medietid*.

Noter

- Den genomsnittliga tittartiden bland dem som tittar på TV.
- 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*.

Hög- och lågkonsumenter¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)



TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2008 (procent)

Genomsnittlig dag	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Mindre än ½ tim	7	7	8	13	7	8	7	4	5	6	7
½-1 tim	16	17	16	23	15	17	17	13	11	15	18
1-2 tim	28	30	27	37	32	27	26	26	22	27	30
2-3 tim	21	21	21	12	18	20	22	30	30	23	18
3-4 tim	8	8	8	3	6	7	9	13	14	9	6
4-5 tim	3	2	3	1	2	3	2	5	5	3	2
Mer än 5 tim	2	2	2	1	2	1	2	2	3	2	1
Tittade											
I vanlig TV-apparat	84	85	83	88	80	79	84	92	87	82	82
Via dator/internet/ annan mediaspelare	7	7	6	8	8	8	5	6	5	6	8
Både i vanlig TV-apparat och via dator/internet/ annan mediaspelare	6	7	6	8	7	7	5	6	5	6	7
Genomsnittlig vecka	98	97	97	99	96	97	98	99	98	98	96

TV-tittandet

Andelen relativa högkonsumenter av TV – de som en vanlig dag ser tre timmar eller mer – är 13 procent, vilket betyder att den nedgång som har noterats under senare år har stabiliserats.

Högkonsumenterna är ungefär lika många bland män och kvinnor. Pensionärer och lågutbildade – delvis samma grupper – skiljer ut sig genom 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 (36 procent) och fördelar sig förhållandevis jämnt i övriga grupper.

Fliertalet tittar på TV i vanlig TV-apparat. Det är dock betydligt fler som 2008 uppgår att de tittar på TV via dator eller annan mediaspelare en genomsnittlig dag än det var 2007, från en procent till sju procent. Nästan samtliga av dessa har också tittat via vanlig TV-apparat.

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

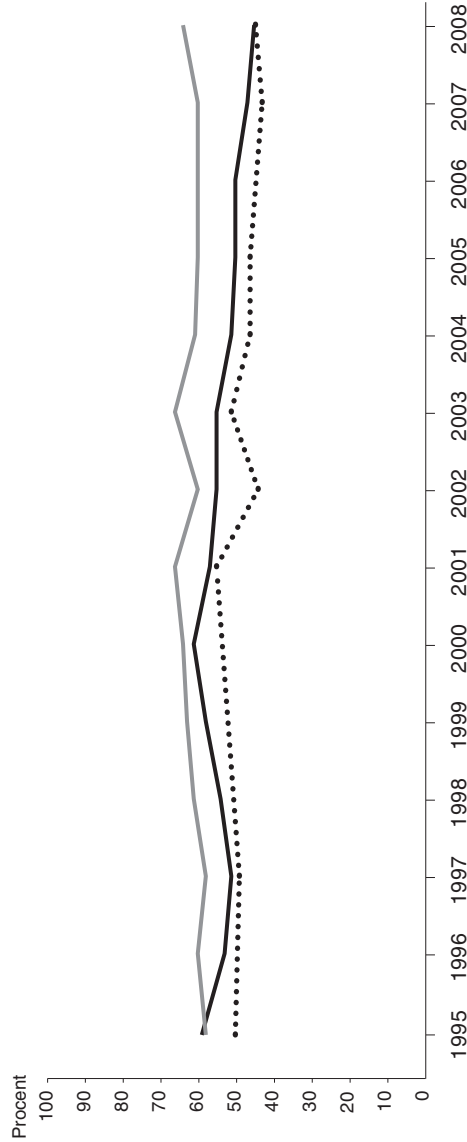
Anmärkning

Med TV-tittande avses tittande på såväl svenska 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

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

TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 1995-2008 (procent)



TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 1995-2008 (procent)

	SVT totalt ¹	TV4 totalt ²	Svensk reklam TV ³
1995	59	50	58
1996	53	50	60
1997	51	49	58
1998	54	50	61
1999	58	52	63
2000	61	53	64
2001	57	55	66
2002	55	44	60
2003	55	51	66
2004	51	46	61
2005	50	46	60
2006	50	44	60
2007	47	43	60
2008	45	45	64

SVT, TV4 och svensk reklam-TV

Sedan början av 2000-talet kan en vikande trend konstateras för tittande på såväl SVT som TV4. Andelen tittare på någon av SVT:s kanaler låg 2000 på 61 procent och 2008 har 45 procent tittat på SVT en genomsnittlig dag. Motsvarande siffror för TV4 är 53 respektive 45 procent. Tittarandelen för svensk reklam-TV har under samma period legat kring drygt 60 procent.

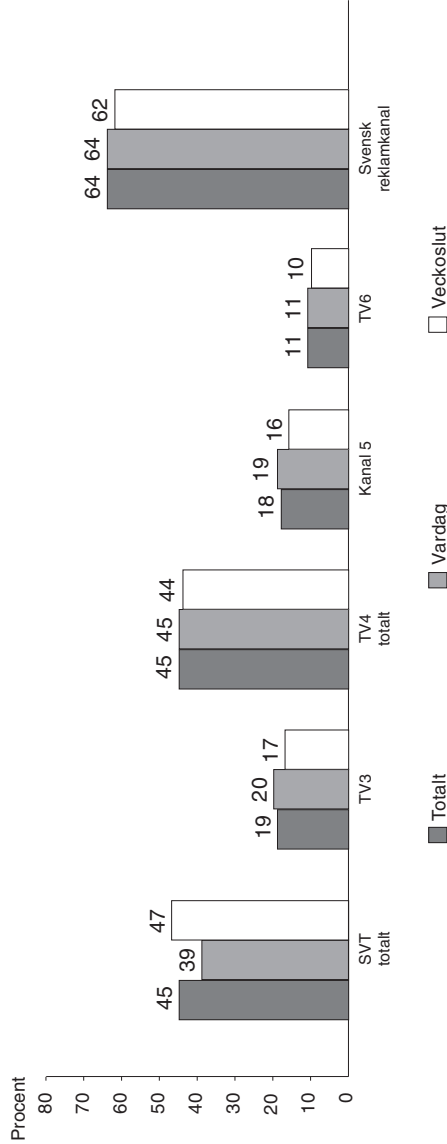
Anmärkning

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, TV4plus, TV400, TV4fakta, Kanal5, TV6, TV7, TV8, The Voice TV, ONE television/Kanal9 eller ZTV.

TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig vardag/veckoslut 2008 (procent)



TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig vardag/veckoslut 2008 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
SVT totalt ¹	45	45	45	26	14	35	54	77	60	38	53
SVT1	37	38	37	19	11	30	44	67	47	32	46
SVT2	25	26	24	3	6	18	31	51	40	21	29
Andra SVT-kanaler ^{2,5}	5	6	5	9	2	5	4	8	7	4	5
TV3 ^{3,6}	19	17	21	20	31	23	13	13	16	22	15
TV4 totalt ³	45	45	45	29	29	46	50	55	56	47	44
TV4	41	41	41	27	26	42	45	51	50	43	41
Andra TV4-kanaler ^{4,5}	9	10	8	3	5	9	12	12	14	10	8
Kanal 5 ⁶	18	17	20	21	35	23	12	8	13	21	15
TV6 ⁶	11	16	6	21	24	10	6	5	8	10	8
Svensk reklamkanal ^{5,6}	64	64	63	60	70	65	61	64	67	66	59

Kanalernas räckvidd

En genomsnittlig dag ser 45 procent av befolkningen på någon av SVT:s TV-kanaler och lika många tar del av någon TV4-kanal. Andelen av befolkningen som tar del av minst någon av de svenska reklam-TV-kanalerna är 64 procent.

Räckvidden för SVT varierar med ålder – från 26 procent bland 9 till 14-åringar och 14 procent bland ungdomar till 77 procent bland de äldsta. Även TV4 har en högre andel tittare bland äldre än bland yngre – från 29 procent bland de yngsta till 55 procent bland äldre. De övriga kanalerna har sina största andelar av publiken bland ungdomar (t.ex. Kanal 5, 35 procent och TV3, 31 procent). Under de senaste åren kan en omfördelning av TV-tittandet konstateras främst bland 15 till 24-åringarna – de har till dels förflyttat sitt TV-tittande från SVT och TV4 till andra kanaler.

Det är ungefär lika många som tittar på olika kanaler på vardagar som under veckoslut. En liten skillnad kan dock noteras mellan SVT:s kanaler och de svenska reklamfinansierade kanalerna. För SVT:s del är andelen tittare något högre under veckosluten. Räckvidden för de kommersiella kanalerna är sammantaget något högre på vardagar.

Anmärkning

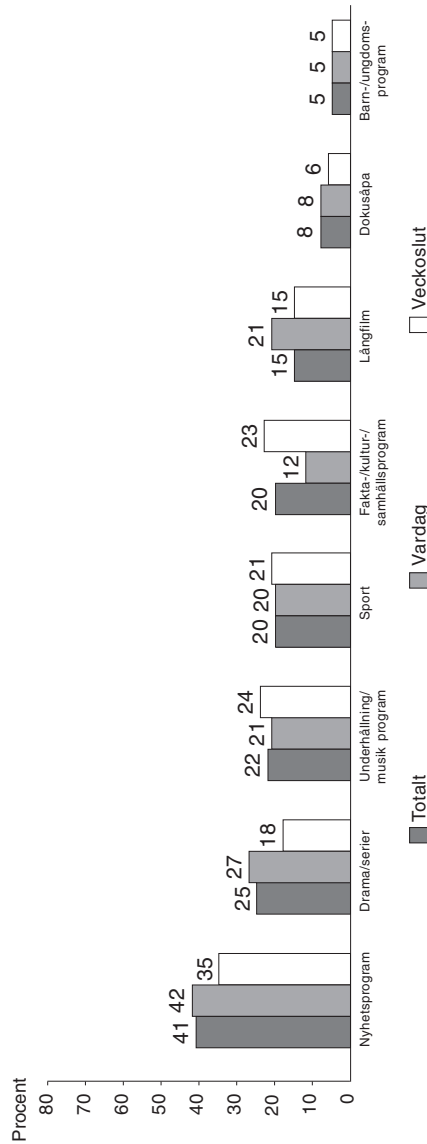
Siffrorna avser andelen som sett minst något på kanalen och inte den genomsnittliga publikandelen. Vidare speglar siffrorna snarare tittarprofilen än det faktiska tittandet då det rör sig om enskilda kanaler.

Noter

1. Har tittat på någon av SVT:s kanaler.
2. Har tittat på Barnkanalen, Kunskapskanalen eller SVT24.
3. Har tittat på någon av TV4:s kanaler.
4. Har tittat på TV4plus, TV4sport eller någon annan av TV4 kanal.
5. Har tittat på någon av följande svenska reklamkanaler: TV3, TV4, TV4plus, TV400, TV4fakta, Kanal5, TV6, TV7, TV8, The Voice TV, Kanal 9 eller ZTV.
6. Hösten 2008 var tillgången till Barnkanalen 79%, Kunskapskanalen 78% och SVT24 86%, TV3 86%, Kanal 5 85% och TV6 85%, TV4plus 80% och TVsport 46%, TV8 58%, The Voice TV 26%, och ZTV 38%.

Källa: MMS, Kanalpenetrationsundersökning.

TV-tittare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig vardag/veckoslut 2008: programkategorier (procent)



TV-tittare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2008: programkategorier (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Nyhetsprogram	41	41	40	4	12	32	54	71	58	37	49
Drama/serier	25	23	27	35	41	25	19	18	21	24	22
Underhållning/ musikprogram	22	20	24	21	24	21	21	24	26	22	19
Sport	20	30	11	7	13	19	23	29	28	22	18
Fakta-/kultur-/ samlingsprogram	20	20	19	8	13	18	22	30	24	21	21
Långfilm	15	15	14	13	15	18	15	9	13	15	15
Dokusåpa	8	6	11	10	10	8	8	6	8	8	7
Barn-/ungdomsprogram	5	4	6	31	4	5	1	1	1	3	3

Programtittande på TV

Nyhetsprogrammen är den enskilda programkategori i TV som är mest attraktiv, 41 procent av befolkningen har sett några TV-nyheter en genomsnittlig dag. Där efter kommer drama/serier 25 procent, underhållning/musikprogram 22 procent, sport respektive fakta/kultur/samhälle 20 procent samt långfilm 15 procent.

Omfattningen på nyhetstittandet är i hög grad relaterat till ålder; bland de yngsta är andelen nyhetstittare 4 procent, bland de äldsta 71 procent. Män och kvinnor ser nyheter i lika stor utsträckning, men lågutbildade – där de äldre utgör en betydande del – ser nyheter i något större utsträckning än högutbildade.

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

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

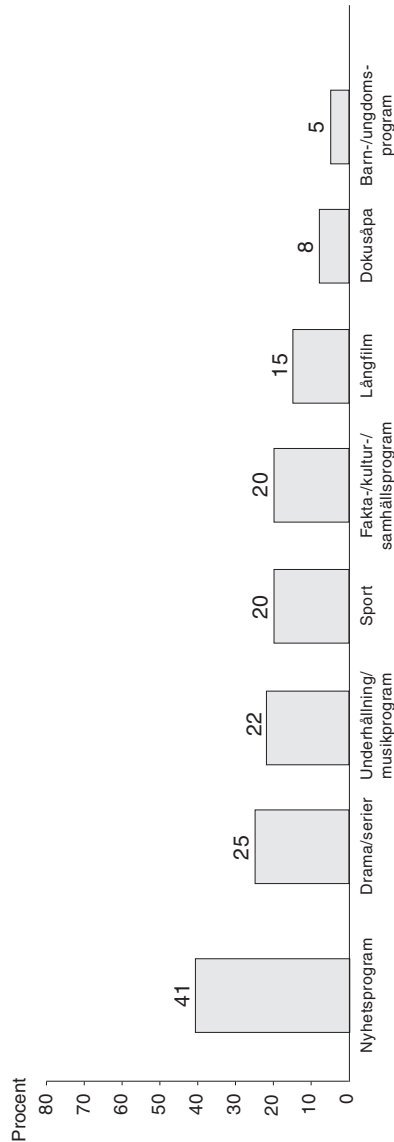
Under de senaste åren kan en minskning av andelen för tittande på nyhetsprogram konstateras – främst bland de unga.

Anmärkning

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

Television

**Tittande på olika programkategorier bland TV-tittare 9-79 år
en genomsnittlig dag 2008 (procent)**



**Tittande på olika programkategorier bland TV-tittare 9-79 år
en genomsnittlig dag 2008 (procent)**

	Totalt	SVT total ¹	TV4 total ²	Annan svensk reklamkanal ³
Nyhetsprogram	41	72	59	37
Drama/serier	25	24	30	47
Underhållning/musikprogram	22	28	32	30
Sport	20	26	30	23
Fakta-/kultur-/sambandsprogram	20	30	26	23
Långfilm	15	16	19	24
Dokusåpa	8	8	11	16
Barn-/ungdomsprogram	5	7	4	6

Programpreferenser och kanaler

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

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

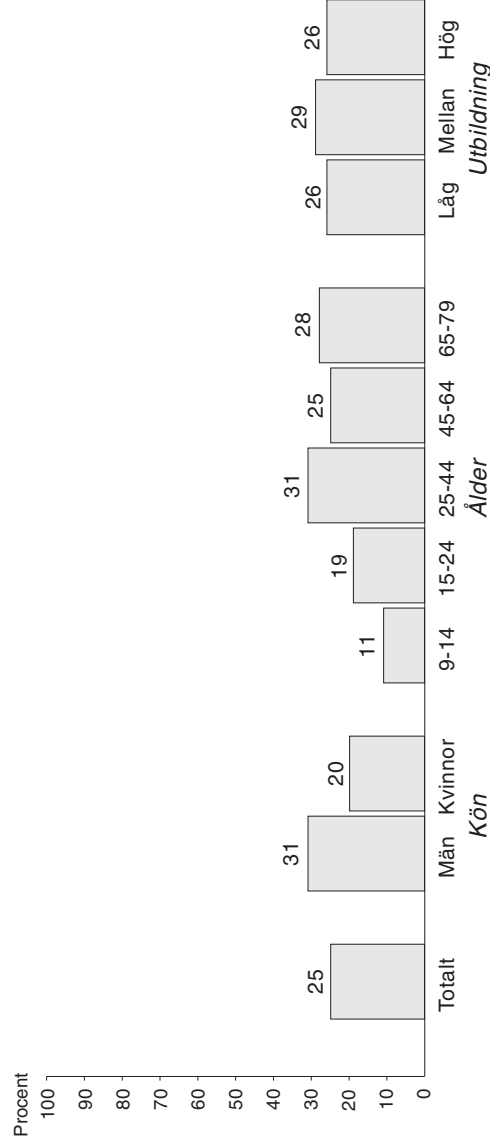
Anmärkning

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

Noter

1. Har tittat på någon av SVT:s kanaler (SVT1, SVT2, Barnkanalen eller 24).
 2. Har tittat på någon av TV4:s kanaler.
 3. Har tittat på någon av följande svenska reklamkanaler: TV3, Kanal5, TV6, TV7, TV8, The Voice TV, ONE television/Kanal9 eller ZTV. Hösten 2008 var tillgången till TV8 58%, The Voice TV 26%, och ZTV 38%.
- Källa: MMS. Kanalpenetrationsundersökning hösten 2008.

Text-TV-användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)



Använder text-TV

En fjärdedel av befolkningen använder text-TV en genomsnittlig dag. Den dagliga räckvidden är klart högre bland män än kvinnor. Åldersgruppen 25 till 44 år använder text-TV i något högre utsträckning än andra grupper. En viss nedgång i användningen av text-TV kan förmärkas bland barn och ungdomar. Text-TV:s räckvidd är i stort sett lika hög i alla utbildningsgrupper.

Text-TV-användningen ökade under hela 1990-talet och stabiliserades under början av 2000. En svag nedgång för användningen av text-TV kan noteras för de senaste åren.

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 1994-2008 (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
1996	25	32	18	27	25	29	22	20	23	26	25
1997	25	34	17	19	33	27	23	17	21	29	25
1998	28	38	19	24	35	30	26	26	26	30	30
1999	29	36	21	19	35	34	25	28	30	32	27
2000	31	38	23	20	39	35	29	26	26	34	33
2001	28	36	20	18	36	33	25	24	25	31	29
2002	28	37	21	20	32	35	25	25	24	33	28
2003	30	38	21	19	31	36	28	26	28	33	30
2005	29	37	21	17	35	37	25	25	26	34	30
2006	27	33	21	17	23	34	25	29	27	30	28
2007	26	33	19	12	18	33	27	28	25	29	29
2008	25	31	20	11	19	31	25	28	26	29	26

Andel som använder text-TV en genomsnittlig dag 2008 (procent)

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

Not

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

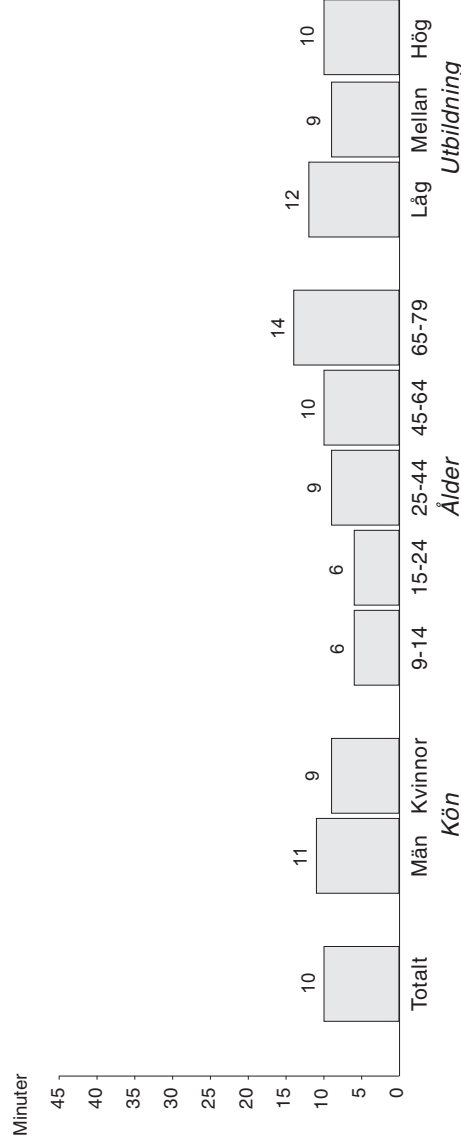
Text-TV-användaren

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

Anmärkning

Med användning av text-TV avses såväl användning av informations-sidor som användning av den särskilda programtextning som finns för vissa program. Innetatlar från 2008 även text-TV via internet.

Användartid bland text-TV-användare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (minuter)



Användartid text-TV

Bland dem som använder text-TV är användningen 10 minuter en genomsnittlig dag. Användningstiden ökar något med ålder, pensionärer som använder text-TV uppger något längre användartid än genomsnittet, men skillnaderna är överlag 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 2008: Befolkningens medietid*.

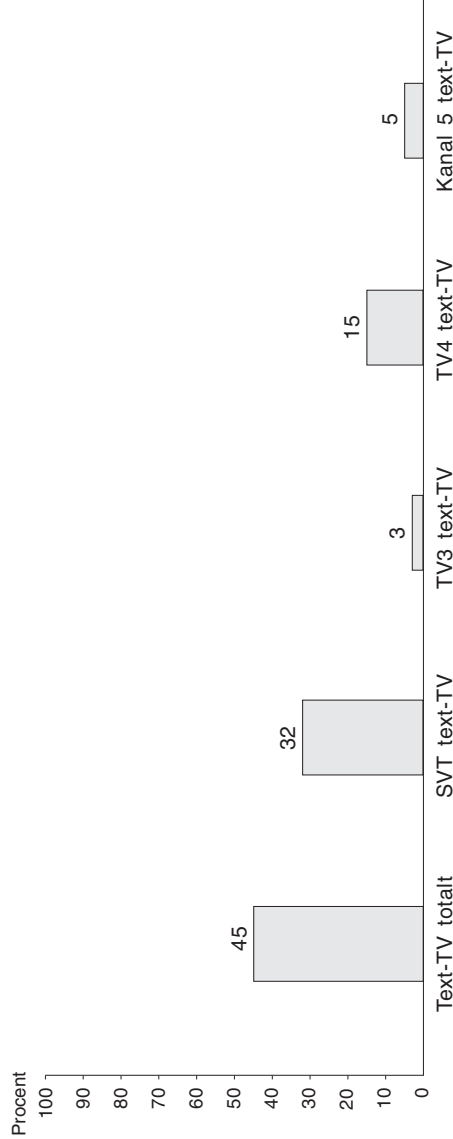
Användartid bland text-TV-användare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1996-2008 (minuter)

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
1998	10	10	8	7	10	9	10	13	11	10	9
1999	11	11	9	8	9	11	10	14	12	11	10
2000	12	13	10	10	8	11	12	17	16	12	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
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

Not

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

Användning av text-TV 9-79 år en genomsnittlig vecka 2008 (procent)



Användning av text-TV 9-79 år en genomsnittlig vecka 2008 (procent)

	Kön		Ålder				Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg Mellan Hög
<i>Text-TV-kanaler</i>									
SVT	32	39	25	10	17	38	37	37	33 35 36
TV3	3	3	4	1	8	5	2	2	3 4 3
TV4	15	15	15	7	13	21	15	12	15 18 15
Kanal 5	5	5	5	2	8	8	3	2	4 6 4
<i>Typ av information</i>									
Nyheter	24	26	23	4	11	32	28	27	24 28 29
Programtablåer	16	14	17	10	22	22	12	12	13 18 17
Sport	16	26	7	7	12	19	19	16	19 20 14
Ekonomi	6	8	4	-	1	6	7	11	6 7 7
Väder	6	6	5	1	3	5	7	8	6 7 6
Spel/lotteri	3	4	2	1	1	3	5	5	6 4 2
Textning	2	1	2	1	0	2	2	3	2 1 2
Annonser/reklam	0	1	0	-	-	0	0	1	0 1 0

Användning av TV-kanaler för text-TV

Sveriges Televisions text-TV är klart störst med en veckoräckvidd på 32 procent medan TV4:s text-TV når 15 procent. Övriga text-TV-kanaler har relativt låga tittarandelar. Mönstret är stabilt över tid.

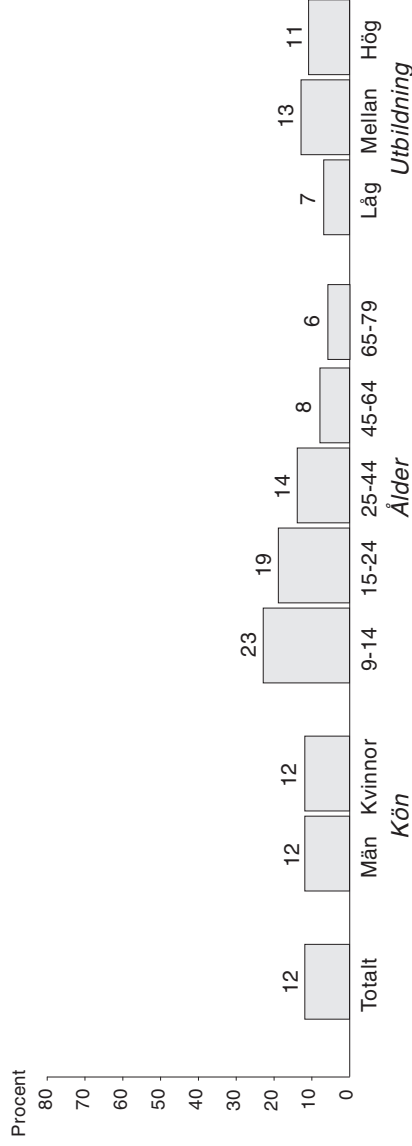
SVT har störst räckvidd i alla grupper. Bland de yngsta och ungdomar 15 till 24 år är skillnaderna mellan SVT och TV4 minst. Månnens högre text-TV-användning jämfört med kvinnornas gäller framför allt SVT. I övrigt är skillnaderna mellan olika grupperns nyttjande relativt små.

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

Anmärkning

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

Video/DVD-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)



Tittar på video/DVD

12 procent av befolkningen tittar på video/DVD en genomsnittlig dag. Det är i första hand barnen och ungdomarna (23 respektive 19 procent) som tittar på video/DVD, medan andelen bland pensionärer är 6 procent. I relation till innehavet av video/DVD-spelare som har ökat kan video/DVD-tittandet över tid synas anmärkningsvärt stabilt.

Anmärkning

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

Video/DVD-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2008 (procent)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		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
1983	6	7	4	10	9	7	4	0	5	8	4
1985	7	9	5	15	14	5	4	0	4	8	6
1987	10	11	9	21	19	10	5	2	6	13	9
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
2006 ¹	14	15	13	25	21	16	9	9	8	13	12
2007 ¹	14	15	14	27	26	17	9	6	8	15	13
2008 ¹	12	12	12	23	19	14	8	6	7	13	11

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.

Andel som tittar en genomsnittlig dag 2008 (procent)

Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	%	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	%
	Vuxna 18-79 år	12	Tjänstemän		10
	Barn/ungdom 9-17 år	10	Högre tjänstemän/akademiker		13
		22	Egna företagare		12
Kön	Män 9-79 år	12	Pensionärer		7
	Kvinnor 9-79 år	12	Studerande		16
			Arbetslösa ¹		15
	Män 18-79 år	11			
	Kvinnor 18-79 år	10	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	10
	Pojkar 9-17 år	21	(18-79 år)	Två personer (18 år och äldre)	10
	Flickor 9-17 år	24		Tre eller fler (18 år och äldre)	12
Ålder	9-14 år	23	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	16
	15-19 år	19		Äldre vuxna (45-79 år)	7
	20-24 år	19		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	12
	25-34 år	15		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	14
	35-44 år	13	Hushåll (9-79 år)	En person	9
	45-54 år	9		Två personer	9
	55-64 år	7		Tre personer	13
	65-79 år	6		Fyra personer eller fler	16
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	5	Hemort (9-79 år)	Större städer	12
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	10		Södra mellanbygden	12
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	10		Norra tätbygden	12
	Gymnasial utbildning > 2 år	13		Norra glesbygden	7
	Högskola/universitet ≤ 3 år	9		Stockholm, Södertälje A-region	13
	Högskola/universitet > 3 år	12		Göteborgs A-region	13
				Malmö/Lund/Trelleborg	14

Video/DVD-tittaren

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

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

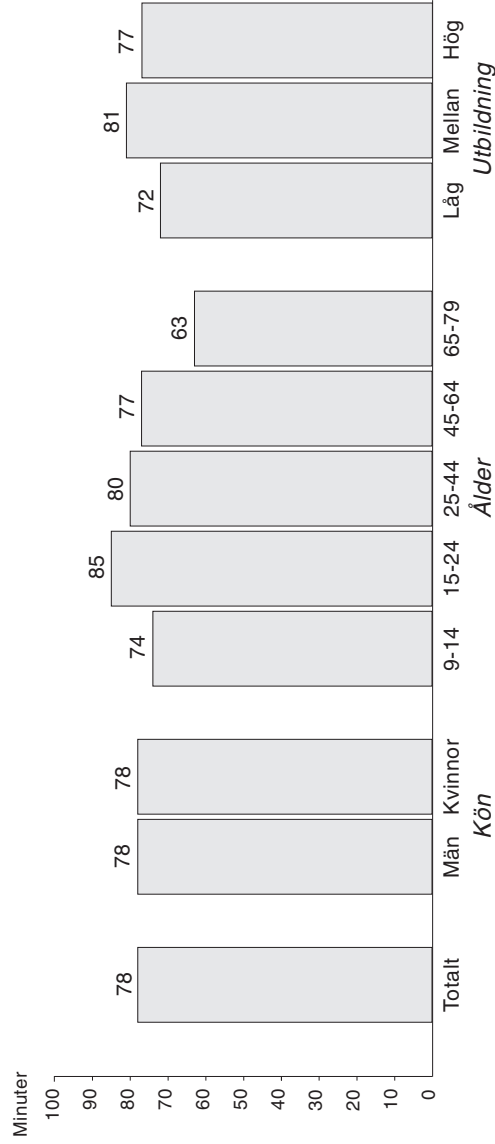
Anmärkning

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

Not

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

Tittartid bland video/DVD-tittare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (minuter)



Tittartid bland video/DVD-tittare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2008 (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
2006	80	82	78	72	92	80	79	68	82	84	75
2007	81	82	80	83	94	79	76	63	72	83	78
2008	78	78	78	74	85	80	77	63	72	81	77

Tittartid bland video/DVD-tittarna

De som en genomsnittlig dag tittar på video/DVD gör det 1 timma och 18 minuter. Variationen mellan olika grupper är förhållandevis liten. Ungdomar har emellertid något längre tittartid än andra grupper.

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

Anmärkning

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

Tabellen redovisar genomsnittlig tittartid bland dem som tittar på video/DVD en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga tittartiden i hela befolkningen, vilket inkluderar alla som inte tittar på video/DVD, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2008: Befolkningens medieid*.

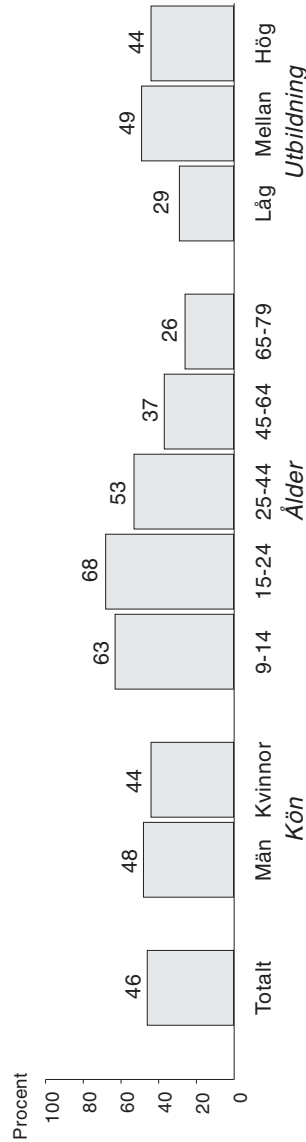
Observera att tabellen enbart baseras på dem som tittat en genomsnittlig dag, vilket innebär att antalet svarspersoner är relativt litet och att siffrorna därför bör tolkas med försiktighet.

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*.

Video/DVD

Video/DVD-tittare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2008 (procent)



Video/DVD-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2008 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Tittande på Video/DVD	12	12	12	23	19	14	8	6	7	13	11
Genomsnittlig dag	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4
Inspelade TV-program	2	2	2	3	3	2	1	1	1	2	2
Hyrfilm	5	5	6	15	10	6	3	1	2	5	4
Köpfilm	1	2	1	1	4	2	0	1	1	2	1
Nedladdad från internet	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
Annan video/DVD	46	48	44	63	68	53	37	26	29	49	44
Genomsnittlig vecka	71	73	69	86	89	80	64	46	50	75	71
Genomsnittlig månad											

Tittande på TV/film i dator eller bärbar spelare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2008 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Genomsnittlig dag	4	4	3	3	5	4	3	3	3	3	4
TV i dator/webb-TV	6	9	4	13	19	6	3	1	3	6	5
Film eller videoklipp i dator	6	7	6	7	8	8	5	5	5	6	8
Genomsnittlig vecka	7	10	5	15	21	7	3	1	3	7	5
TV i dator/webb-TV	7	10	5	15	21	7	3	1	3	7	5
Film eller videoklipp i dator	1	2	1	2	3	2	1	1	1	1	1
TV/film i bärbar spelare ¹	8	11	7	8	16	11	7	4	6	9	10
Genomsnittlig dag	19	22	16	23	31	23	16	7	10	19	21
Genomsnittlig vecka											
Genomsnittlig månad											

Video/DVD-tittandet

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

Att titta på köpfilm är det enskilt vanligaste sättet att använda video/DVD. Om vi lägger samman hyr- och köpfilm är andelen för dessa två dubbelt så hög som inspelade TV-program. Detta är en utveckling som har förstärkts under senare år – tidigare var tittande på inspelade TV-program den vanligaste användningen av video/DVD. Användningen av video/DVD för att se särskilt köpfilm är högst bland barn, 15 procent och därefter ungdomar, 10 procent.

En ökning av tittande på film/videoklipp i dator eller någon bärbar spelare kan noteras 2008. Siffrorna är fortfarande relativt låga men variationen är stor mellan unga och äldre. Andelen som tittar på film/videoklipp i dator är förhållandevis hög bland ungdomar, 19 procent en genomsnittlig dag. Andelen som tittat på TV-film i någon bärbar spelare är 1 procent en genomsnittlig dag och 19 procent en genomsnittlig månad.

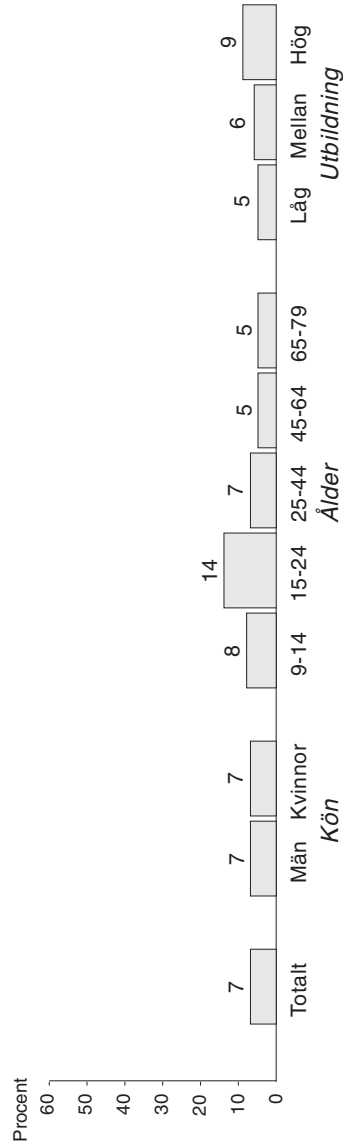
Anmärkning

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

Not

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

Biobesökare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2008 (procent)



Biobesök/filmtittande 9-79 år en genomsnittlig vecka/månad/dag 1995-2008 (procent)

Genomsnittlig vecka	Kön		Ålder				Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Hög
1995	7	8	6	8	17	7	4	2	11
1999	7	7	8	11	14	10	4	1	10
2003	8	7	8	10	18	9	4	2	10
2007	6	5	6	11	12	5	4	3	6
2008	7	7	7	8	14	7	5	5	9
Genomsnittlig månad									
1995	24	25	22	34	52	23	16	3	32
1999	28	26	30	47	55	33	17	3	34
2003	28	27	28	44	57	35	17	8	34
2007	25	23	26	40	46	25	19	10	25
2008	29	28	30	39	51	29	24	16	32
Genomsnittlig dag									
Bio	1	1	1	1	2	1	0	0	1
Inspelad film	4	3	4	3	3	4	3	4	4
Hjyrfilm	2	2	2	3	3	2	1	1	2
Köpfilm	5	5	6	15	10	6	3	1	4
Nedladdat film	1	2	1	1	4	2	0	-	1
Långfilm på TV	15	15	14	13	15	18	15	9	15
Långfilm på TV och/eller video/DVD	21	22	21	29	28	26	18	11	20
Långfilm på TV och/eller video/DVD/Internet eller bärbar DVD	24	25	22	32	33	28	20	12	22

Biobesök

En genomsnittlig dag går 1 procent av befolkningen på bio, 7 procent går på bio under en vecka och 29 procent gör minst ett biobesök under en genomsnittlig månad. Inga större förändringar kan noteras över tid. Trots ett ökat tittande på film via dator och bärbara DVD-spelare går ungdomar och barn fortfarande oftare på bio än andra grupper.

Bland vuxna minskar biobesökskandet med ökad ålder. Kvinnor och män går i stort sett lika mycket på bio.

När det gäller tittande på långfilm i befolkningen en genomsnittlig dag har televisionen och video/DVD störst betydelse. En sammanläggning av allt tittande på långfilm, oavsett medium, visar ett en fjärdedel av befolkningen ägnar sig åt sådant tittande en genomsnittlig dag 2008.

Anmärkning

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

Andel som besöker biograf en genomsnittlig vecka 2008 (procent)

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

Not

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

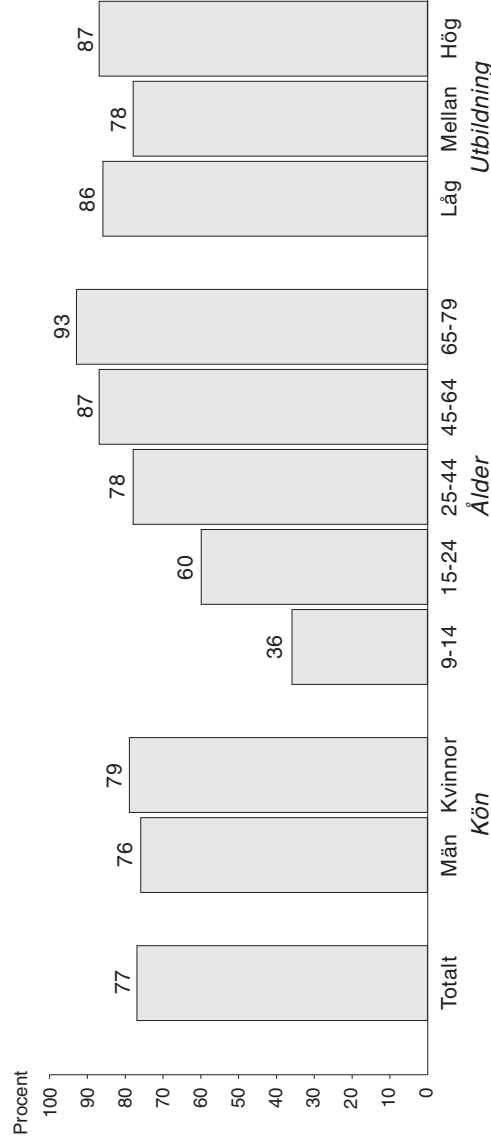
Biobesökaren

Barn och ungdomar, studerande och yngre vuxna utan barn går på bio i större utsträckning än andra. Medel- och högutbildade går oftare på bio än lågutbildade. Bland de äldsta är biografbesöken ytterst få.

Anmärkning

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

Dagspressläsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)



Läser någon dagstidning

Andelen dagstidningsläsare i Sverige en genomsnittlig dag är högre än i flertalet andra länder. Den samlade räckvidden för dagspress har varit relativt stabil under flera år, kring 80 procent, en genomsnittlig dag. Resultatet för 2008 är 77 procent.

Läsandet av dagstidning är utbrett i alla grupper. Högst är det bland medelålders och äldre med en räckvidd kring 90 procent. Lågst är det bland 9 till 14-åringarna, av dessa läser 36 procent en dagstidning en genomsnittlig dag och bland 15 till 24-åringarna är andelen dagstidningsläsare 60 procent. En svag nedgång i dagstidningsläsningen kan konstateras under det senaste decenniet och den är främst märkbar i åldersgruppen 15 till 44 år. Det finns inga stora 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 landsorts morgonpress, tryckt version eller fr o m 2006 internetversion. Fr o m 1998 redovisas också dagspressläsningen inklusive dagliga gratistidningar.

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

Dagspressläsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1990-2008 (procent)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		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
1992	81	81	80	46	76	84	87	88	83	83	88
1993	83	84	82	49	78	85	91	88	86	86	89
1994	83	83	82	50	79	82	89	91	87	82	90
1995	80	81	79	40	77	83	89	88	83	83	90
1996	81	82	80	46	76	83	81	88	84	84	90
1997	81	81	81	44	73	82	80	88	86	81	88
1998	84	84	84	42	82	87	90	92	88	87	92
1999	82	83	81	47	77	85	91	91	88	87	89
2000	85	86	83	51	76	83	92	91	88	85	91
2001	81	81	80	49	74	82	88	89	84	83	87
2002	82	83	81	42	72	81	90	89	83	84	88
2003	81	81	81	44	71	81	89	91	85	83	87
2005	81	81	81	41	72	81	90	90	86	83	88
2006	81	81	81	42	69	82	90	91	85	84	89
2007	80	80	80	36	71	81	89	90	85	83	88
2008	77	76	79	36	60	78	87	93	86	78	87

Not

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

Andel som läser någon dagstidning en genomsnittlig dag 2008 (procent)

Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	%	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	%
Kön	Vuxna 18-79 år	83	Tjänstemän		87
	Barn/ungdom 9-17 år	42	Högre tjänstemän/akademiker		88
			Egna företagare		81
	Män 9-79 år	76	Pensionärer		92
	Kvinnor 9-79 år	79	Studerande		64
			Arbetslösa ¹		64
Ålder	Män 18-79 år	83	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	78
	Kvinnor 18-79 år	83	(18-79 år)	Två personer (18 år och äldre)	86
	Pojkar 9-17 år	39		Tre eller fler (18 år och äldre)	79
	Flickor 9-17 år	45			
Ålder	9-14 år	36	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	69
	15-19 år	57		Äldre vuxna (45-79 år)	89
	20-24 år	66		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	81
	25-34 år	73		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	79
Utbildning (16-79 år)	35-44 år	81	Hushåll (9-79 år)	En person	78
	45-54 år	85		Två personer	87
	55-64 år	89		Tre personer	74
	65-79 år	93		Fyra personer eller fler	69
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	86	Hemort (9-79 år)	Större städer	77
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	87		Södra mellanbygden	76
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	84		Norra tätbygden	82
	Gymnasial utbildning > 2 år	77		Norra glesbygden	75
	Högskola/universitet ≤ 3 år	84		Stockholm, Södertälje A-region	78
Högskola/universitet > 3 år	89		Göteborgs A-region	75	
			Malmö/Lund/Trelleborg		78

Dagspressläsaren

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

Andelen dagstidningsläsare är högst bland personer över 35 år. Bland pensionärer har 92 procent läst en dagstidning en genomsnittlig dag och bland tjänstemän/akademiker har en i det närmaste lika hög andel läst en dagstidning en genomsnittlig dag. Den lägsta andelen finns bland de yngsta (36 procent).

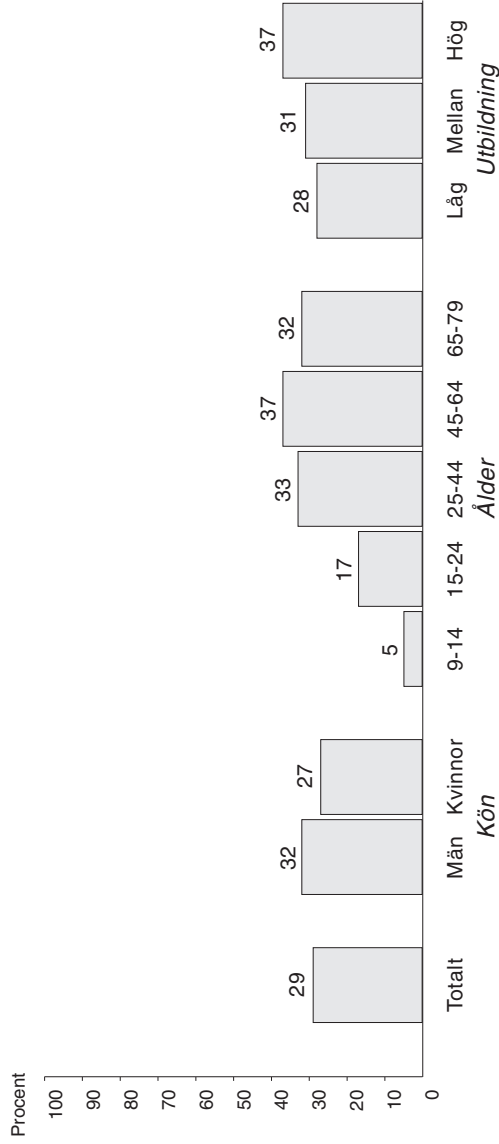
Anmärkning

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

Not

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

Flertidningsläsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)



Dagspressläsare² 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Enbart en dagstidning	48	44	51	31	43	45	50	61	57	47	49
Två dagstidningar	21	22	20	5	13	21	26	25	23	21	25
Tre eller fler	9	10	7	—	4	11	11	8	6	10	12
Någon papperstidning	72	70	74	32	53	68	83	91	83	72	79
Någon nättidning	17	19	15	5	16	26	17	9	8	19	24
Enbart kvällstidning	8	8	8	9	9	10	7	6	9	9	6
Enbart morgontidning	48	45	51	22	39	43	54	65	55	45	56
Både morgon- och kvällstidning	21	22	20	4	12	24	27	22	22	24	25

Olika typer av dagstidningar

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

Huvuddelen av dagspressläsarna läser en genomsnittlig dag endast en daglig tidning. Bland "entidningsläsarna" står morgonpressen för huvuddelen av den totala tidningsläsningen. 48 procent av befolkningen läser en morgontidning utan att läsa någon kvällstidning. 21 procent av befolkningen läser både någon morgon- och någon kvällstidning, medan de som väljer att enbart läsa kvällspress uppgår till 8 procent. Att enbart läsa kvällspress är något vanligare bland yngre än äldre.

Majoriteten av dagstidningsläsarna läser fortfarande sin dagstidning i tryckt version, 72 procent. För varje år blir det dock något fler som läser tidningen på internet.

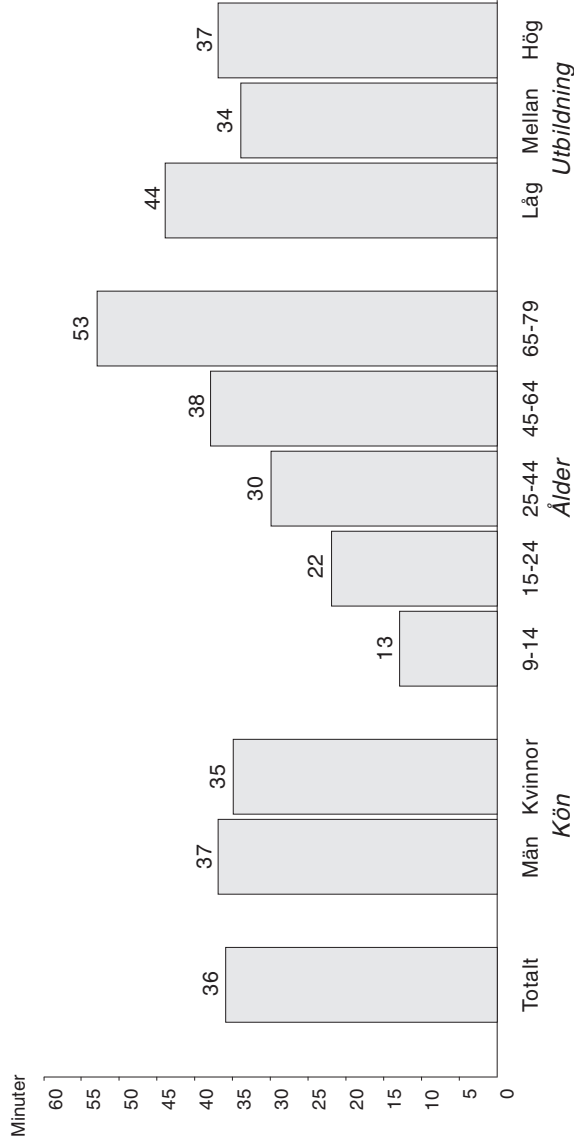
Anmärkning

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

Noter

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

Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (minuter)



Lästid bland läsare

Den samlade lästiden för dagspress bland dem som läst minst en dagstidning är i genomsnitt 36 minuter. Lästiden har i stort sett varit densamma sedan mitten av 1990-talet.

Skilnaderna i lästid är särskilt stora mellan olika åldersgrupper: bland de yngsta och ungdomarna ligger den på 13 respektive 22 minuter medan lästiden bland pensionärer är 53 minuter, alltså mer än dubbelt så lång. Utbildningsskillnaderna i fråga om läsning är mindre och torde snarast spegla utbildningsnivån i olika åldrar.

Anmärkning

Lästiden är baserad på en fråga där svarspersonerna utifrån på förhand angivna tidsintervall fått göra en uppskattning av sin lästid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*). Tabellen redovisar genomsnittlig lästid bland dem som läst dagspress en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga lästiden i hela befolkningen, där även de som inte läser inkluderas, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2008: Befolkningens medeltid*.

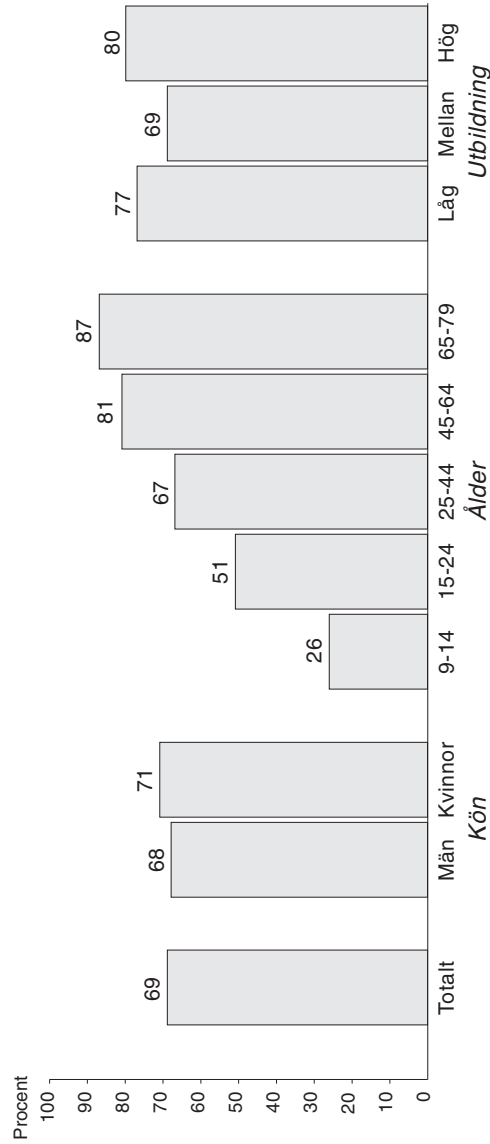
Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1995-2008 (minuter)

År	Ålder					Utbildning				
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Hög
1995	36	39	34	13	26	32	41	55	40	40
1996	34	37	31	16	24	29	37	53	37	38
1997	35	37	33	16	24	30	40	51	39	37
1998	36	37	34	15	23	31	38	54	39	40
1999	35	36	33	21	23	30	39	50	40	37
2000	37	37	36	16	23	29	39	56	43	38
2001	36	39	34	17	24	31	39	56	46	37
2002	35	36	33	14	22	29	38	49	42	36
2003	37	40	35	14	23	29	41	57	44	39
2005	35	35	35	15	23	30	39	49	42	36
2006	36	38	34	14	21	29	39	55	44	39
2007	35	37	34	14	22	29	38	50	42	37
2008	36	37	35	13	22	30	38	53	44	37

Not

1. Den genomsnittliga lästiden bland dem som läser dagspress.

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2008 (procent)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1979	74	77	71	41	59	80	56	80	75	77	88
1981	74	74	73	46	66	80	76	82	73	78	88
1983	75	75	75	41	71	80	84	76	77	77	88
1985	75	76	74	38	69	79	86	79	78	78	86
1987	76	78	73	41	68	80	84	85	79	78	83
1989	72	71	74	32	65	76	82	82	77	71	86
1991	73	77	69	41	64	76	82	80	75	74	88
1993	73	73	73	37	64	75	83	82	76	74	85
1995 ¹	71	71	71	27	65	72	82	83	74	73	84
1997 ¹	72	71	72	30	60	72	83	81	75	71	84
1999	72	73	71	36	63	73	81	88	81	74	80
2001	73	73	72	40	63	73	80	83	75	73	81
2003	73	72	74	31	63	72	83	86	78	73	83
2005	73	72	74	30	62	72	82	84	79	73	82
2006	72	72	72	31	55	70	84	86	78	73	81
2007	72	71	72	26	59	71	82	86	77	74	82
2008	69	68	71	26	51	67	81	87	77	69	80

Läser morgontidning

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

Närmare 70 procent läser någon morgontidning en genomsnittlig dag. Morgonpressens räckvidd är på samma nivå bland män och kvinnor. Andelen läsare ökar med ålder. Av 9 till 14-åringarna läser ca en fjärdedel någon morgontidning en genomsnittlig dag medan motsvarande andel bland de äldsta är 87 procent.

Morgontidningsläsningen är relativt jämnt fördelad mellan olika utbildningsgrupper.

Morgontidningsläsningen har varit relativt stabil ånda sedan Mediebarometern startade sin mätserie år 1979. En viss nedgång kan dock förmärkas under de senaste två decennierna – det handlar om några få procentenheter. Nedgången är dock klart märkbar i de yngre åldersgrupperna 15 till 44-åringarna.

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 gratisidningar.

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 2008 är 78 procent.

Not

1. Före 1998 ingick ej Metro i morgontidningsläsningen.

Andel som läser en genomsnittlig dag 2008 (procent)

Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	%	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	%
	Vuxna 18-79 år	69	Tjänstemän		68
	Barn/ungdom 9-17 år	75	Högre tjänstemän/akademiker		80
		33	Egna företagare		84
Kön	Män 9-79 år	68	Pensionärer		72
	Kvinnor 9-79 år	71	Studerande		85
			Arbetslösa ¹		56
	Män 18-79 år	74			61
	Kvinnor 18-79 år	75	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	68
	Pojkar 9-17 år	29		Två personer (18 år och äldre)	78
	Flickor 9-17 år	38		Tre eller fler (18 år och äldre)	71
Ålder	9-14 år	26	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	59
	15-19 år	50		Äldre vuxna (45-79 år)	83
	20-24 år	53		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	73
	25-34 år	61		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	68
	35-44 år	72	Hushåll (9-79 år)	En person	69
	45-54 år	78		Två personer	80
	55-64 år	83		Tre personer	63
	65-79 år	87		Fyra personer eller fler	61
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	77	Hemort (9-79 år)	Större städer	71
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	78		Södra mellanbygden	67
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	74		Norra tätbygden	73
	Gymnasial utbildning > 2 år	68		Norra glesbygden	69
	Högskola/universitet ≤ 3 år	77		Stockholm, Södertälje A-region	69
	Högskola/universitet > 3 år	83		Göteborgs A-region	68
				Malmö/Lund/Trelleborg	69

Morgontidningsläsaren

Morgonpressens räckvidd en genomsnittlig dag ligger på en hög nivå, kring 70-80 procent, i så gott som alla grupper med undantag av de unga. Lägst är andelen bland barn (26 procent) och ungdomar (50 procent). Generellt ökar andelen morgontidningsläsare med ålder.

Läsandet av morgonpress är mest utbrett bland personer över 65 år, högre tjänstemän/akademiker och högt utbildade med mer än tre års universitetsstudier, men även i andra grupper av vuxna läser en övervägande majoritet morgontidning en genomsnittlig dag.

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

Anmärkning

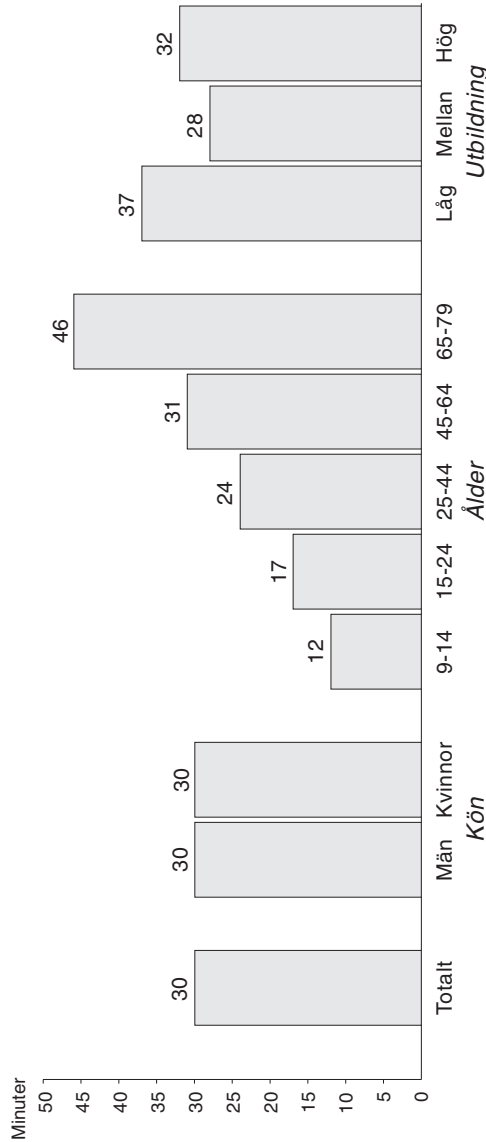
Med morgontidning avses alla morgonutgivna tidningar som utkommer minst en gång per vecka, vilket inkluderar både prenumerationsbar storstads- och landsortsmorgonpress samt dagliga gratisidningar, tryckt version eller internetversion.

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 2008 är 78 procent.

Not

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

Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (minuter)



Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1980-2008 (minuter)

År	Kön					Utbildning				
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	Låg	Mellan	Hög	
1980	32	33	30	10	22	31	33	31	38	
1981	31	34	28	12	20	30	32	29	38	
1983	32	33	30	13	19	31	33	28	36	
1985	31	34	27	13	20	29	31	28	37	
1987	32	33	31	12	22	30	35	29	35	
1989	31	32	30	12	18	28	32	30	35	
1991	29	32	27	16	21	26	32	26	35	
1993	29	31	26	10	18	24	32	27	30	
1995	31	32	30	10	21	26	33	28	36	
1997	29	30	29	16	19	24	31	28	33	
1999	29	30	29	17	19	24	33	27	33	
2001	30	32	29	16	19	24	37	27	32	
2003	31	32	30	12	19	23	35	29	33	
2005	29	29	29	12	18	24	33	27	31	
2006	30	31	30	13	17	24	36	27	34	
2007	29	29	29	12	17	22	34	27	31	
2008	30	30	30	12	17	24	37	28	32	

Lästid bland läsarna

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

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

Anmärkning

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

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

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

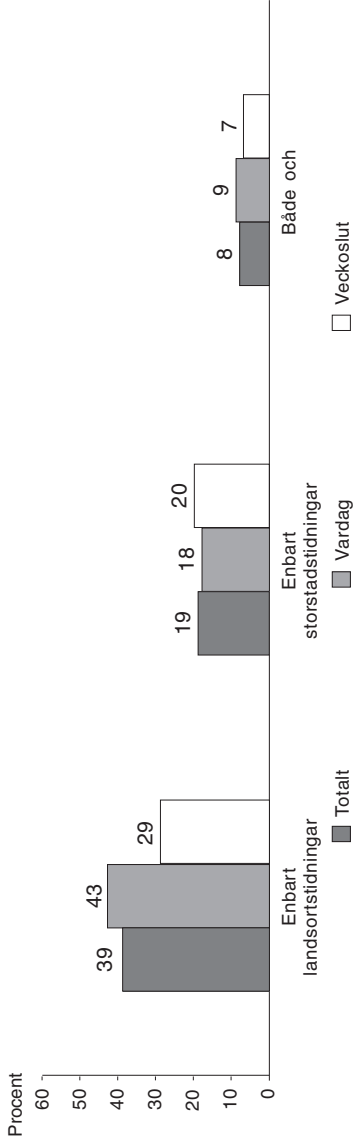
Tabellen redovisar genomsnittlig lästid bland dem som läst morgontidning en genomsnittlig dag.

Not

1. Den genomsnittliga lästiden bland dem som läser morgonpress.

Morgontidning

Läsare 9-79 år en genomsnittlig vardag/veckos/ut 2008 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2008 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder						Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög	
Enbart en morgontidning	57	54	61	25	45	56	64	73	68	58	62	
Två morgontidningar	10	10	9	1	5	9	13	12	8	9	15	
Tre eller fler	2	3	1	—	1	3	3	2	1	3	3	
Enbart landsortstidningar	39	36	42	15	30	38	46	49	54	45	34	
Enbart storstadstidningar	19	19	18	7	10	20	21	25	13	15	30	
Både landsorts- och storstadstidningar	8	9	7	2	4	8	10	11	5	5	14	
Enbart papperstidning	63	60	66	26	47	57	74	82	74	63	70	
Enbart nättidning	3	3	2	0	2	5	3	1	1	3	4	
Både nät- och papperstidning	3	4	3	—	2	5	4	3	2	3	6	
Mindre än ¼ tim	18	17	19	21	28	22	15	6	12	19	16	
¼-½ tim	28	28	29	4	19	31	39	23	30	31	34	
½-1 tim	18	19	18	1	4	12	22	42	28	15	24	
1-2 tim	4	4	5	—	0	1	4	14	7	3	5	
Mer än 2 tim	0	0	1	—	—	0	0	2	1	0	1	
Genomsnittlig vecka	87	86	88	60	79	88	93	94	90	88	93	

Läsning av morgontidning

Närmare hälften av befolkningen läser minst en landsortstidning en genomsnittlig dag medan motsvarande andel för storstadsmorgnpresen är 27 procent. Om vi beaktar att de flesta landsortstidningar inte utges på söndagar och utgår från vardagsläsningen ökar andelen för landsortspresen till 52 procent, i jämförelse med 26 procent för storstadsmorgontidningarna.

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

Läsning av någon morgontidning på internet en genomsnittlig dag ligger fortfarande på en relativt låg nivå även om en viss ökning kan noteras. Andelen ärognöst bland 25 till 44-åringar och högutbildade (vardera 10 procent).

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

Huvuddelen av befolkningen mellan 9 och 79 år, 87 procent, läser minst en morgontidning en genomsnittlig vecka. Bland 9- till 14-åringar är 60 procent "veckoläsare" och motsvarande siffra för de äldre är 94 procent. Både totalt och i de flesta grupper är det överlag en hög stabilitet under det senaste decenniet.

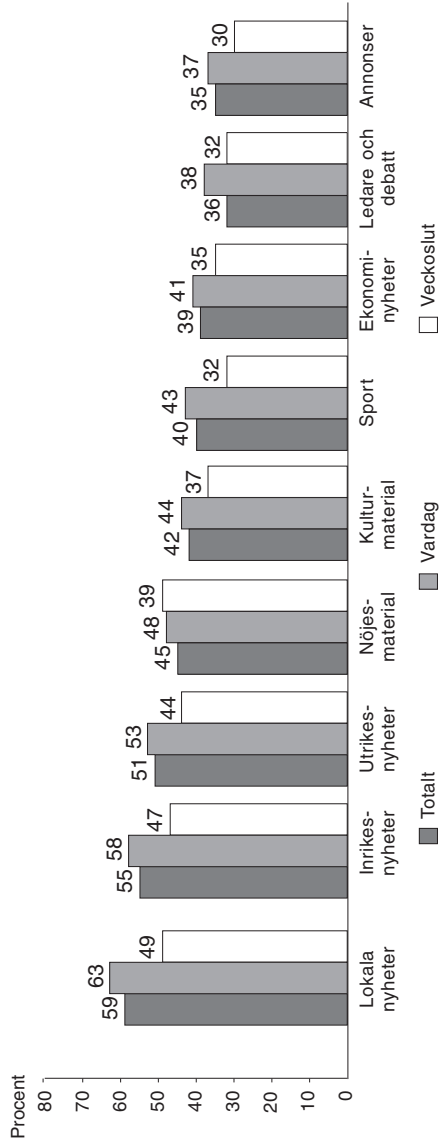
Anmärkning

Med morgontidning avses alla morgonutgivna tidningar som utkommer minst en gång per vecka, vilket inkluderar både prenumerationsbara 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.

Morgontidning

Läsare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig vardag/veckoslut 2008: innehållskategorier (procent)



Läsare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2008: 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	59	56	62	11	36	57	71	80	69	61
Inrikesnyheter	55	52	58	11	31	53	67	78	64	54
Utrikesnyheter	51	50	53	9	27	48	63	74	59	48
Nöjesmaterial	45	41	49	12	30	43	55	60	53	47
Kulturmateriell	42	36	47	7	24	37	52	61	48	40
Sport	40	49	32	15	27	37	47	54	49	40
Ekonominyheter	39	41	37	4	15	36	50	61	48	38
Ledare och debatt	36	33	39	4	16	31	46	59	44	35
Annonser	35	32	39	7	17	35	44	50	45	37

Läsning av morgontidningsinnehåll

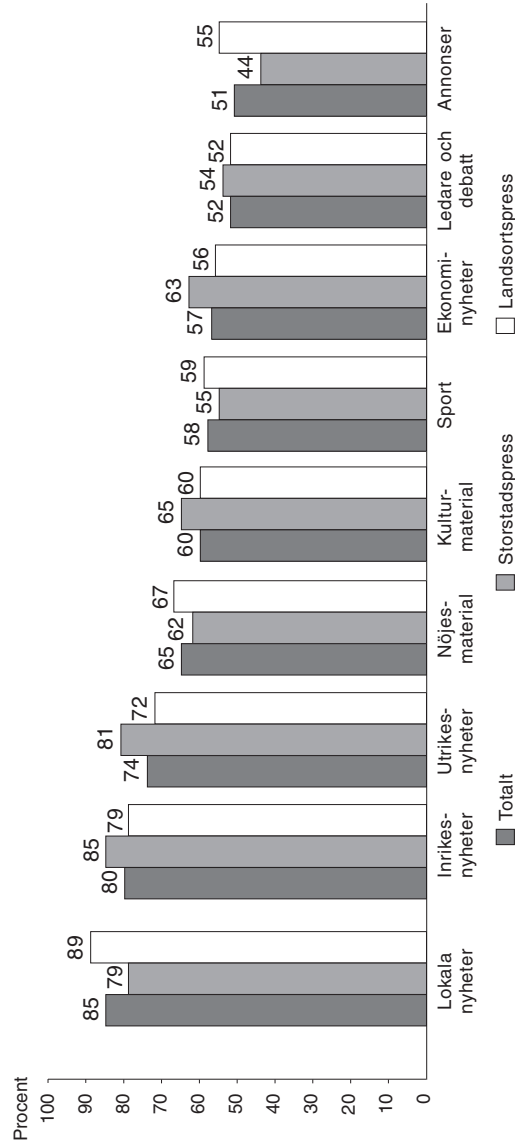
Det mest lästa innehållet i morgontidningarna är lokala nyheter (59 procent), inrikesnyheter (55 procent) och utrikesnyheter (51 procent). Nöje, kultur, sport och annonser i morgontidningar läses av mellan 35 och 45 procent av befolkningen. Läsningen är oavsett innehållskategori generellt högre på vardagar än på veckoslut vilket speglar den större morgonpressläsningen under arbetsveckan. Genom att läsningen av landortspress är större på vardagar kommer innehållstyper som är attraktiva i landortstidningar att spela en större roll, t ex lokala nyheter och nöjesmaterial.

Läsningen av i stort sett alla typer av innehåll ökar med ålder. För lokalnyheter är skillnaden mellan de yngsta (11 procent) och de äldsta (80 procent) särskilt stor, i fråga om sport är skillnaden minst (15 och 54 procent). Högutbildade läser utrikesnyheter i något större utsträckning än lågutbildade men vad gäller övriga kategorier är skillnaderna relativt små. När det gäller skillnader mellan könen är de störst vad gäller läsningen av sport (män) och kultur, nöje och annonser (kvinnor).

Anmärkning

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

Läsare av olika innehållskategorier bland läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)



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 74 procent. Nöje och kultur ligger något lägre men läses ändå av ca två tredjedelar av läsarna en genomsnittlig dag.

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

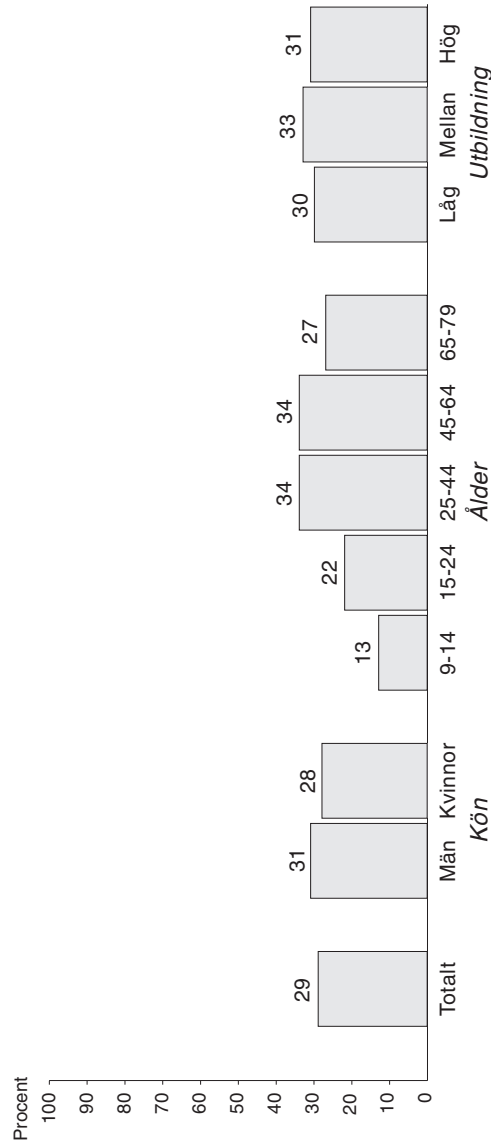
Anmärkning

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

Läsare av olika innehållskategorier bland läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)

Genomsnittlig dag	Totalt	Storstadstidningar	Landsortstidningar	Enbart läst morgontidning på papper	Enbart läst morgontidning på internet
Lokala nyheter	85	79	89	93	48
Inrikesnyheter	80	85	79	91	66
Utrikesnyheter	74	81	72	86	57
Nöjesmaterial	65	62	67	69	31
Kulturmaterial	60	65	60	61	23
Sport	58	55	59	61	33
Ekonominyheter	57	63	56	68	33
Ledare och debatt	52	54	52	62	20
Annonser	51	44	55	52	22

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)



Läser kvällstidning

Närmare en tredjedel av befolkningen läser en kvällstidning en genomsnittlig dag 2008. Andelen läsare är något högre bland män än kvinnor. De medelålders läser i något större utsträckning än andra åldersgrupper.

Sedan början av 1980-talet har kvällspressen tappat läsare. Den långsiktigt vikande trenden har dock sedan mitten av 1990-talet stabiliserats kring 30 procent. Minskningen är mest markant bland män, ungdomar och 25 till 44-åringar.

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 1979-2008 (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
1983	35	39	31		19	38	42	38	22	35	42	34
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
1993	29	33	27		18	33	33	32	22	29	35	26
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
2003	30	34	27		18	28	34	32	28	32	36	27
2005	31	32	30		17	27	33	35	27	33	35	30
2006	33	35	30		14	29	40	36	25	28	40	34
2007	31	34	28		13	30	39	34	25	32	38	31
2008	29	31	28		13	22	34	34	27	30	33	31

Andel som läser en genomsnittlig dag 2008 (procent)

Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	%	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	%
	Vuxna 18-79 år	29	Tjänstemän		36
	Barn/ungdom 9-17 år	32	Högre tjänstemän/akademiker		36
		14	Egna företagare		29
Kön	Män 9-79 år	31	Pensionärer		31
	Kvinnor 9-79 år	28	Studerande		28
			Arbetslösa ¹		25
	Män 18-79 år	34			26
	Kvinnor 18-79 år	30	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	29
	Pojkar 9-17 år	15	(18-79 år)	Två personer (18 år och äldre)	33
	Flickor 9-17 år	14		Tre eller fler (18 år och äldre)	31
Ålder	9-14 år	13	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	31
	15-19 år	16		Äldre vuxna (45-79 år)	31
	20-24 år	30		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	31
	25-34 år	38		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	35
	35-44 år	32	Hushåll (9-79 år)	En person	29
	45-54 år	33		Två personer	31
	55-64 år	34		Tre personer	31
	65-79 år	27		Fyra personer eller fler	27
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	31	Hemort (9-79 år)	Större städer	29
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	29		Södra mellanbygden	30
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	38		Norra tätbygden	36
	Gymnasial utbildning > 2 år	32		Norra glesbygden	32
	Högskola/universitet ≤ 3 år	32		Stockholm, Södertälje A-region	29
	Högskola/universitet > 3 år	30		Göteborgs A-region	22
				Malmö/Lund/Trelleborg	24

Kvällstidningsläsaren

Kvällspressens räckvidd varierar mellan olika grupper. Män läser något mer än kvinnor men även här kan en utjämning konstateras. Personer mellan 25 och 34 år, småbarnsföräldrar samt arbetare och tjänstemän skiljer ut sig genom en högre andel läsare. De tidigare klara ålderskillnaderna i kvällstidningsläsningen är inte längre lika tydliga. Andelen läsare är dock relativt låg bland pensionärer och unga. I de demografiska grupper där kvällspressen har sin största andel läsare en genomsnittlig dag är morgonpressen relativt sett något svagare.

I Stockholm var andelen kvällspressläsare länge större än i övriga landet. Några sådana skillnader har inte noterats de senaste fem åren och tendensen är snarast att kvällspressläsningen nu är störst i landsorten. Kvällstidningsläsningen är traditionellt lägre i Göteborgs- och Malmö-regionerna.

Anmärkning

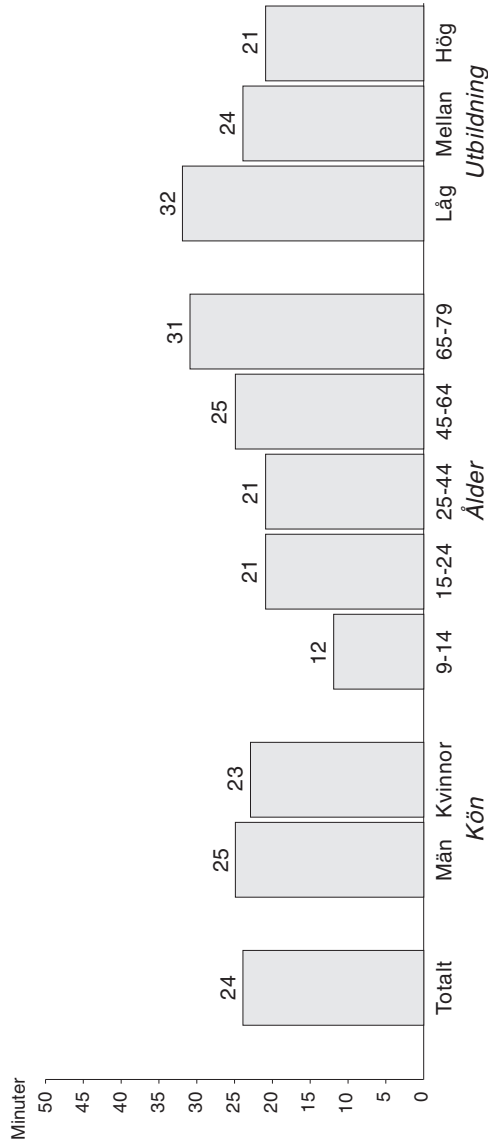
Med kvällstidning avses någon av kvällstidningarna Aftonbladet, Expressen, GT och Kvällsposten, tryckt version eller internetversion.

Not

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

Kvällstidning 24 minuter

Lästid *bland läsare*¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (minuter)



Lästid *bland läsare*¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1980-2008 (minuter)

År	Kön					Ålder					Utbildning				
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög	Låg	Mellan	Hög	
1980	29	32	25	14	24	30	32	38	34	25	28	34	25	28	
1981	30	32	27	21	22	30	33	46	33	28	32	33	28	32	
1983	29	30	27	12	24	29	32	36	30	30	28	30	30	28	
1985	33	34	31	16	24	33	40	35	33	36	31	33	36	31	
1987	29	32	25	13	24	31	32	36	34	28	26	34	28	26	
1989	26	29	22	12	20	25	30	34	30	25	25	30	25	25	
1991	26	28	23	16	21	26	28	32	27	27	27	27	27	27	
1993	26	28	23	12	19	25	27	40	30	24	26	30	24	26	
1995	26	28	24	12	22	26	28	39	30	25	26	30	25	26	
1997	27	29	26	13	21	25	30	40	31	27	25	31	27	25	
1999	25	26	23	18	19	24	27	33	29	25	24	29	25	24	
2001	26	28	24	14	18	24	29	39	34	24	25	34	24	25	
2003	26	28	23	13	19	21	29	36	31	25	25	31	25	25	
2005	24	26	23	14	20	21	26	34	29	25	22	29	25	22	
2006	23	25	21	15	17	19	25	36	33	23	21	33	23	21	
2007	23	25	22	14	17	21	25	32	31	23	21	31	23	21	
2008	24	25	23	12	21	21	25	31	32	24	21	32	24	21	

Lästid bland läsarna

Den genomsnittlige läsaren ägnar 24 minuter åt kvällspress. Lästiden ökar med ålder – de äldsta läsarna ägnar kvällspressen nästan tre gånger så lång tid som de unga läsarna – och lågutbildade läser kvällstidningen längre tid än medel- och högutbildade.

Lästiden bland kvällspressläsare minskade i slutet av 1980-talet, men har under hela 1990-talet och fram till idag varit relativt stabil både totalt sett och i olika grupper.

Anmärkning

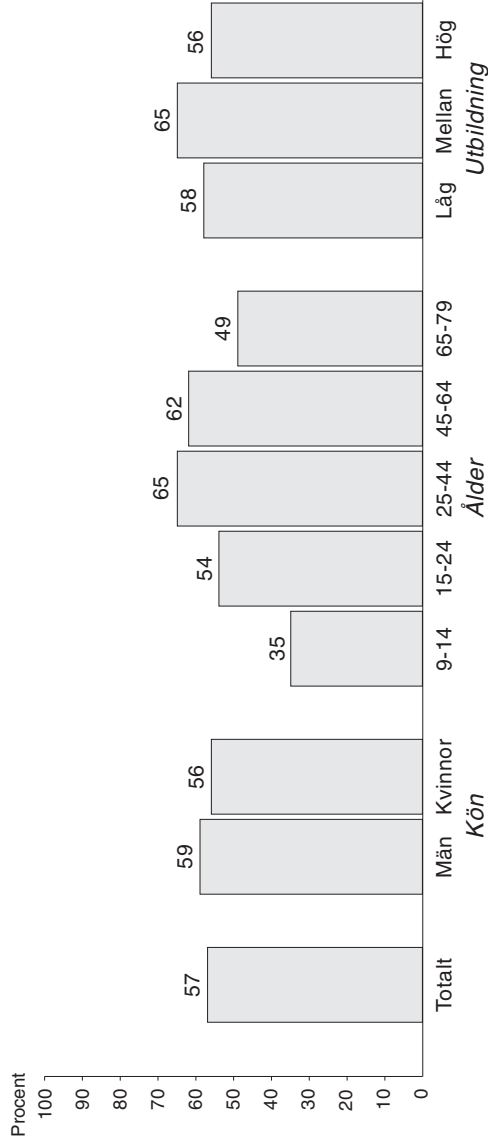
Med kvällstidning avses någon av kvällstidningarna Aftonbladet, Expressen, GT och Kvällsposten, tryckt version eller fr o m 2006 internetversion.

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.

Kvällstidning

Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2008 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)

	Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Hög
Enbart en kvällstidning	24	25	23	13	18	26	28	24	27	24
Två eller fler	5	6	5	1	3	8	6	4	3	7
Enbart papperstidning	16	16	16	8	9	13	21	20	24	13
Enbart nättidning	12	13	11	4	12	19	10	6	5	16
Både nät- och papperstidning	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1
Mindre än ¼ tim	11	11	11	9	10	14	11	6	6	13
¼-½ tim	12	13	12	4	7	14	15	12	14	12
½-1 tim	5	6	5	—	3	5	6	8	8	5
1-2 tim	1	1	1	—	1	1	1	2	2	1
Mer än 2 tim	0	0	—	—	—	—	0	—	0	—

Läsning av kvällstidning

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

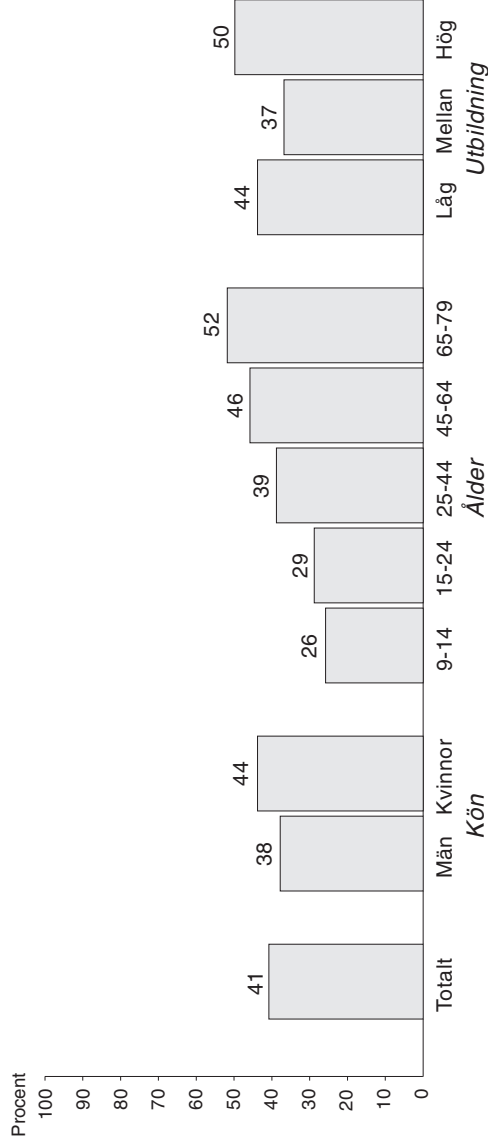
Flerparten kvällstidningsläsare håller sig till en tidning: 5 procent av befolkningen läser dock mer än en kvällstidning en genomsnittlig dag.

Internet spelar en relativt stor roll för kvällspressens räckvidd. En genomsnittlig dag tar 14 procent av befolkningen del av kvällstidningen på internet – 12 procent läser tidningen enbart på nätet och det är främst 25 till 44-åringarna (19 procent) och högt utbildade (16 procent). Andelen som enbart tar del av kvällstidning på internet har ökat från 5 procent 2002 till 12 procent 2008, någon ökning mellan 2007 och 2008 kan dock inte noteras.

Anmärkning

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

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1994-2008 (procent)

År	Kön			Ålder			Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	Låg	Mellan	Hög
1994	51	51	52	36	44	49	51	48	67
1995	49	46	52	33	46	48	48	48	62
1996	49	46	52	41	44	45	49	45	60
1997	47	44	48	39	38	43	48	43	55
1998	50	46	52	34	41	46	50	47	59
1999	49	47	51	36	35	47	51	51	56
2000	54	52	56	42	44	51	56	52	62
2001	47	43	51	40	38	44	49	43	55
2002	42	36	48	34	31	38	45	41	45
2003	43	39	47	46	28	39	44	39	48
2005	41	37	45	36	36	38	43	40	45
2006	39	34	44	39	27	34	41	35	44
2007	40	35	44	31	23	36	45	36	45
2008	41	38	44	26	29	39	44	37	50

Läser tidskrifter

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

Totalt sett läser kvinnor tidskrifter i större utsträckning än män (44 procent respektive 38 procent). Äldre är överlag flitigare läsare än yngre (52 procent respektive 26 procent) och högutbildade läser i något större utsträckning än lågutbildade (50 procent respektive 44 procent). Mönstret mellan de olika grupperna har i stort 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 månadstidningarna 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 2008 (procent)

Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	%	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	%
	Vuxna 18-79 år	41		Tjänstemän	35
	Barn/ungdom 9-17 år	43		Högre tjänstemän/akademiker	47
		27		Egna företagare	50
Kön	Män 9-79 år	38		Pensionärer	47
	Kvinnor 9-79 år	44		Studerande	51
				Arbetslösa ¹	32
					28
	Män 18-79 år	41	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	44
	Kvinnor 18-79 år	46	(18-79 år)	Två personer (18 år och äldre)	45
	Pojkar 9-17 år	24		Tre eller fler (18 år och äldre)	37
	Flickor 9-17 år	30			
Ålder	9-14 år	26	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	37
	15-19 år	27		Äldre vuxna (45-79 år)	49
	20-24 år	31		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	39
	25-34 år	37		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	39
	35-44 år	41	Hushåll (9-79 år)	En person	45
	45-54 år	45		Två personer	47
	55-64 år	47		Tre personer	37
	65-79 år	52		Fyra personer eller fler	35
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	44	Hemort (9-79 år)	Större städer	41
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	47		Södra mellanbygden	41
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	40		Norra tätbygden	45
	Gymnasial utbildning > 2 år	36		Norra glesbygden	43
	Högskola/universitet ≤ 3 år	50		Stockholm, Södertälje A-region	39
	Högskola/universitet > 3 år	50		Göteborgs A-region	41
				Malmö/Lund/Trelleborg	41

Tidskriftsläsaren

De grupper där tidskriftsläsandet en genomsnittlig dag är högst är bland personer mellan 65 och 79 år (52 procent), högtbildade, högre tjänstemän/akademiker (50 procent) och kvinnor 18 till 79 år (46 procent).

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

Mönstret i de olika gruppernas läsning är i stort detsamma som under de senaste åren.

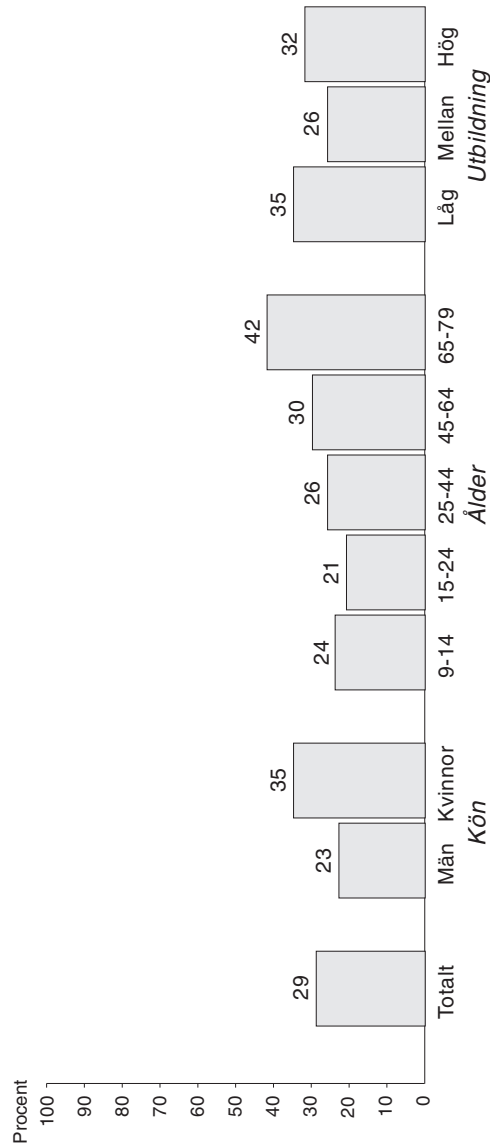
Anmärkning

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

Not

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

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1981-2008 (procent)

År	Totalt	Kön		Ålder				Utbildning			
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1981'	23	15	31	29	24	16	20	39	27	19	13
1983'	30	21	38	34	32	21	33	39	33	28	21
1985'	22	13	31	14	19	18	23	42	28	19	16
1987'	22	13	30	11	24	14	26	39	29	20	15
1989'	19	12	26	13	15	15	18	36	25	19	13
1991'	18	10	26	13	15	14	19	31	23	18	12
1993'	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
2006	30	23	36	36	22	23	31	41	34	27	28
2007	30	23	36	29	19	24	30	44	37	26	30
2008	29	23	35	24	21	26	30	42	35	26	32

Läser vecko- och månadstidningar

Vecko- och månadstidningar är den mest lästa delen av den totala tidskriftsmarknaden. Närmare 30 procent av befolkningen läser någon vecko- eller månadstidning en genomsnittlig dag. Äldre, kvinnor och lågutbildade uppvisar högst andelar; 42 procent av de äldsta, 35 procent av kvinnorna samt lika stor andel bland lågutbildade läser någon vecko- eller månadstidning en genomsnittlig dag. Detta mönster har varit i stort det samma sedan mitten av 1990-talet. Andelen för män är 23 procent och den har legat på samma nivå sedan mitten av 1990-talet. En vikande trend kan noteras bland ungdomar.

Anmärkning

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

Not

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

Vecko-/månadstidning

Andel som läser en genomsnittlig dag 2008 (procent)

Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	%	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	%
	Vuxna 18-79 år	29	Tjänstemän		25
	Barn/ungdom 9-17 år	30	Högre tjänstemän/akademiker		29
		24	Egna företagare		30
Kön	Män 9-79 år	23	Pensionärer		30
	Kvinnor 9-79 år	35	Studerande		41
			Arbetslösa ¹		19
					18
	Män 18-79 år	24	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	29
	Kvinnor 18-79 år	36	(18-79 år)	Två personer (18 år och äldre)	31
	Pojkar 9-17 år	20		Tre eller fler (18 år och äldre)	26
	Flickor 9-17 år	28			
Ålder	9-14 år	24	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	23
	15-19 år	21		Äldre vuxna (45-79 år)	36
	20-24 år	20		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	25
	25-34 år	25		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	27
	35-44 år	27	Hushåll (9-79 år)	En person	30
	45-54 år	29		Två personer	34
	55-64 år	31		Tre personer	26
	65-79 år	42		Fyra personer eller fler	25
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	36	Hemort (9-79 år)	Större städer	30
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	31		Södra mellanbygden	29
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	29		Norra tätbygden	30
	Gymnasial utbildning > 2 år	25		Norra glesbygden	32
	Högskola/universitet ≤ 3 år	34		Stockholm, Södertälje A-region	25
	Högskola/universitet > 3 år	30		Göteborgs A-region	30
				Malmö/Lund/Trelleborg	27

Vecko-/månadstidnings-läsaren

Vecko- och månadstidningarna uppvisar en högre räckvidd för grupperna kvinnor och äldre. Bland vuxna kvinnor läser 36 procent någon vecko- eller månadstidning en genomsnittlig dag medan andelen läsare i den äldsta gruppen, 65 till 79 år är 42 procent. Andelen läsare bland män är relativt låg.

Mönstren i olika gruppers läsning är i stort desamma som de senaste åren. En liten minskning kan dock konstateras bland de yngsta, 9 till 14 år, och unga, 15 till 29 år.

Anmärkning

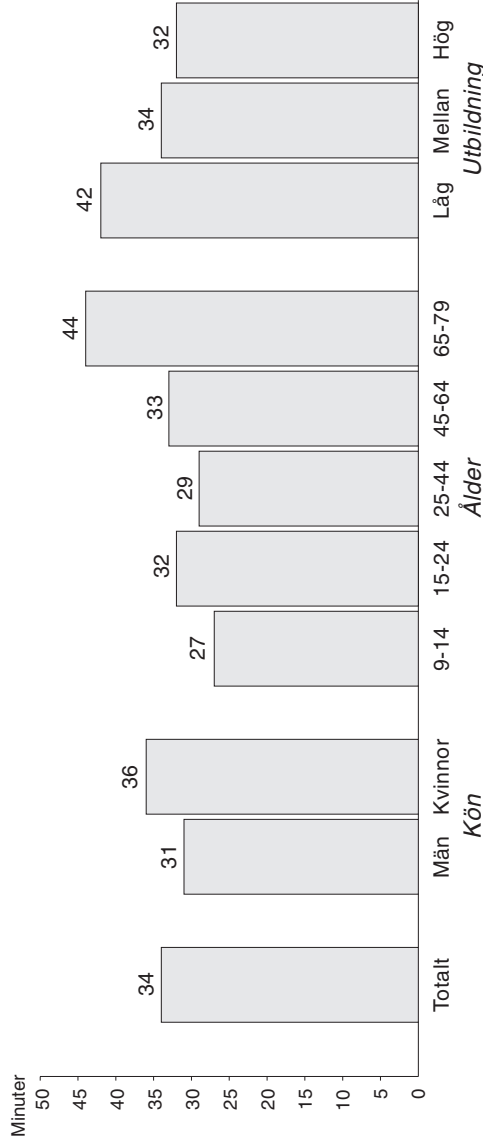
Med vecko-/månadstidningar avses såväl den traditionella veckopressen, herrtidningar och ungdomstidningar som populärtdiskrifter inriktade på ett eller några specialintressen hos läsaren. Innefattar fr o m 2008 både tryckt version och internetversion.

Not

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

Vecko-/månadstidning 34 minuter

Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (minuter)



Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2008 (minuter)

År	Kön					Ålder					Utbildning				
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög	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				
2006	34	31	36	29	27	27	33	47	42	32	32				
2007	32	29	34	23	28	28	30	43	38	32	30				
2008	34	31	36	27	32	29	33	44	42	34	32				

Lästid bland läsarna

Läsarna avsätter i genomsnitt 34 minuter åt vecko-/månadspress under en genomsnittlig dag. Lästiden är något längre bland pensionärer och lågutbildade, men i övrigt är skillnaderna vad gäller ålder och utbildning inte särskilt stora.

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

Anmärkning

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

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

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

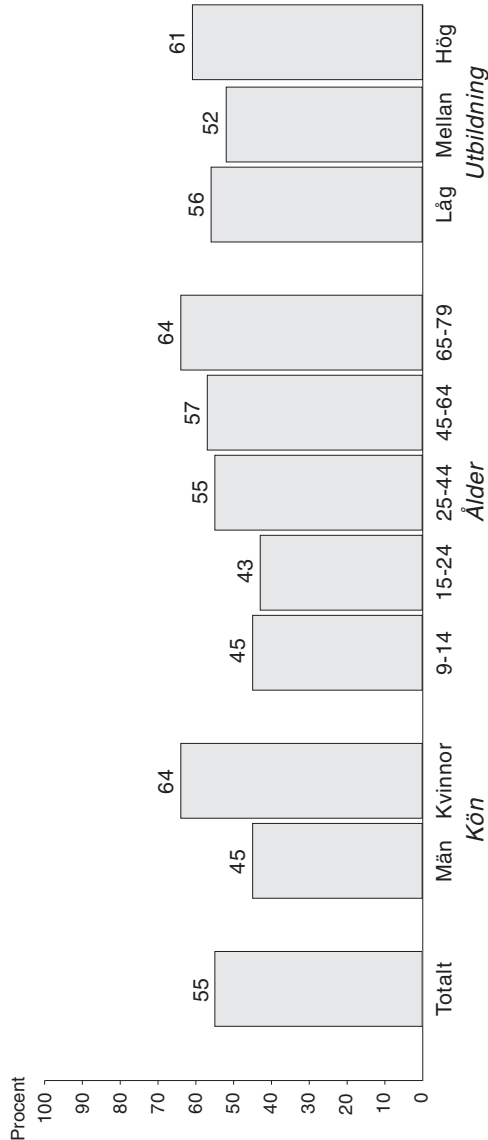
Observera att tabellen enbart baseras på dem som läst en genomsnittlig dag, vilket innebär att antalet svarspersoner är relativt litet och att siffrorna därför bör tolkas med försiktighet.

Noter

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

Vecko-/månadstidning

Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2008 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2008 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Genomsnittlig dag											
Enbart en vecko-/månadstidning	24	19	29	20	17	21	25	34	30	22	25
Två vecko-/månadstidningar	4	3	5	3	2	4	4	6	4	3	5
Tre eller fler	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2
Mindre än ½ tim	16	13	18	16	12	17	17	16	13	14	19
½-1 tim	10	8	12	6	7	8	10	18	16	9	10
1-2 tim	3	2	3	1	1	1	2	7	4	2	3
Mer än 2 tim	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0
Genomsnittlig vecka	55	45	64	45	43	55	57	64	56	52	61
Genomsnittlig månad	78	70	86	68	75	82	78	81	75	77	84

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, 64 procent, som läser vecko- och månads-tidningar än män, 45 procent. Äldre, 64 procent, är flitigare läsare än de unga, 43 procent.

Läsarna håller sig normalt till enbart en vecko- eller månadstidning en genomsnittlig dag, det är endast 5 procent av befolkningen som läser eller tittar i fler än en tidning.

Drygt 15 procent av befolkningen ägnar vecko- eller månadstidningarna som mest 30 minuter och 13 procent läser en vecko- eller månadstidning i mer än 30 minuter en genomsnittlig dag. De som avsätter en timma eller mer är mycket få. De äldre och lågutbildade utmärker sig något genom att i större utsträckning ägna mer tid åt tidningen än andra grupper.

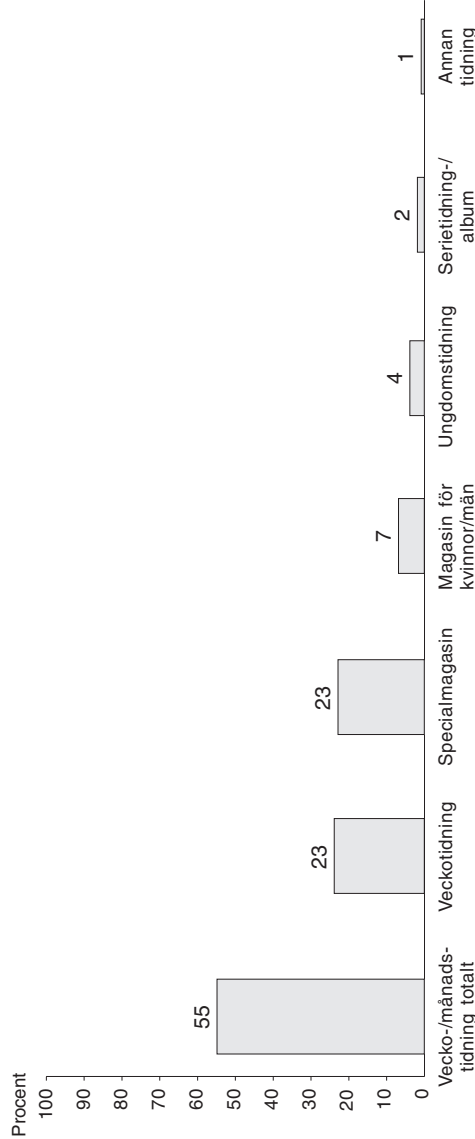
Andelen som någon gång per månad läser någon vecko- eller månadstidning ligger i nästan alla grupper över 70 procent. Undantaget är de yngsta (68 procent). Högst är andelen bland kvinnor (86 procent).

Anmärkning

Med vecko-/månadstidningar avses såväl den traditionella veckopres-sen, herrtidningar och ungdomstidningar som populäridskrifter inrik-tade 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 upp-skattning av sin lästid under gårdagen.

Vecko-/månadstidning

Läsare av olika vecko-/månadstidningar 9-79 år en genomsnittlig vecka 2008 (procent)



Läsare av olika vecko-/månadstidningar 9-79 år en genomsnittlig vecka 2008 (procent)

Typ av tidning	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Veckotidning ¹	23	12	34	5	11	19	28	39	36	24	22
Specialmagasin ²	23	29	17	8	15	28	26	22	17	21	32
Magasin för kvinnor/män ³	7	2	13	2	6	10	7	7	2	7	11
Ungdomstidning ⁴	4	1	7	17	10	3	1	1	1	3	2
Serietidning-/album	2	3	1	12	3	1	0	-	0	1	1
Annan tidning	1	2	1	0	1	1	1	1	2	1	1

Läsning av olika vecko-/månadstidningar

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

Närmare en fjärdedel av befolkningen har tagit del av en veckotidning en genomsnittlig vecka. Lika stor andel läser specialmagasin inriktade på olika intresseområden. Magasin inriktade på kvinnor/män läser 7 procent av befolkningen, företrädesvis kvinnor i åldern 25 till 44 år.

Läsningen av veckotidningar och livstilsmagasin ligger klart högre bland kvinnor (34 respektive 13 procent) än bland män (12 respektive 2 procent). Veckotidningsläsningen ligger även högre bland äldre än yngre och högre bland lågutbildade än högutbildade.

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

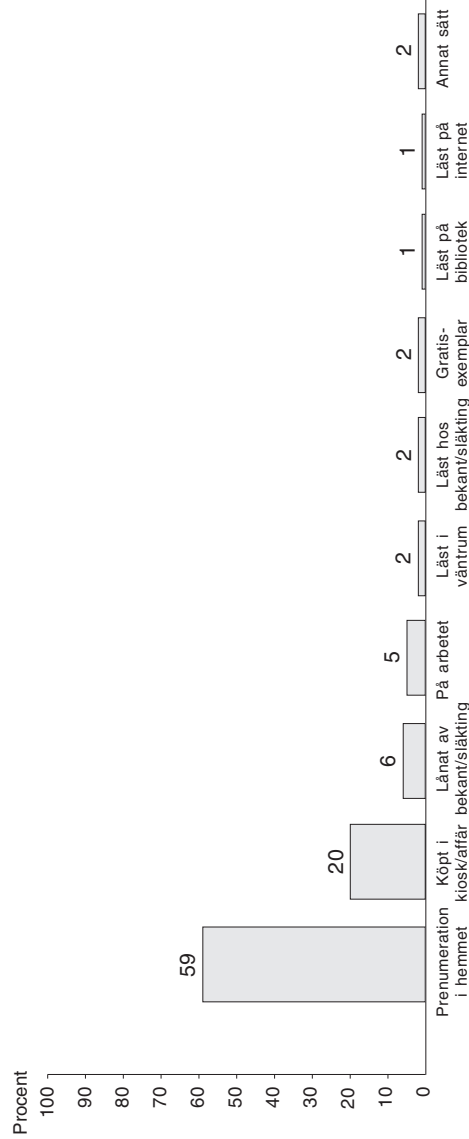
Bland de yngre intar, inte oväntat, serie- och ungdomstidningar en framträdande plats. Sådana tidningar når tillsammans ca 30 procent av barnen mellan 9 och 14 år under en genomsnittlig vecka.

Noter

1. Med veckotidning avses familjetidning, kändistidning och annan veckotidning
2. 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 eller politik.
3. Med magasin för kvinnor/män avses livsstilsmagasin för kvinnor, damtidning och livstilsmagasin för män.
4. Med ungdomstidning avses tjejtidning med inriktning på mode, trender eller skönhet och barn och ungdomstidning.

Vecko-/månadstidning

Anskaffning av vecko-/månadstidningar bland dem som läst någon vecko-/månadstidning 9-79 år den senaste veckan 2008 (procent)



Anskaffning av vecko-/månadstidningar bland dem som läst någon vecko-/månadstidning 9-79 år den senaste veckan 2008 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Anskaffning bland läsare											
Prenumeration	59	61	58	53	33	50	66	76	72	54	62
i hemmet	20	17	21	27	38	25	14	11	15	19	18
Köpt i kiosk/affär	6	5	7	5	9	7	6	5	6	8	5
Lånat av bekant/släktning	5	5	5	—	4	8	6	1	2	7	6
På arbetet	2	2	3	1	3	3	3	2	1	3	2
Läst i väntrum	2	2	2	2	3	2	1	1	1	2	1
Läst hos bekant/släktning	2	2	2	1	4	2	1	1	2	2	2
Gratisexemplar	1	1	0	—	1	0	0	0	0	1	1
Internet	1	1	1	1	3	0	1	1	0	1	1
Läst på bibliotek	2	3	2	5	2	2	3	1	1	3	2
Annat sätt											

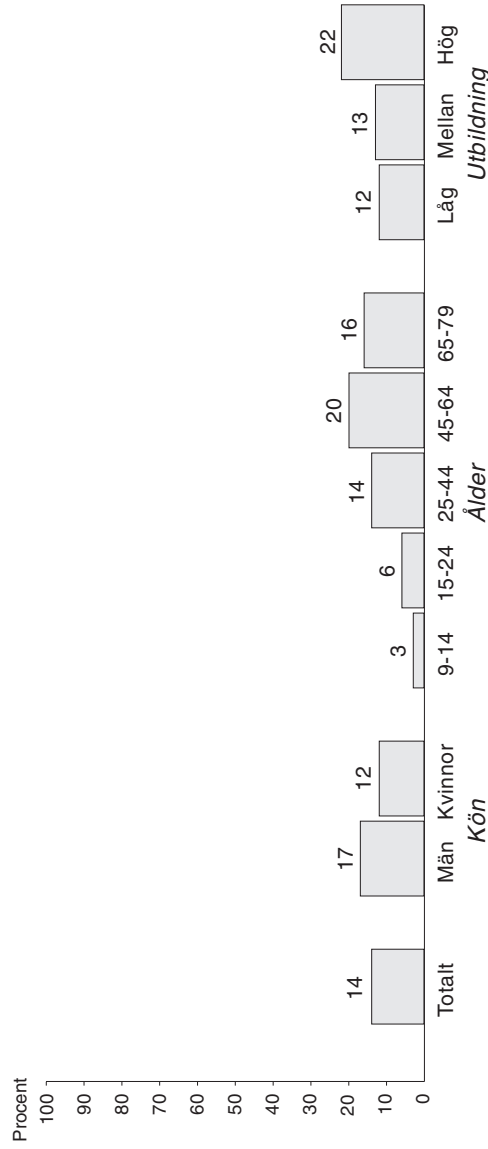
Anskaffning

Fliertalet läsare av vecko-/månadstidningar prenumererar på en tidning (59 procent) eller köper den i kiosk/affär (20 procent). Prenumeration och lösnummerköp uppvisar skillnader efter kön och mellan åldersgrupper. Män prenumererar oftare medan kvinnor oftare köper lösnummer. Prenumeration är klart vanligare bland pensionärer (76 procent) och dem som är 45 till 64 år (66 procent). I dessa grupper ligger andelen lösnummerköpare på endast 11 respektive 14 procent. I åldersgruppen 15 till 24 år är lösnummerköparna fler än andelen prenumeranter (38 respektive 33 procent). Andelarna har varit relativt stabila under de senaste åren.

Andelen som läst en vecko-/månadstidning som har lånats av bekant eller släkting ligger på 6 procent och 5 procent har haft tillgång till tidningen på arbetet. Anskaffning via bekant är något vanligare bland ungdomar jämfört med övriga grupper.

Tillgång på arbetet är vanligare bland högt utbildade än lågutbildade. 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 2008 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1981-2008 (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
1983	27	33	22	13	24	34	35	13	24	30	41
1985	26	32	20	6	25	32	32	17	23	28	44
1987	26	30	22	12	23	31	30	19	17	31	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
2006 ¹	15	17	13	5	7	15	20	16	10	13	24
2007 ¹	15	17	13	3	5	15	21	17	11	14	24
2008 ¹	14	17	12	3	6	14	20	16	12	13	22

Läser special- och facktidsskrifter

14 procent av befolkningen läser en genomsnittlig dag någon special- eller facktidsskrift. Sådana tidskrifter var tidigare i första hand männens medium. De senaste årens resultat pekar dock på en viss utjämning mellan män och kvinnor. Läsningen är mest utbredd bland medelålders personer och pensionärer. Andelen läsare ökar med utbildning: 22 procent av alla högt utbildade läser någon special- eller facktidsskrift en genomsnittlig dag jämfört med 12 procent bland de lågutbildade. En nedgång i läsningen under senare år kan noteras och det är främst ungdomarnas läsning av special- och facktidsskrifter en genomsnittlig dag som har minskat.

Anmärkning

Med special-/facktidsskrifter avses såväl tidskrifter inriktade på fack- och yrkesområden som organisationsutgivna specialtidsskrifter. Innefattar fr o m 2008 både tryckt version och internetversion.
År 2001 utökades svarsalternativen på frågan om vecko/månadstidningar ytterligare. Detta har sannolikt påverkat den uppgivna läsningen av special-/facktidsskrifter.

Not

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

Andel som läser en genomsnittlig dag 2008 (procent)

Totalt	%	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	%
Totala befolkningen 9-79 år	14		Tjänstemän	10
Vuxna 18-79 år	16		Högre tjänstemän/akademiker	21
Barn/ungdom 9-17 år	3		Egna företagare	27
			Pensionärer	19
Kön			Studerande	15
Män 9-79 år	17		Arbetslösa ¹	12
Kvinnor 9-79 år	12			10
Män 18-79 år	19	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	16
Kvinnor 18-79 år	14	(18-79 år)	Två personer (18 år och äldre)	17
Pojkar 9-17 år	3		Tre eller fler (18 år och äldre)	14
Flickor 9-17 år	2			
Ålder		Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	13
9-14 år	3		Äldre vuxna (45-79 år)	19
15-19 år	4		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	15
20-24 år	9		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	15
25-34 år	11			
35-44 år	17	Hushåll (9-79 år)	En person	17
45-54 år	19		Två personer	17
55-64 år	22		Tre personer	12
65-79 år	16		Fyra personer eller fler	12
Utbildning (16-79 år)		Hemort (9-79 år)	Större städer	14
Förgymnasial utbildning < 9 år	10		Södra mellanbygden	13
Förgymnasial utbildning 9-10 år	18		Norra tätbygden	16
Gymnasial utbildning ≤ 2 år	11		Norra glesbygden	14
Gymnasial utbildning > 2 år	14		Stockholm, Södertälje A-region	15
Högskola/universitet ≤ 3 år	22		Göteborgs A-region	16
Högskola/universitet > 3 år	23		Malmö/Lund/Trelleborg	15

Special- och facktidskriftsläsaren

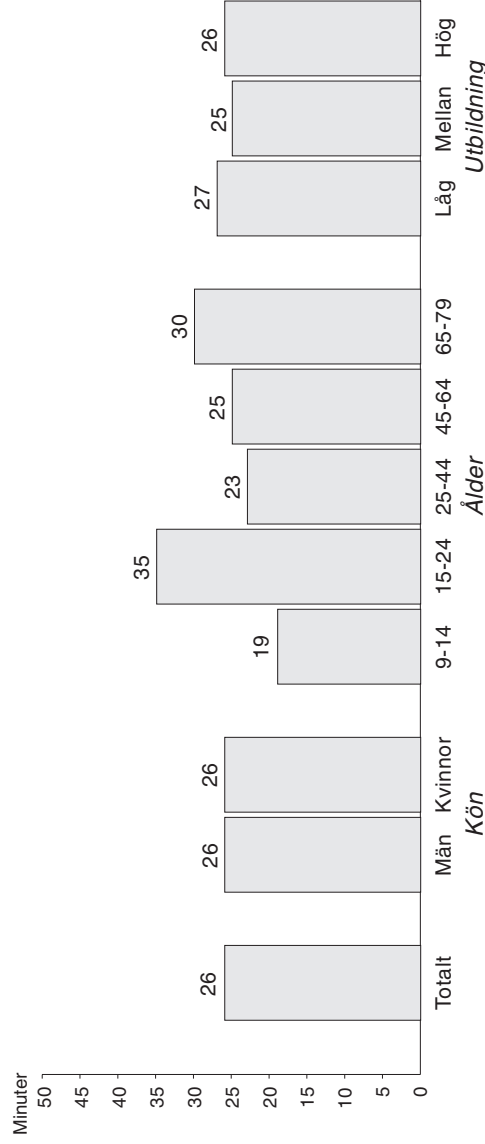
Såväl utbildning och ålder som kön och sociala faktorer inverkar på benägenheten att läsa special- och facktidskrifter. Bland yrkesverksamma är andelen läsare större än i andra grupper. Detta torde ha att göra med att facktidskrifter normalt är knutna till yrkesverksamhet. Störst andel läsare finner vi bland högre tjänstemän och akademiker (27 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.

Not
1. Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (minuter)



Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2008 (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
2006 ²	28	28	29	³	35	22	38	35	32	26	29
2007 ²	29	30	28	³	29	30	26	35	31	29	28
2008 ²	26	26	26	³	35	23	25	30	27	25	26

Noter

1. Den genomsnittliga lästiden bland dem som läser special-/fackpress.
2. I frågeformuleringen har fr o m 2001 ingått förtydliganden när det gäller typ av vecko-/månadstidning vilket sannolikt har bidragit till en uppgiven minskad användning av special-/facktidskrifter.
3. Siffran redovisas inte då antalet svarspersoner är mycket lågt.

Anmärkning

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

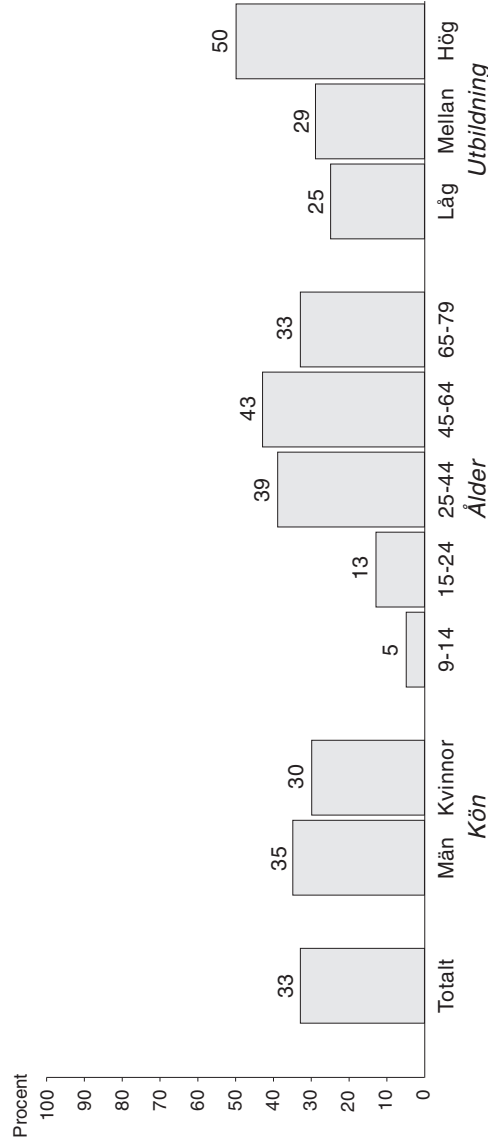
Lästiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna utifrån på förhand angivna tidsintervall fått göra en uppskattning av sin lästid under gårdagen. Intervallen har sedan omräknats till genomsnittlig lästid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*).

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.

Special-/facktidskrift

Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2008 (procent)



Läsning 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2008 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Genomsnittlig dag											
Enbart en special-/facktdskrift	12	15	11	2	6	13	18	15	11	11	20
Två eller fler special-/facktdskrifter	2	3	1	1	1	2	2	2	1	1	3
Mindre än ½ tim	11	12	9	2	4	12	15	10	8	10	17
½-1 tim	3	4	2	0	1	2	4	5	3	2	5
1-2 tim	1	0	1	—	0	0	0	1	1	0	1
Mer än 2 tim	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Genomsnittlig vecka	33	35	30	5	13	39	43	33	25	29	50
Genomsnittlig månad	54	58	51	15	30	66	68	49	44	55	74

Läsning av special- och facktidskrifter

En tredjedel av befolkningen läser eller tittar i minst någon special- eller facktidskrift en genomsnittlig vecka. Bland personer mellan 45 och 64 år och bland högtbildade är andelen "veckoläsare" 43 respektive 50 procent. Flertalet special- och tidskriftsläsare tittar i enbart en tidskrift en genomsnittlig dag.

11 procent av befolkningen läser special- och facktidskrifter som mest 30 minuter en genomsnittlig dag medan 4 procent läser mer än 30 minuter. Äldre och högtbildade utmärker sig genom att de i större utsträckning läser mer än 30 minuter.

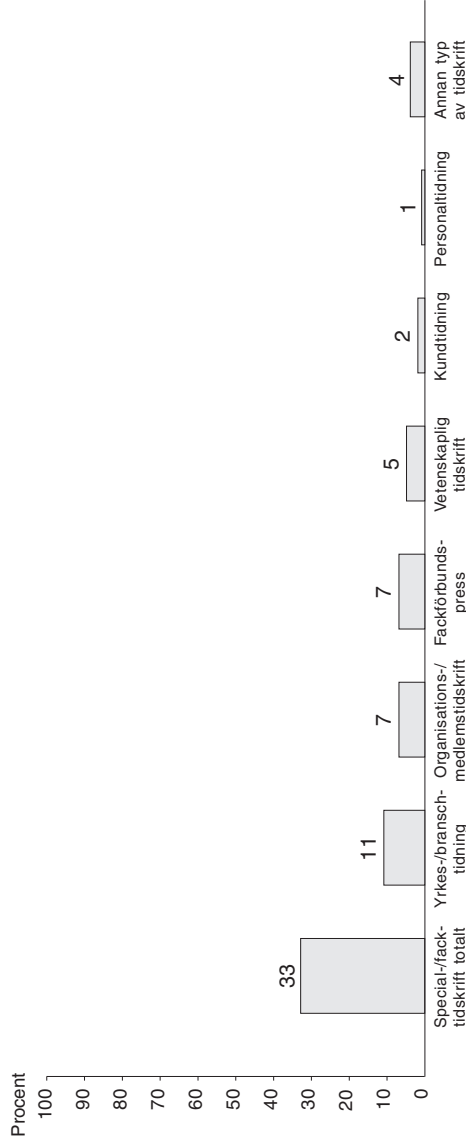
Andelen läsare av minst en tidskrift under en månad är 54 procent. Variationerna mellan olika grupper är stor – från 15 procent i åldersgruppen 9 till 14 år till 74 procent bland de högtbildade.

Anmärkning

Med special-/facktidskrifter avses såväl tidskrifter inriktade på fack- och yrkesråden 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-/facktidsskrift

Läsare av olika special-/facktidsskrifter 9-79 år en genomsnittlig vecka 2008 (procent)



Läsning av olika tidskriftstyper

Special- och facktidsskriftsmarknaden rymmer bland annat tidskrifter som är inriktade på yrkesområde, de något bredare organisations- och medlemsbladerna och fackförbundstidningarna. Även vetenskapliga tidskrifter samt kund- och personaltidningar ingår här. Yrkes-/branschtidningarna har störst veckoräckvidd (11 procent), därefter kommer organisations- och medlemsbladerna och fackförbundstidningarna (7 procent).

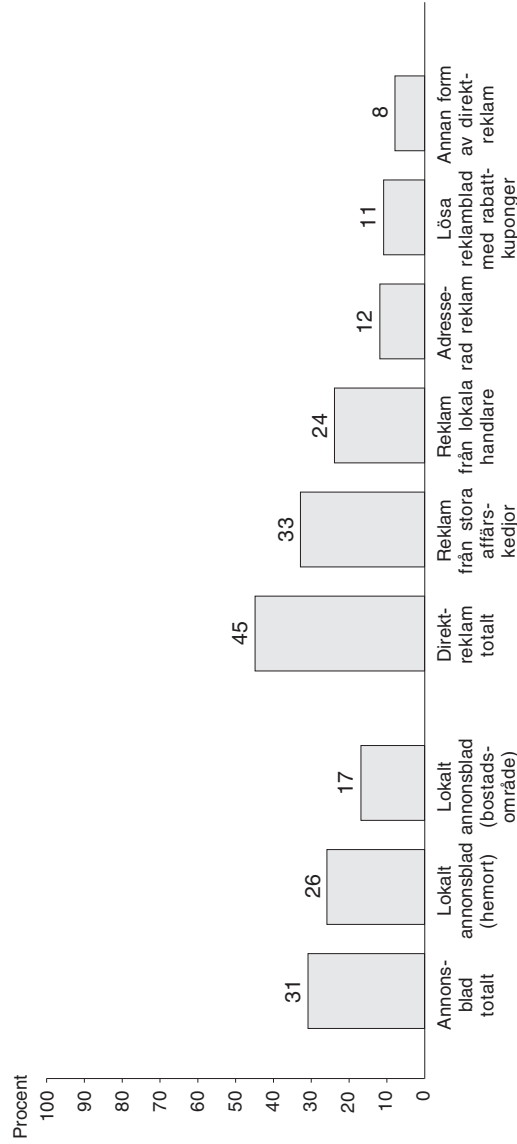
Bland 25 till 64-åringarna och högt utbildade är räckvidden för yrkes-/branschtidningarna klart störst (15 respektive 18 procent). Även organisations- och medlemsbladerna, fackförbundstidningar och vetenskapliga tidskrifter läses i något högre omfattning bland medelålders, äldre och högt utbildade.

Läsare av olika special-/facktidsskrifter 9-79 år en genomsnittlig vecka 2008 (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	11	13	9	1	4	15	15	8	7	10	18
Organisations-/medlemsblad	7	7	7	1	2	7	10	8	6	7	10
Fackförbundstidning	7	6	8	-	2	9	11	5	5	6	11
Vetenskaplig tidskrift	5	6	4	-	4	6	6	6	3	4	9
Kundtidning	2	2	1	0	0	2	2	2	1	2	2
Personaltidning	1	1	1	-	0	2	1	1	0	1	1
Annan typ av tidskrift	4	5	3	1	2	5	4	5	4	4	6

Annonsblad/direktreklam

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Annonsblad	31	31	31	10	22	33	37	35	34	33	35
Lokalt annonsblad (hemort)	26	25	27	8	16	29	31	29	27	27	31
Lokalt annonsblad (bostadsområde)	17	16	18	6	12	17	20	21	20	19	18
Direktreklam	45	43	47	26	41	49	48	47	46	49	47
Reklam från stora affärskedjor	33	31	34	16	28	35	35	36	35	36	34
Reklam från lokala handlare	24	22	26	8	16	25	27	30	27	27	26
Adresserad reklam	12	11	12	6	12	13	11	13	11	13	13
Lösa reklamblad med rabattkuponger	11	10	12	5	11	12	12	10	11	12	12
Annan form av direktreklam	8	8	8	6	8	9	8	7	8	9	8

Läser annonsblad/direktreklam

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

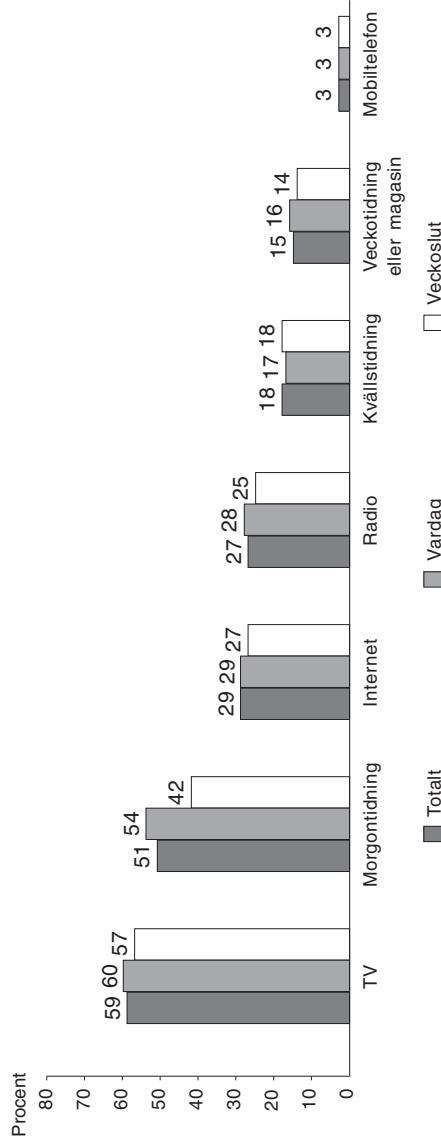
Användning av direktreklam från stora affärskedjor är vanligare än från lokala handlare. I fråga om annonsblad är det vanligare att man tar del av blad som täcker bostadsorten än de som täcker bara bostadsområdet. Adresserad reklam når drygt 12 procent av befolkningen en genomsnittlig dag.

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

Definitionsproblem gör det något osäkert att bedöma räckvidden för reklammedier över tid. Andelarna för de senaste åren visar dock för flertalet reklammedier en stabilitet i räckvidden en genomsnittlig dag.

Reklam

Andel som tagit del av reklam i olika medier i befolkningen 9-79 år
en genomsnittlig vardag/veckoslut 2008 (procent)



Reklam i olika medier

Reklam i TV och morgontidningar ligger klart högre än reklam i andra medier. Över hälften av befolkningen har tagit del av minst någon reklam i TV en genomsnittlig dag, 59 procent, och minst någon annons i morgonpressen, 51 procent. På vardagar är skillnaderna mindre mellan TV och morgonpress (60 procent respektive 54 procent) än på veckoslut (57 procent respektive 42 procent). TV-reklamen når fler i åldersgruppena under 45 år, medan morgontidningarna når fler i åldersgruppen över 45 år. Högutbildade nås i högre grad av annonser i morgonpress än i andra medier.

Något fler tar del av reklam på internet, 29 procent, än i radio, 27 procent. Andelen för reklam på internet har fördubblats på fyra år. Andelarna år 2008 högst bland ungdomar (47 procent) och bland 25 till 44-åringar (42 procent). Män uppmärksammar i större utsträckning än kvinnor reklam på internet och högutbildade internetreklam i större utsträckning än lågutbildade. Reklam i kvällspressen når 18 procent och veckotidning eller magasin 15 procent. Reklam via mobiltelefon ligger fortfarande på en låg nivå i samtliga grupper.

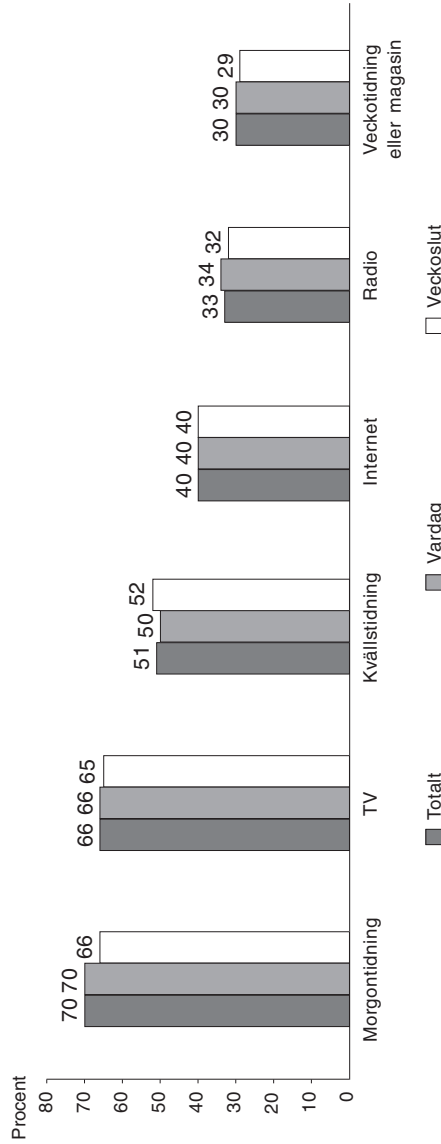
Räckvidden är idag högre för flertalet reklammedier än för bara några år sedan.

Andel som tagit del av reklam i olika medier i befolkningen 9-79 år
en genomsnittlig dag 2008 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
TV	59	59	59	64	60	60	59	54	57	59	57
Morgontidning	51	49	52	16	35	54	60	57	52	51	62
Internet											
2004	14	19	10	14	30	19	10	2	4	14	19
2005	20	25	15	22	41	25	14	3	6	22	22
2006	24	30	18	24	45	32	18	8	8	26	28
2007	27	31	22	20	49	39	20	7	9	29	33
2008	29	33	24	26	47	42	22	8	10	31	35
Radio	27	27	27	14	34	37	26	14	22	33	27
Kvällstidning	18	19	16	4	15	23	20	13	17	20	20
Veckotidning eller magasin	15	12	18	8	12	18	17	15	14	14	20
Mobiltelefon											
2007	2	2	2	2	5	3	1	0	1	3	2
2008	3	3	2	3	6	4	2	0	1	3	3

Reklam

Andel som tagit del av reklam i olika medier bland användare 9-79 år en genomsnittlig vardag/veckoslut 2008 (procent)



Andel som tagit del av reklam i olika medier bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder							Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög		
Morgontidning	70	69	70	6	7	9	8	12	63	71	75		
TV	66	66	67	66	69	72	66	57	61	68	66		
Kvällstidning	51	52	49	25	55	55	53	39	46	52	54		
Internet	40	45	36	36	52	51	32	19	24	41	43		
Radio	33	33	33	27	48	45	29	16	26	39	31		
Veckotidning eller magasin	30	24	34	20	26	36	31	25	27	29	34		

Reklamanvändarna

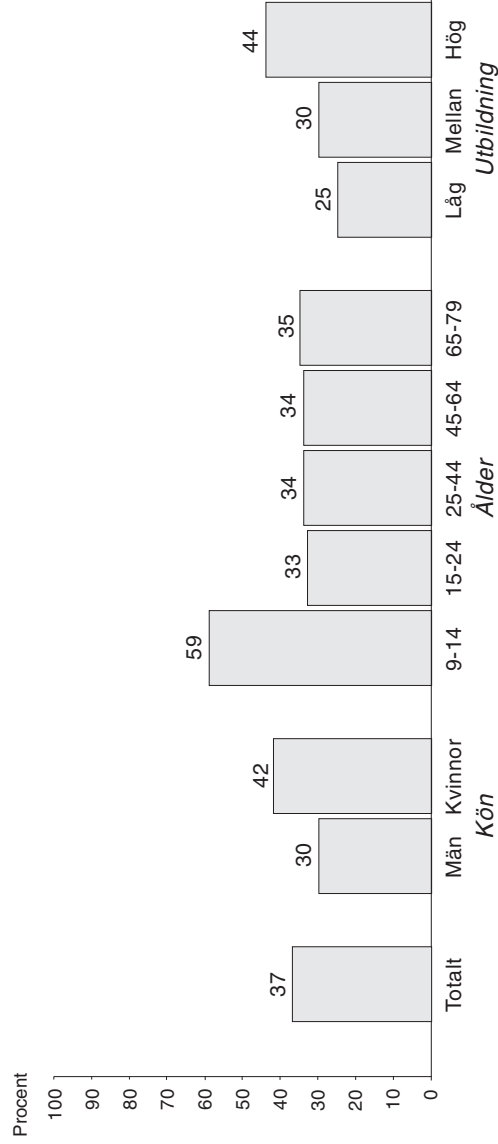
Även när det gäller hur stor andel av dem som tar del av de enskilda medierna och som också uppmärksammar reklamen i dessa dominerar television och morgontidningar. Morgontidningsläsare uppmärksammar reklam i det egna mediet något mer än vad TV-tittare gör (70 respektive 66 procent). Skillnaden mellan vardag och veckoslut är liten.

Hälften av kvällstidningsläsarna tar del av reklamen i tidningen. Vecko-/månadstidningar ligger lägre (30 procent).

Internet ligger totalt något högre (40 procent) än radio (33 procent).

Uppmärksamheten för reklam i TV och morgontidningarnas annonser uppmärksammas dock i mindre utsträckning av de yngsta – och TV-reklamen uppmärksammas relativt sett mindre av de äldsta som till stor del är SVT-tittare. I ungdomsgruppen 15 till 24 år och bland 25 till 44-åringar dominerar tittande på reklam i TV, ca 70 procent, och kvällspress 55 procent.

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2008 (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
1983 ¹	31	27	36	52	40	33	21	20	19	34	50
1985 ¹	31	27	35	54	43	31	21	18	17	35	48
1987 ¹	35	30	40	53	40	35	30	24	21	35	54
1989 ¹	31	25	38	46	35	33	2	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
2008 ²	37	30	42	59	33	34	34	35	25	30	44

Läser böcker

Andelen läsare en genomsnittlig dag uppgår till 37 procent. 42 procent av kvinnorna är bokläsare medan andelen bland män är 30 procent. Bland barn och ungdomar i skolåldern är andelen bokläsare klart högre än bland vuxna. I barngruppen (9 till 14 år) är bokläsning mer utbredd än i någon annan åldersgrupp. Bokläsningen är särskilt utbredd bland högt utbildade, där 44 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 men små upp och nedgångar bland ungdomar, äldre och högt utbildade kan noteras.

Anmärkning

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

Not

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

Andel som läser en genomsnittlig dag 2008 (procent)

Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	%	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	%
	Vuxna 18-79 år	37	Tjänstemän		26
	Barn/ungdom 9-17 år	34	Högre tjänstemän/akademiker		38
		51	Egna företagare		47
Kön	Män 9-79 år	30	Pensionärer		30
	Kvinnor 9-79 år	42	Studerande		34
			Arbetslösa ¹		40
	Män 18-79 år	28	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	26
	Kvinnor 18-79 år	40	(18-79 år)		
	Pojkar 9-17 år	45		Två personer (18 år och äldre)	34
	Flickor 9-17 år	57		Tre eller fler (18 år och äldre)	35
Ålder	9-14 år	59	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	31
	15-19 år	34		Äldre vuxna (45-79 år)	35
	20-24 år	31		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	33
	25-34 år	33		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	38
	35-44 år	35	Hushåll (9-79 år)	En person	34
	45-54 år	34		Två personer	34
	55-64 år	34		Tre personer	36
	65-79 år	35		Fyra personer eller fler	40
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	23	Hemort (9-79 år)	Större städer	35
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	29		Södra mellanbygden	32
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	29		Norra tätbygden	38
	Gymnasial utbildning > 2 år	30		Norra glesbygden	34
	Högskola/universitet ≤ 3 år	41		Stockholm, Södertälje A-region	43
	Högskola/universitet > 3 år	46		Göteborgs A-region	38
				Malmö/Lund/Trelleborg	41

Bokläsaren

Den stora skillnaden i bokläsning går efter ålder och kön. De yngsta läser böcker i betydligt högre grad än äldre, inte minst genom skolan, och kvinnor läser böcker i större utsträckning än vad män gör (42 respektive 30 procent). Den verkliga gruppen högkonsumenter är unga flickor med 57 procent läsare en genomsnittlig dag. Även pojkar 9 till 17 år ligger över genomsnittet för bokläsning (45 procent). Utbildningsnivån har också betydelse för bokläsningen. Högutbildade är flitigare bokläsare än de med lägre utbildning. Bland högre tjänstemän/akademiker är bokläsning nästan dubbelt så vanlig som bland arbetare.

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

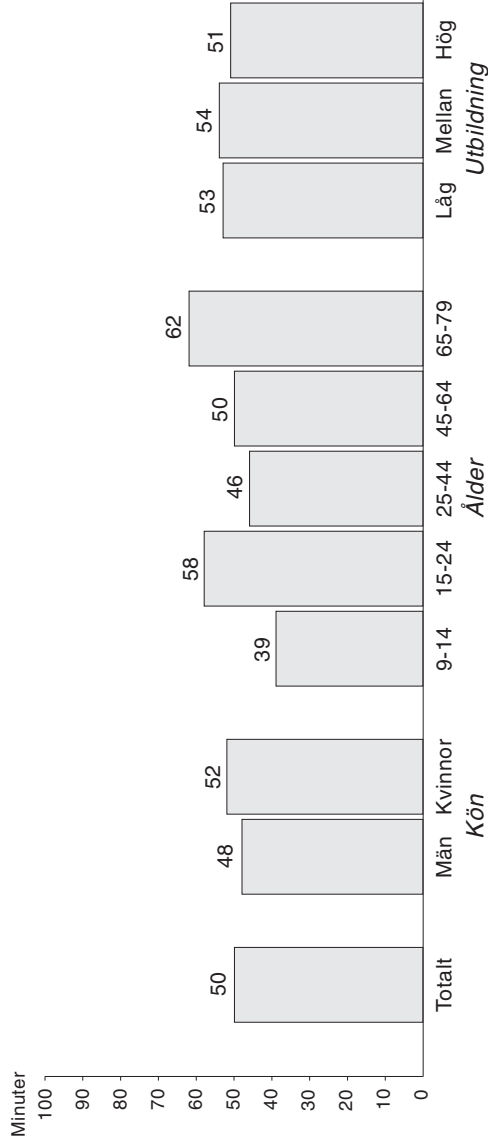
Anmärkning

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

Not

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

Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (minuter)



Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2008 (minuter)

År	Kön			Ålder			Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Hög
1986 ²	68	68	69	46	82	71	64	65	71
1987 ²	64	62	65	44	72	62	70	72	66
1989 ²	61	58	64	41	68	63	69	59	70
1991 ²	58	64	53	46	72	53	52	68	74
1993 ²	59	60	58	42	75	57	57	61	66
1995	64	59	68	51	89	60	57	65	68
1997	61	57	64	51	72	60	57	69	61
1999	55	54	56	37	76	54	56	59	62
2001	62	57	66	52	77	60	58	66	65
2002	55	50	58	38	66	55	51	65	59
2003	55	54	57	44	61	56	56	62	58
2005	56	51	58	34	59	56	56	67	60
2006 ³	53	51	54	38	60	46	54	67	53
2007 ³	51	50	51	35	51	48	51	68	54
2008 ³	50	48	52	39	58	46	50	62	51

Lästid bland läsarna

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

Lästiden har minskat något sedan slutet av 1990-talet, men mönstret mellan olika grupper är i stort sett detsamma som under senare år.

Anmärkning

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

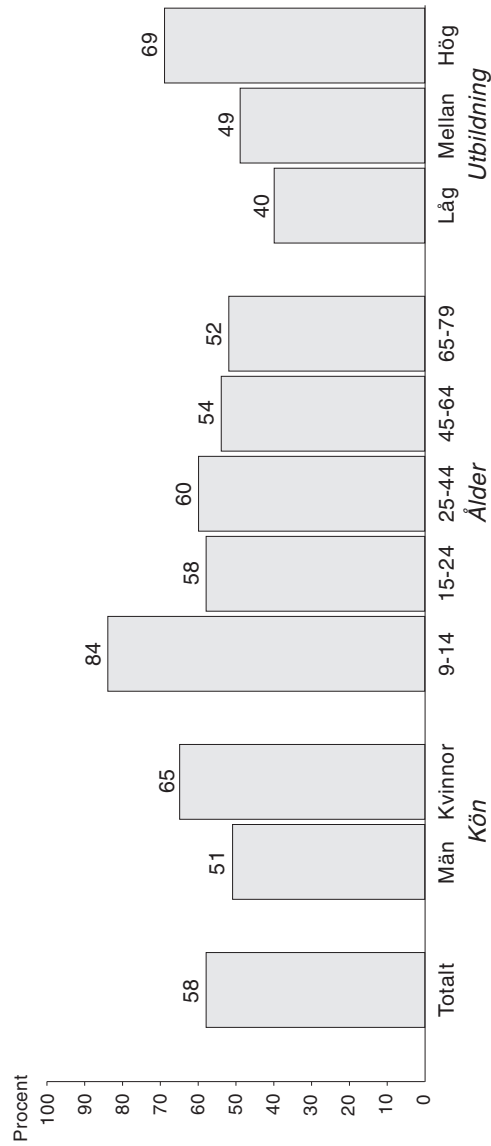
Lästiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna utifrån på förhand angivna tidsintervall fattar en uppskattning av sin lästid under gårdagen. Intervallen har sedan omräknats till genomsnittlig lästid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*).

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 böcker man lyssnat till ingår.

Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2008 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka/dag 1995-2008 (procent)

Genomsnittlig vecka	Kön		Ålder				Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Hög
1995	63	57	69	96	74	63	54	47	83
1999	58	50	67	86	65	57	52	45	74
2003	56	46	66	88	58	54	54	47	69
2007 ¹	58	48	68	85	62	57	54	51	69
2008 ¹	58	51	65	84	58	60	54	52	69
Genomsnittlig dag									
Enbart en bok	33	28	37	49	26	31	32	33	39
Två böcker	2	2	3	5	3	2	2	2	3
Tre eller fler	2	1	2	5	4	1	1	1	2
Mindre än ½ tim	12	11	13	29	8	13	11	6	14
½-1 tim	15	12	17	17	13	14	14	17	18
1-2 tim	6	4	8	8	6	5	7	7	8
Mer än 2 tim	2	2	2	2	3	2	1	3	2
Genomsnittlig vecka									
Någon ljudbok	5	5	5	3	3	7	7	3	7
2007	6	6	7	5	3	7	8	6	7
2008									

Veckoläsning av böcker

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

"Veckoläsning" är mer utbredd bland kvinnor (65 procent), de yngsta (84 procent) och högutbildade (69 procent). De mönster som visat sig i läsning en genomsnittlig dag förstärks följaktligen i "veckoläsningen".

Endast 4 procent av befolkningen tar del av mer än en bok en genomsnittlig dag. Andelen som läser många böcker är störst bland barn och ungdom, där skolgången troligen innebär att de ofta kommer att läsa i flera böcker.

Nästan 30 procent av befolkningen ägnar böcker som mest en timma en genomsnittlig dag och 8 procent läser mer än en timma. Bland dem som ägnar en timma eller mer åt bokläsning är barn, kvinnor, pensionärer och högutbildade överrepresenterade.

Andelen som tagit del av ljudbok uppgår till 6 procent en genomsnittlig vecka och den högsta andelen finns bland vuxna i åldern 45-64 (8 procent). När det gäller lyssnande till ljudbok märks inga skillnader mellan könen.

Anmärkning

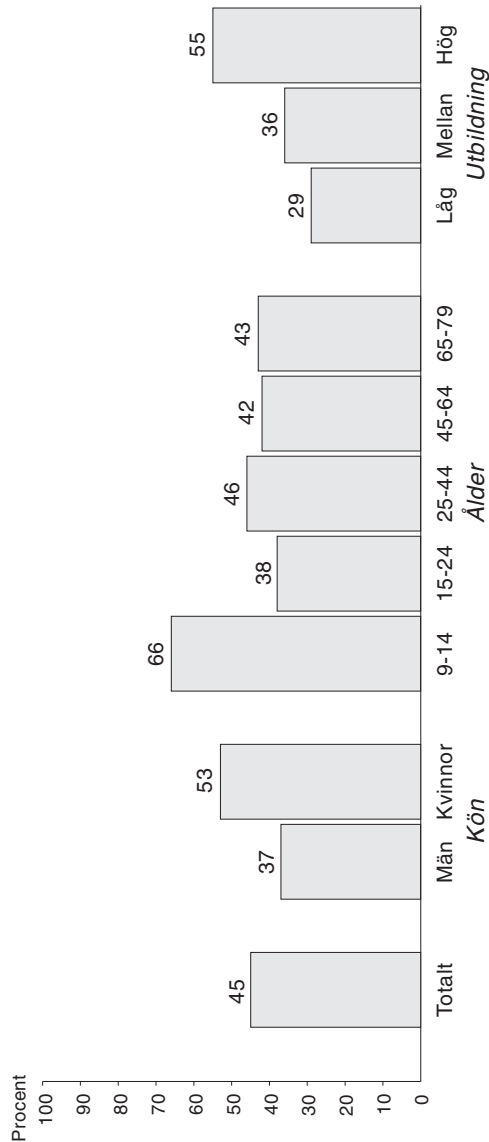
Med böcker avses såväl skön- och facklitteratur som barn-/ungdoms- och läroböcker, tryckt bok eller fr o m 2006 ljudbok.

Lästiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna utifrån på förhand angivna tidsintervall fått göra en uppskattning av sin lästid under gårdagen.

Not

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

Läsare 9-79 år skönlitteratur/barn- och ungdomslitteratur en genomsnittlig vecka 2008 (procent)



Läsare av skönlitteratur, barn- och ungdomslitteratur

Skönlitteratur är den klart dominerande genren i befolkningen, 38 procent läser skönlitteratur en genomsnittlig vecka. Om kategorin även inkluderar barn- och ungdomslitteratur ökar andelen till 45 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 (46 procent) än män (30 procent). Barn- och ungdomsböcker läses framför allt av dem mellan 9 och 14 år (51 procent). Med högre utbildning ökar vanan att läsa skönlitteratur.

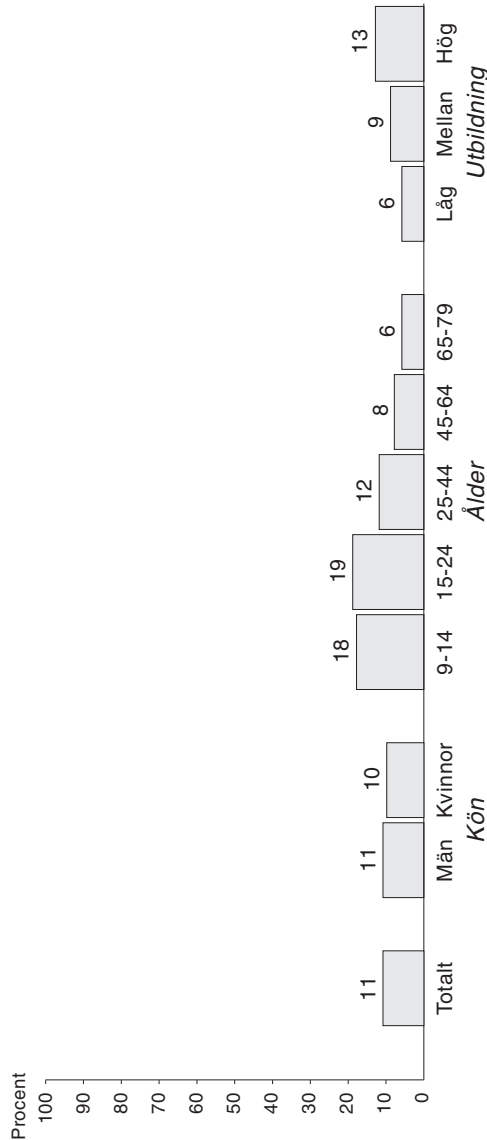
Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2001-2008 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Skönlitteratur</i>											
2001	38	29	45	12	39	42	39	39	29	39	52
2003	37	28	46	18	37	38	42	38	27	38	49
2005	39	30	48	17	40	39	44	40	31	38	51
2007 ¹	37	27	46	13	34	41	40	39	28	35	51
2008 ¹	38	30	46	16	31	42	42	42	29	34	53
<i>Barn-/ungdomslitteratur</i>											
2001	8	6	10	56	7	7	1	1	0	4	4
2003	8	6	9	60	5	4	1	0	1	2	3
2005	7	5	8	49	5	5	2	1	1	2	4
2007 ¹	7	7	7	51	7	4	1	0	1	2	3
2008 ¹	7	7	8	51	8	5	1	1	1	2	3
<i>Skönlitteratur/barn- och ungdomslitteratur</i>											
2001	45	35	54	68	45	46	40	40	29	42	55
2003	45	34	54	77	42	42	43	38	29	40	52
2005	46	35	56	66	45	43	45	41	32	40	54
2007 ¹	44	34	53	64	40	44	41	39	29	36	53
2008 ¹	45	37	53	66	38	46	42	43	29	36	55

Not

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

Läsare 9-79 år av facklitteratur/kurs-/lärobok en genomsnittlig vecka 2008 (procent)



Läsare av facklitteratur

11 procent av befolkningen läser facklitteratur och/eller någon kurs-/lärobok en genomsnittlig vecka. Läsningen av facklitteratur/kurs-/lärobok har uppvisat en nedgång sedan slutet av 1990-talet, vilket säkerligen har att göra med att internet används i allt större utsträckning för motsvarande behov. Läsningen är högst bland barn och ungdomar (18 procent respektive 19 procent) vilket är en avspeglning av läroboksläsning. Samtidigt är det i dessa grupper som nedgången i läsningen noterats de senaste åren. Med högre utbildning ökar vanan att läsa facklitteratur. Intresset för facklitteratur faller med stigande ålder. För facklitteratur finns inga markanta skillnader mellan könen.

Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 1999-2008 (procent)

Facklitteratur/kurs-/lärobok	Totalt	Kön		Ålder				Utbildning			
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1999	22	22	22	37	39	23	14	9	9	16	30
2001	18	20	16	25	35	19	12	9	8	14	26
2003	11	11	11	12	16	13	9	8	5	9	18
2004	12	13	11	13	23	13	9	8	5	8	19
2005	16	17	16	24	26	17	14	9	7	13	23
2006 ¹	14	14	14	24	23	14	11	9	7	9	19
2007 ¹	12	12	13	22	21	12	10	7	5	10	15
2008 ¹	11	11	10	18	19	12	8	6	6	9	13

Not

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

Andel som läser skönlitteratur/barn- och ungdomslitteratur (S) samt facklitteratur/kurs- och lärobok (F) en genomsnittlig vecka 2008 (procent)

Totalt	S	F	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	S	F
Totala befolkningen 9-79 år	45	11			34	6
Vuxna 18-79 år	42	10		Tjänstemän	51	10
Barn/ungdom 9-17 år	61	18		Högre tjänstemän/akademiker	59	14
				Egna företagare	36	11
Kön				Pensionärer	41	6
Män 9-79 år	37	11		Studerande	36	30
Kvinnor 9-79 år	53	10		Arbetslösa ¹	25	10
			Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	40	9
Män 18-79 år	33	10		Två personer (18 år och äldre)	44	9
Kvinnor 18-79 år	51	9		Tre eller fler (18 år och äldre)	38	12
Pojkar 9-17 år	56	18				
Flickor 9-17 år	66	18				
Ålder			Familj (18-79 år)			
9-14 år	66	18		Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	37	16
15-19 år	43	20		Äldre vuxna (45-79 år)	42	6
20-24 år	31	17		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	42	12
25-34 år	44	14		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	49	11
35-44 år	48	10				
45-54 år	42	8		Hushåll (9-79 år)		
55-64 år	42	7		En person	39	9
65-79 år	43	6		Två personer	42	9
				Tre personer	47	11
				Fyra personer eller fler	48	14
Utbildning (16-79 år)			Hemort (9-79 år)			
Förgymnasial utbildning < 9 år	28	5		Större städer	43	12
Förgymnasial utbildning 9-10 år	35	9		Södra mellanbygden	41	9
Gymnasial utbildning ≤ 2 år	38	5		Norra tätbygden	47	12
Gymnasial utbildning > 2 år	35	9		Norra glesbygden	43	6
Högskola/universitet ≤ 3 år	53	10		Stockholm, Södertälje A-region	53	10
Högskola/universitet > 3 år	57	16		Göteborgs A-region	44	11
				Malmö/Lund/Trelleborg	50	19

Not

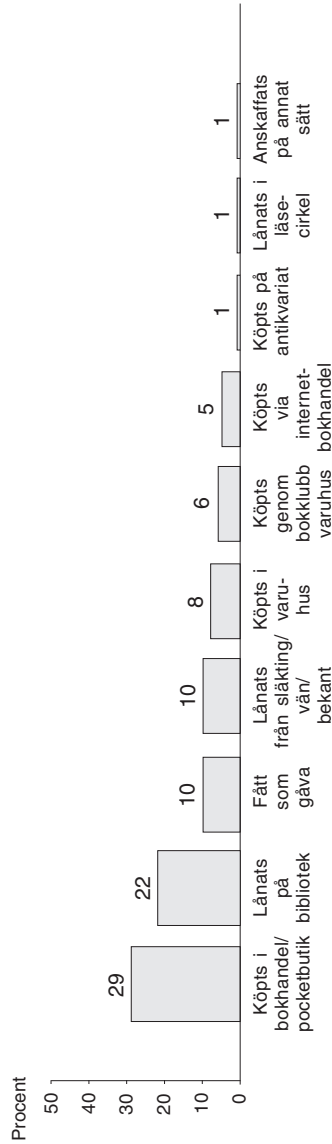
1. Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Läsare av skönlitteratur och facklitteratur

Utmärkande för andelen läsare av skönlitteratur och/eller barn- och ungdomslitteratur är den höga läsningen bland barn och unga flickor (66 procent) samt högre tjänstemän/akademiker (59 procent) och den lägre läsningen bland lågutbildade med nioårig skola (28 procent) och vuxna män (33 procent).

Andelen läsare av facklitteratur/kurs- och läroböcker är 11 procent och uppvisar inte något lika entydigt mönster. De flitigaste läsarna återfinns bland unga till 19 år (20 procent) och naturligt nog studerande (30 procent). Lågutbildade läser i mindre omfattning (5 procent). Mönstret är i stort sett detsamma som under de senaste åren.

Anskaffning av böcker bland dem som läst någon bok 9-79 år den senaste veckan 2008 (procent)



Anskaffning av böcker bland dem som läst någon bok 9-79 år den senaste veckan 2008 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Anskaffning bland läsare											
Köpts i bokhandel/ pocketbutik	29	32	27	13	20	33	34	33	29	28	37
Lånats på bibliotek	22	21	23	44	34	14	16	22	18	19	16
Fått som gåva	10	10	10	16	7	8	9	13	13	10	8
Lånats från släkt/ vän/bekant	10	8	12	6	10	14	10	7	10	12	10
Köpts i varuhus	8	8	9	3	7	10	11	4	9	11	8
Köpts genom bokklubb	6	5	6	2	1	5	9	10	10	7	6
Köpts via internet- bokhandel	5	5	5	0	6	8	5	2	2	6	7
Köpts på antikvariat	1	1	1	—	1	0	1	1	1	1	0
Lånats i läsecirkel	1	0	1	—	1	0	1	2	0	1	1
Anskaffats på annat sätt	1	2	1	—	1	2	2	—	1	2	2

Anskaffning

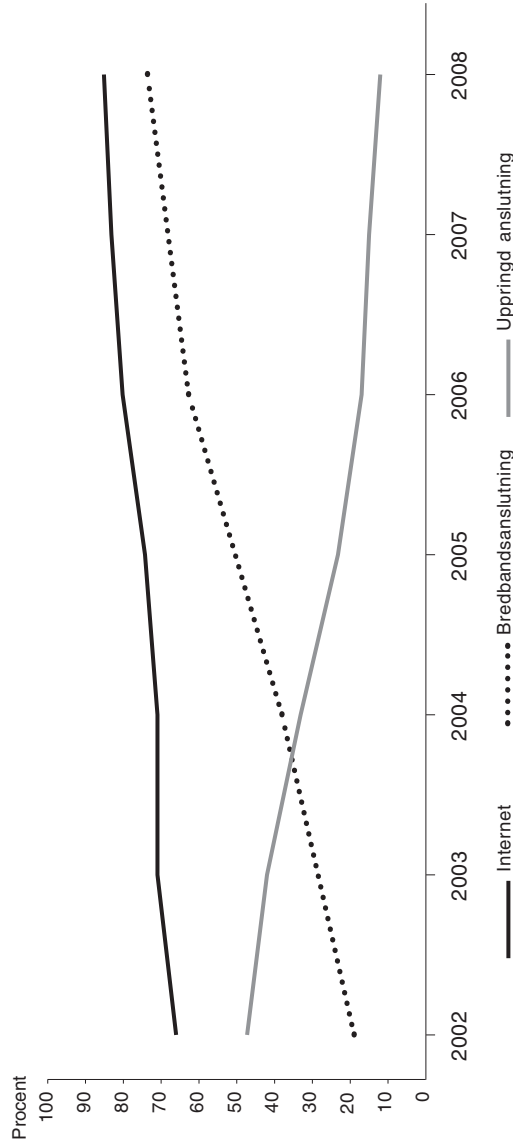
De flesta bokläsare skaffar böcker från bokhandel (29 procent) och bibliotek (22 procent). Bibliotekens roll försvagades efter 1999, men nedgången förefaller ha stabiliserats under de senaste åren. I övrigt är anskaffningsmönstren stabila över tid.

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

Andelen som läser en bok som man fått som gåva respektive har lånat från vänner och bekanta ligger på 10 procent medan andelen som läser böcker de köpt i varuhus eller via bokklubb är 8 respektive 6 procent. Såväl lån från bekanta som köp via kiosk eller bokklubb är vanligare bland kvinnor än män. Barn är de som oftast fått boken som gåva. Att köpa via internet-bokhandel har blivit något vanligare, andelen ligger på 5 procent och är högst bland yngre medelålders och högt utbildade (8 respektive 7 procent).

Få personer införskaffar böcker via läsecirkel eller antikvariat.

Andel 9-79 år som har tillgång till internet i hemmet 2002-2008 (procent)



Andel 9-79 år som har tillgång till internet i hemmet 2008 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Internet	85	86	82	77	94	95	86	59	60	90	92
Bredbandsanslutning	73	74	70	70	87	85	71	43	47	76	80
Uppringd anslutning	12	12	13	8	7	11	15	16	14	14	12

Tillgång till internet och bredband i hemmet

85 procent av befolkningen har tillgång till internet i hemmet. Tillgången till internet är högst bland högre tjänstemän/akademiker (98 procent), studerande och små- och skolbarnsföräldrar (96 procent). Lägst är tillgången till internet bland pensionärer (59 procent) och lågutbildade (53 procent). Se sidan 107.

Omfattningen av internetanvändningen är i hög grad kopplad till tillgången till bredband. Andelen som har tillgång till internet via bredband har ökat från 19 procent år 2002 till 73 procent 2008.

Tillgången till bredband är högst, med andelar på närmare 90 procent bland ungdomar, och lägst bland pensionärer och lågutbildade, ca 40 procent. Även om det under senare år skett en social utjämning i tillgången till internet är en social snedfördelning klart märkbar.

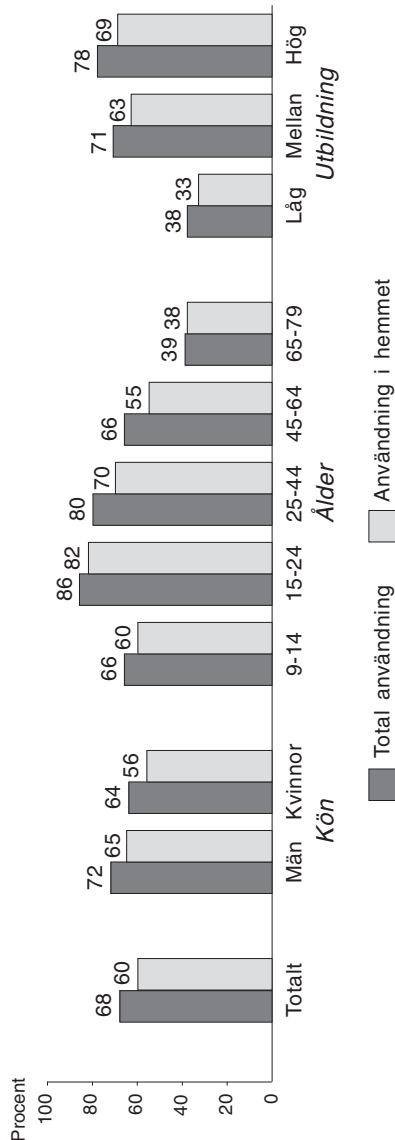
Andel som har tillgång till internet i hemmet (A) och bredband (B) i befolkningen 2008 (procent)

		A	B		A	B
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	85	73	Sys­sel­­sät­­tning (16-79 år)	Arb­e­ta­re	88 74
	Vuxna 18-79 år	84	71		Tjänstemän	95 81
	Barn/ungdom 9-17 år	83	76		Högre tjänstemän/akademiker	98 86
Kön				Egna företagare	96 81	
	Män 9-79 år	86	74	Pensionärer	58 44	
	Kvinnor 9-79 år	82	70	Studerande	96 87	
				Arbetslösa ¹	89 78	
Ålder	Män 18-79 år	86	74	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	66 55
	Kvinnor 18-79 år	83	69		Två personer (18 år och äldre)	88 73
	Pojkar 9-17 år	87	78		Tre eller fler (18 år och äldre)	94 82
	Flickor 9-17 år	80	73			
	9-14 år	77	70	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	93 85
	15-19 år	95	88	Äldre vuxna (45-79 år)	72 57	
	20-24 år	92	86	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	96 85	
	25-34 år	94	82	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	97 84	
	35-44 år	97	86			
45-54 år	92	78	Hushåll (9-79 år)	En person	62 52	
55-64 år	81	64		Två personer	81 66	
65-79 år	59	43		Tre personer	92 81	
				Fyra personer eller fler	93 82	
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	53	40	Hemort (9-79 år)	Större städer	85 72
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	76	60		Södra mellanbygden	81 68
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	87	70		Norra tätbygden	86 73
	Gymnasial utbildning > 2 år	91	78		Norra glesbygden	77 60
	Högskola/universitet ≤ 3 år	90	77		Stockholm, Södertälje A-region	88 77
	Högskola/universitet > 3 år	93	83		Göteborgs A-region	87 75
					Malmö/Lund/Trelleborg	86 78

Not

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

Användare 9-79 år totalt och i hemmet en genomsnittlig dag 2008 (procent)



Användare 9-79 år totalt och i hemmet en genomsnittlig dag/vecka 1999-2008 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Total användning											
1999	31	35	26	31	45	40	29	4	10	31	50
2001	35	41	30	29	49	50	31	7	13	37	51
2003	33	38	29	28	42	43	34	9	14	37	43
2005	42	46	38	34	54	54	44	15	21	46	53
2007	64	68	60	64	86	77	65	29	33	68	75
2008	68	72	64	66	86	80	66	39	38	71	78
Användning i hemmet											
1999	12	15	9	13	16	17	10	3	5	14	18
2001	25	29	21	20	35	36	21	7	9	26	35
2003	21	24	18	19	23	26	21	8	10	23	26
2005	27	30	24	23	32	32	27	13	15	28	32
2007	56	62	51	59	81	66	54	27	29	59	64
2008	60	65	56	60	82	70	55	38	33	63	69
Genomsnittlig vecka i hemmet											
2001	43	50	37	41	60	60	38	11	17	48	58
2002	48	53	43	50	70	62	44	14	21	52	59
2003	52	59	47	55	69	66	49	19	25	55	66
2005	59	63	56	60	77	72	59	24	32	64	70
2007	73	76	69	74	92	86	73	37	40	78	82
2008	77	84	81	82	96	95	83	51	52	88	92

Anmärkning

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

Andel användare totalt (A) och i hemmet (B) en genomsnittlig dag 2008 (procent)

Totalt	A B		Sysselsättning (16-79 år)	Arbete Tjänstemän Högre tjänstemän/akademiker Egna företagare Pensionärer Studerande Arbetslösa ¹	A B	
	Totala befolkningen 9-79 år	68 60			66 56	81 66
Vuxna 18-79 år		67 59			85 73	
	Barn/ungdom 9-17 år	73 69			78 69	
Kön	Män 9-79 år	72 65			39 38	
	Kvinnor 9-79 år	64 56			85 83	
Män 18-79 år		71 64			72 72	
	Kvinnor 18-79 år	63 55			58 48	
Pojkar 9-17 år		75 71			68 60	
	Flickor 9-17 år	71 65			76 69	
Ålder	9-14 år	66 60				
	15-19 år	86 83				
20-24 år		85 80				
	25-34 år	81 72				
35-44 år		80 69				
	45-54 år	73 61				
55-64 år		60 49				
	65-79 år	39 38				
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	30 26				
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	55 48				
Gymnasial utbildning ≤ 2 år		62 55				
	Gymnasial utbildning > 2 år	74 65				
Högskola/universitet ≤ 3 år		74 64				
	Högskola/universitet > 3 år	82 73				
Hemort (9-79 år)	Större städer	68 60				
	Södra mellanbygden	64 55				
Norra tätbygden		71 65				
	Norra glesbygden	62 57				
Stockholm, Södertälje A-region		73 65				
	Göteborgs A-region	67 60				
Malmö/Lund/Trelleborg		74 63				

Andelen internetanvändare

Den totala internetanvändningen en genomsnittlig dag skiljer sig markant mellan olika grupper. De högsta andelarna användare finns bland unga 15 till 24 år (kring 85 procent) och högre tjänstemän/akademiker (85 procent). De lägsta andelarna användare återfinns bland lågutbildade och pensionärer (30 respektive 39 procent).

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

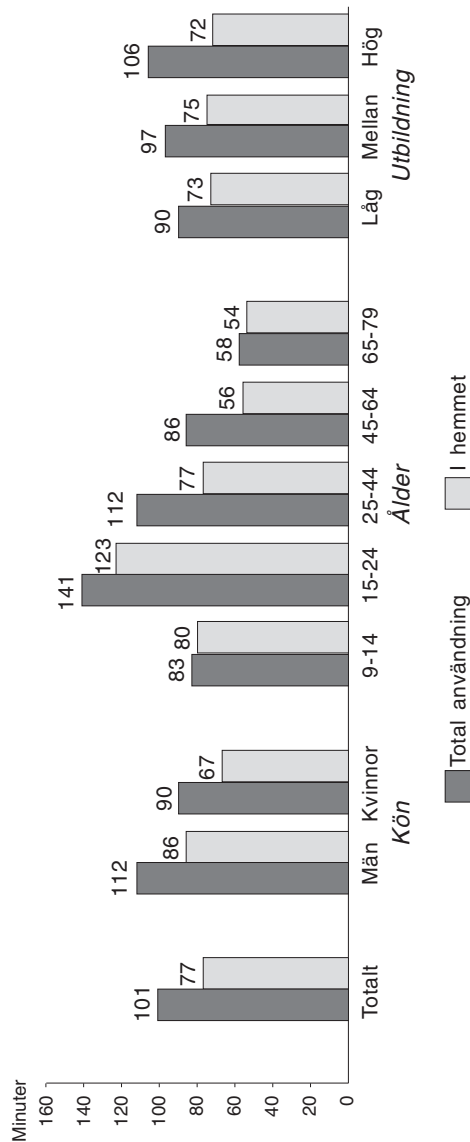
Anmärkning

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

Not

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

Användartid bland internetanvändare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (minuter)



Användartid bland internetanvändare¹ 9-79 år totalt och i hemmet en genomsnittlig dag 1999-2008 (minuter)

	Kön			Ålder				Utbildning			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg ³	Mellan	Hög
Total användning											
1999	62	65	57	46 ²	63	69	60	— ³	62 ²	61	68
2001	65	71	58	54 ²	77	66	61	39 ²	55 ²	63	71
2003	72	76	65	50 ²	76	80	68	39 ²	53 ²	81	71
2004	72	79	65	55 ²	76	79	68	52 ²	67 ²	73	74
2005	75	85	64	62 ²	85	79	73	51 ²	58 ²	78	77
2006 ²	90	100	79	77	132	94	76	50	77	89	90
2007 ²	96	105	83	82	128	104	85	53	74	95	99
2008 ²	101	112	90	83	141	112	86	58	90	97	106
Användning i hemmet											
1999	41	43	37	39 ²	49	42	37	— ³	44 ²	37	41
2001	47	52	40	58 ²	63	46	38	22 ²	49 ²	47	42
2003	48	56	39	47 ²	84	49	35	36 ²	41 ²	60	36
2004	52	60	44	53 ²	72	53	42	50 ²	55 ²	49	46
2005	55	60	48	73 ²	88	53	39	48 ²	46 ²	51	48
2006 ²	73	83	61	75	121	70	52	48	68	70	66
2007 ²	71	80	61	81	114	65	54	50	58	73	62
2008 ²	77	86	67	80	123	77	56	54	73	75	72

Den totala tiden för internetanvändning

Den totala tiden för internetanvändning bland nätanvändare – oavsett användningsplats och användningsområde – är 101 minuter en genomsnittlig dag. Motsvarande siffra för internetanvändning i hemmet är 77 minuter. Den totala tiden för internetanvändning har ökat i samtliga grupper jämfört med närmast föregående år.

Inom användargruppen framträder vissa skillnader mellan män och kvinnors internettid och mellan olika ålders- och utbildningsgrupper. Kvinnor, äldre och lågutbildade uppger kortare internettid än män, unga och högutbildade. Längst användningstid bland användare uppvisar åldersgruppen 15 till 24 år, två timmar och 21 minuter. Mönstret är i stort sett detsamma för internetanvändningen i hemmet.

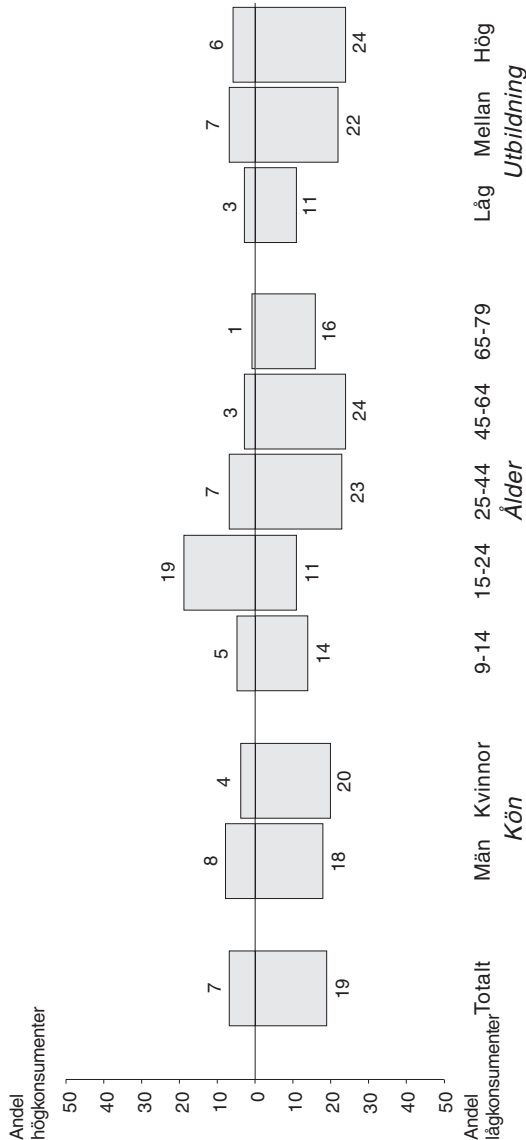
Anmärkning

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 2008: Befolkningens medietid*.

Noter

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

Hög- och lågkonsumenter¹ 9-79 år i hemmet en genomsnittlig dag 2008 (procent)



Internetanvändningen

Det finns betydligt fler låg- än högkonsumenter av internet. Andelen relativa högkonsumenter av internet i hemmet – de som en vanlig dag använder internet tre timmar eller mer – är 7 procent. Flest högkonsumenter återfinns bland unga (19 procent). Bland kvinnor, äldre och lågutbildade är högkonsumenterna få.

Anmärkning

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

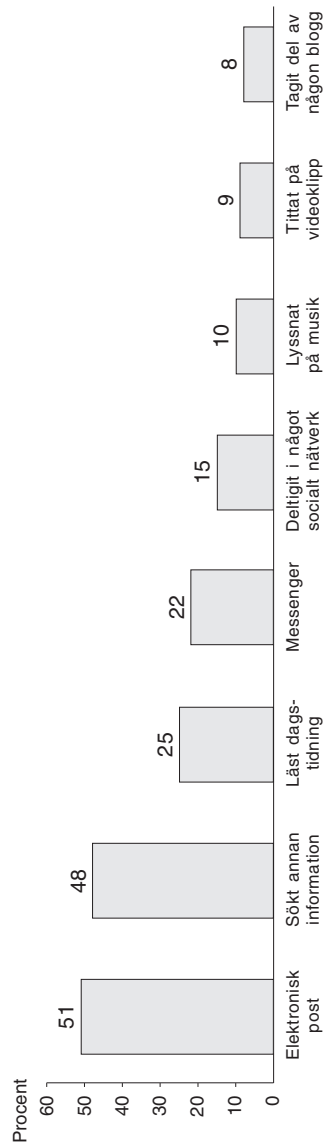
Internetanvändare 9-79 år i hemmet en genomsnittlig dag 2008 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Genomsnittlig dag i hemmet											
Mindre än ½ tim	19	18	20	14	11	23	24	16	11	22	24
½-1 tim	17	18	17	18	17	22	17	12	10	18	20
1-2 tim	12	13	11	16	23	13	9	7	7	11	12
2-3 tim	5	6	4	6	12	6	3	2	3	5	5
3-4 tim	3	3	2	2	8	3	1	1	1	3	2
4-5 tim	2	2	1	2	4	1	1	0	0	2	2
Mer än 5 tim	2	3	1	1	7	3	1	1	2	2	2

Not

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

**Användningsområden *bland användare 9-79 år i hemmet*
en genomsnittlig dag 2008 (procent)**



**Användningsområden *bland användare 9-79 år i hemmet*
en genomsnittlig dag 2008 (procent)**

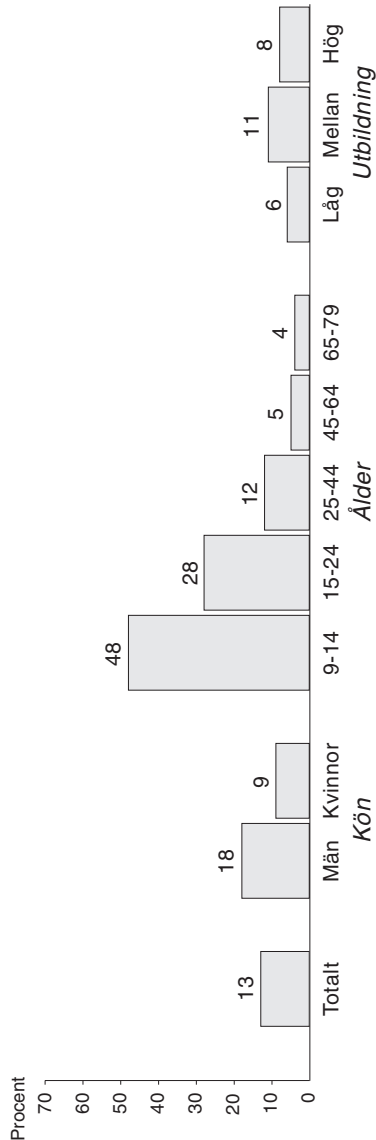
	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Dagstidning/populär-/facktid-	30	32	28	6	25	37	32	33	31	33	35
skrift/annan tidning totalt											
Dagstidning	25	27	23	3	20	32	27	27	26	28	29
Populär-/eller facktidskrift	2	3	1	0	2	2	2	1	1	2	3
Annan nättidning	7	8	6	3	7	9	7	8	6	7	9
Sociala medier totalt¹	30	30	30	64	69	24	10	9	23	27	19
Messenger	22	22	23	56	60	14	4	4	17	20	11
Socialt nätverk/community/											
diskussionsforum/chattdiskussion	15	14	17	32	35	12	5	2	12	14	10
forum											
Blogg	8	6	10	8	17	8	3	3	4	8	6
Webbradio/poddradio/											
musik/ljudfil totalt	12	14	10	20	27	11	6	2	12	11	9
Musik	10	12	9	19	25	8	4	2	10	9	6
Webbradio	2	3	2	0	3	4	2	1	3	2	3
Poddradio	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1
Annan ljudfil	1	2	1	0	3	2	1	1	2	2	1
Videoklipp/webbtv/film totalt	11	14	9	19	23	9	6	4	10	10	8
Videoklipp	9	11	6	16	20	7	4	2	7	8	6
Webbtv	3	3	2	1	3	3	2	2	2	2	3
Film	2	4	1	4	5	3	0	0	2	2	2
Elektronisk post	51	47	54	11	44	61	52	59	52	51	63
Sökt annan information	48	47	48	11	35	54	58	54	49	50	58

Not

1. Med sociala medier avses här messenger, socialt nätverk/commu-nity/diskussionsforum/chatgrupp eller blogg.

Dator-/TV-/internetspel

Dator-/TV-/internetspelanvändare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)



Dator-/TV-/internetspelanvändare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2004-2008 (procent/minuter)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Genomsnittlig dag											
2004	7	10	4	24	16	6	2	2	3	6	3
2005	9	14	5	39	18	7	3	3	3	7	5
2007	14	18	10	52	32	10	5	3	6	11	7
2008	13	18	9	48	28	12	5	4	6	11	8
Genomsnittlig vecka											
2004	17	24	11	69	38	15	6	4	6	15	8
2005	20	28	12	75	39	18	7	6	9	17	11
2007	28	33	22	86	55	26	14	6	12	26	17
2008	26	33	19	71	52	25	13	7	11	24	19
Speltid bland spelare (minuter):											
Genomsnittlig dag 2007	87	105	55	95	109	73	43	— ¹	— ¹	94	53
Genomsnittlig dag 2008	75	86	50	77	103	60	48	— ¹	— ¹	76	52

Dator-/TV- och internetspel

En genomsnittlig vecka spelar 26 procent av befolkningen något dator-/TV- eller internetbaserat spel. En genomsnittlig dag är andelen 13 procent. Spelen är framförallt en sysselsättning för barn och unga. Nära hälften av barnen och en dryg fjärdedel av ungdomarna spelar en genomsnittlig dag. Under en vecka har 71 procent av barnen och 52 procent av ungdomarna spelat. Vad gäller veckan har även en fjärdedel av 25 till 44-åringarna spelat något spel. Endast 4 procent av pensionärerna spelar en genomsnittlig dag och under veckan ligger andelen på 7 procent. Spelandet är också vanligare bland män än bland kvinnor och medelutbildade spelar i större utsträckning än låg- och högutbildade.

Anmärkning

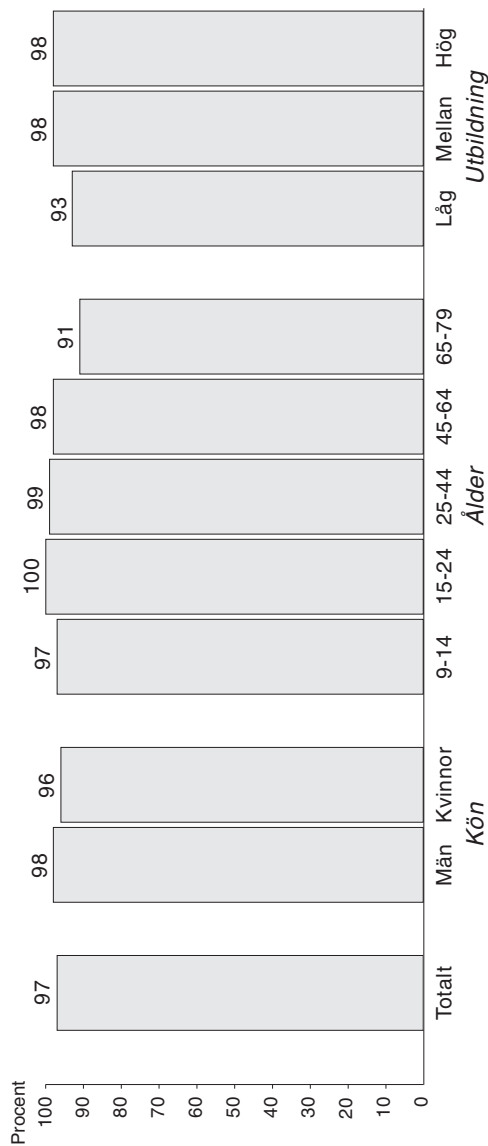
Svarspersonerna har utifrån på förhand angivna intervall fått ange hur länge de spelade under gårdagen. Intervallen har sedan omräknats till genomsnittlig speltid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*). Tabellen redovisar genomsnittlig speltid bland dem som spelar dator-/TV- eller internetspel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

Not

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

Mobiltelefon

Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till mobiltelefon 2008 (procent)



Mobiltelefon

Mobiltelefonen innehåller en rad mediefunktioner: mp3, radio, TV och internet. Närmare 50 procent av befolkningen har tillgång till radio i mobiltelefonen, 44 procent kan lyssna på mp3-filer och 7 procent kan titta på TV.

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

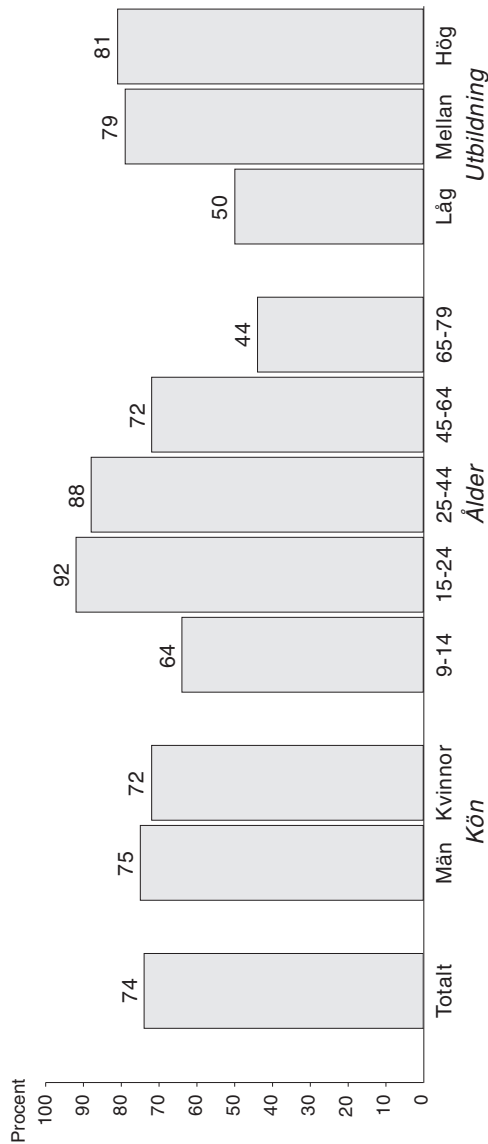
Tillgång till olika mobiltelefonfunktioner bland innehavare

9-79 år 2008 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
SMS	96	96	96	91	100	99	97	87	89	98	98
Spel	74	76	71	84	93	88	68	38	50	79	75
MMS	71	75	68	77	92	86	67	34	49	78	72
Internet	50	57	44	51	74	70	42	14	25	57	53
FM-radio	48	53	43	52	67	61	42	19	31	52	48
Mp3-filer	44	52	37	59	79	60	30	8	20	49	42
Elektronisk post	34	41	28	28	50	49	28	11	21	39	37
Videosamtal	27	32	22	30	44	37	21	6	16	31	25
Messenger/MSN	22	24	19	16	29	29	21	7	14	25	23
GPS-mottagare	8	10	5	4	13	11	7	2	5	10	7
Mobil-TV	7	10	5	5	12	11	6	2	4	9	7

Mobiletelefon

Mobiletelefonanvändare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)



Använder mobiltelefon

Drygt 80 procent av användarna använder mobiltelefonen för vanliga telefonsamtal en genomsnittlig dag och drygt 68 procent skickar SMS. Unga använder telefonen i större utsträckning för SMS (90 procent) än till vanliga telefonsamtal (76 procent). Närmare 37 procent av barnen använder mobiltelefonen som musikspelare och 25 procent spelar spel. Den medie-relaterade användningen är marginell med undantag för radio, 4 procent av användarna har lyssnat på radio via mobiltelefonen en genomsnittlig dag.

Användningsområden bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2008 (procent)

	Kön		Ålder						Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Vanligt telefonsamtal	84	87	82	71	76	86	88	91	87	84	87
SMS	68	62	74	71	90	77	58	33	50	70	67
Mp3-filer	10	12	8	37	26	6	2	—	4	8	4
MMS	8	8	9	6	9	14	5	3	6	10	8
Spel	5	7	4	25	9	5	1	1	1	4	3
FM-radio	4	4	3	5	4	4	3	2	2	4	3
Elektronisk post	3	4	2	0	1	5	3	1	2	3	5
Messenger/MSN	1	2	1	2	3	1	0	0	1	1	1
Videoklipp	1	2	1	3	2	1	1	0	1	1	1
Videosamtal	1	1	1	0	2	1	0	1	1	1	1
Nyhetsjänst	1	2	0	—	1	1	1	1	1	1	1
GPS	1	1	0	0	1	1	1	—	1	1	1
Mobil-TV	0	1	0	—	1	0	0	—	0	0	0
Andra internetfunktioner	1	2	1	2	2	1	1	—	0	1	1

Tillgång till olika medier

Medieinnehav 2008

Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till olika medier i hemmet 2008 (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	68	66	69	56	60	56	77	82	74	63	73
enbart en	61	59	63	50	56	52	68	70	69	58	63
två eller fler	7	8	7	6	4	5	8	11	5	5	10
Radio	99	99	99	98	99	99	100	100	99	100	99
vanlig radioapparat	93	92	94	90	84	90	97	99	97	92	93
via internet	56	58	54	39	76	73	53	28	31	63	65
i mobil/mp3/ipod	52	56	49	59	73	63	48	25	34	57	53
bilradio	86	88	84	85	82	88	89	80	82	87	87
TV	98	98	98	99	98	97	98	99	99	98	97
vanlig TV-apparat	97	97	97	98	98	95	98	99	98	97	96
enbart en	32	31	33	13	21	35	33	47	42	28	40
två	36	36	36	32	30	34	38	40	38	37	35
tre eller fler	29	30	29	53	46	27	32	12	18	32	22
via internet	26	26	26	24	32	32	25	16	17	27	30
i mobil/mp3/ipod	5	6	4	5	7	8	5	2	4	6	5
i annan apparat	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1
Text-TV	94	94	93	88	95	92	96	92	93	95	93
Multi-TV totalt	90	91	88	68	86	91	95	92	93	93	91
via kabel	43	42	44	26	44	46	42	49	44	45	47
via parabol	30	32	29	30	30	27	35	25	34	31	27
via mark	32	32	31	28	28	31	33	33	34	34	29
via bredband/IP-TV	7	7	8	3	7	10	8	5	6	8	8
DVD-spelare	85	87	84	96	96	93	86	59	65	89	87
enbart en	55	52	57	42	49	57	60	52	52	56	60
två eller fler	31	35	27	54	47	36	26	6	14	33	27
Video	57	56	57	67	57	54	59	50	52	57	54
enbart en	48	47	48	53	45	45	50	46	47	48	47
två eller fler	8	9	9	14	12	9	9	4	5	9	8
PVR/hårddiskmottagare	13	11	12	8	13	17	13	5	8	13	14
Persondator totalt	89	90	87	98	97	96	89	65	64	92	94
enbart en	35	31	39	25	24	34	38	46	40	38	35
två eller fler	53	58	49	73	73	62	51	19	24	55	59
Portabel dator	54	56	53	60	68	65	53	27	29	54	66
Internet via dator	84	86	82	77	94	95	86	59	60	90	92
Internet via annan apparat	26	29	23	36	41	35	20	7	10	27	28
Bredbandsanslutning	72	74	70	70	87	85	71	43	47	76	80
Handdator	7	10	5	6	10	10	8	2	3	7	10
Mediacenter/PC med TV-mottagare	9	12	8	10	16	11	8	4	4	10	10
Mp3-spelare	55	57	54	80	86	68	46	15	26	58	56
Konsol för TV-spel	41	44	38	82	68	54	28	3	15	45	35
Bärbart spel eller bärbar DVD-spelare	45	46	43	48	63	57	40	19	24	49	48
Mobiltelefon	97	98	96	97	100	99	98	91	93	98	98

Medieinnehav 1995-2008

Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till olika medier i hemmet 1995-2008 (%)

Har tillgång i hemmet till	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Prenumeration på dagstidning	..	74	75	74	71	72	73	72	73	72	74	72	70	67
enbart en	..	68	68	67	64	64	66	66	68	67	67	65	63	61
två eller fler	..	6	7	7	7	8	6	6	5	4	6	7	7	7
Radio	..	..	..	..	..	..	99	98	98	98	97	98	100	100
vanlig radioapparat	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	93
via internet	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	56
i mobil/mp3/ipod	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	52
bilradio	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	86
TV-apparat	..	..	..	..	98	97	97	97	98	97	98	98	97	98
vanlig tv-apparat	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	97
enbart en	..	..	..	..	..	33	34	37	33	32	30	30	32	32
två	..	..	..	..	39	40	39	36	36	38	36	36	36	36
tre eller fler	..	..	..	..	20	24	24	24	29	27	32	32	30	29
via internet	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	26
i mobil/mp3/ipod	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	5
i annan apparat	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	1
Text-TV	75	80	82	85	85	88	88	88	91	90	92	93	94	94
Multi-TV totalt ¹	55	58	56	60	58	59	59	60	60	65	74	84	89	90
via kabel ²	35	35	33	37	37	38	37	37	38	31	35	36	45	43
via parabol ²	20	23	23	23	23	23	24	22	22	21	23	23	29	31
via mark ²	..	..	..	..	..	..	..	..	..	13	18	23	29	31
via bredband/IP-TV	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	3	7
Digital-TV	..	..	..	..	2	5	12	20	22	35	45	54	66	69
DVD-spelare	..	..	..	..	..	7	12	22	37	53	67	78	84	85
enbart en	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	55	58	57	54
två eller fler	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	12	20	27	31
Video	75	81	80	83	85	85	86	83	87	86	84	81	65	57
enbart en	..	..	68	70	69	65	63	69	73	74	70	65	55	48
två eller fler	..	..	13	13	16	20	22	15	15	12	14	16	11	9
PVR/härdiskmottagare	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	2	12	12
Persondator totalt	27	38	42	50	63	64	69	73	79	82	83	85	87	89
enbart en	..	..	33	41	45	44	48	47	47	48	43	41	38	36
två eller fler	..	..	9	9	18	20	21	26	32	34	39	45	49	53
Portabel dator	..	..	..	9	9	9	13	20	21	24	30	38	44	54
Internet via dator	3	8	17	31	47	52	60	66	71	71	74	80	83	85
Internet via annan apparat	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	26
Bredbandsanslutning	..	..	..	..	..	..	..	19	29	38	51	63	68	72
Mediacenter/PC med TV-mottagare	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	6	9	10
Mp3-spelare	..	..	..	..	..	..	..	..	..	21	32	47	54	55
Konsol för TV-spel	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	35	37	41
Bärbart spel eller bärbar DVD-spelare	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	14	36	45
Mobiltelefon	38	50	54	64	73	80	85	87	90	92	93	95	96	97

1. Med multikanal-TV avses TV med fler kanaler än marknätets så kallade frikanaler (bl.a. SVT1, SVT2, SVT24, Barnkanalen, Kunskapskanalen, TV4, TV6 och Axes TV). Före 2008 avsågs TV med fler kanaler än de tre markkanalerna SVT1, SVT2 och TV4.

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

Fakta om undersökningen Mediebarometern

Undersökningen 2008

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

Nordicom-Sverige har sedan 1994 samordningsansvar för Mediebarometern. Datainsamlingen 2008 har efter sedvanlig upphandling genomförts av Pilen AB. Mediebarometern 2008 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 radio-lyssnande 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 även inkluderar annat lyssnande än musiklyssnande.

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

Text-TV: Avser all text-TV, vilket inkluderar användning av informationssidor och användning av särskild programtextning som finns för vissa program. Även text-TV via internet ingår här.

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

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

Morgontidning: Avser alla morgonutgivna tidningar som utkommer minst en gång i veckan, vilket inkluderar storstads- och landsortspress, dagliga gratistidningar. Innefattar både tryckt version och internetversion.

Kvällstidning: Avser någon av Aftonbladet, Expressen/ GT/ Kvällsposten. Innefattar både tryckt version och 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 veckopressen, herrtidningar och ungdomstidningar som populärtidskrifter inriktade på ett eller några specialintressen hos läsaren. Innefattar både tryckt version och internetversion.

Special-/facktidsskrift: Avser såväl facktidsskrifter inriktade på fack- och yrkesområden som organisationsutgivna specialtidsskrifter. Innefattar både tryckt version och internetversion.

Böcker: Avser såväl skön- och facklitteratur som barn/ungdomsböcker och läroböcker/kurslitteratur, tryckt bok, e-bok eller ljudbok.

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

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

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

Telefonintervjuerna har genomförts under 42 slumpmässigt utvalda dagar under perioderna 7/2 till 17/6 och 16/8 till 11/12 2008. Urvalet av intervjudagar stratifierades för att uppnå en jämn fördelning mellan olika veckodagar, vilket innebär att intervjuerna genomförts under 6 över året utspridda måndagar, tisdagar, onsdagar o s v.

Urval och bortfall

Urvalet bestod av ett obundet slumpmässigt individurval av Sveriges befolkning i åldern 9 till 79 år. Urvalet drogs ur SPARs befolkningsregister och omfattade 8 215 personer boende i Sverige. Bortfall bestående av ej telefonnummersatta urvalsenheter, felaktiga nummer, ej målgrupp och bortresta under hela perioden osv, gav ett nettourval på 7 139 personer. Av dessa har intervjuer genomförts med 4 499 personer. Detta betyder att undersökningen har en svarsfrekvens på 63 procent. Andelen uttalade svarsvägrare uppgick till 14 procent medan resterande bortfall består av ej anträffade, korttidssjuka m.m.

Bostadsort: H-regioner

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

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

Beräkning av genomsnittlig användartid

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

Radio

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

CD-skiva 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 minuter = 150 minuter
 Lyssnat mer än 180 minuter = 210 minuter

Television

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

Text-TV

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

Video/DVD

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

Morgon- och kvällstidning

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

Vecko-/månadstidningar, special-/facktidsskrifter och böcker

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

Dator-/TV-spel

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

Internet

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

Antal svar i olika grupper av befolkningen

Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	4 499	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	983
	Vuxna 18-79 år	3 881		Tjänstemän	731
	Barn/ungdom 9-17 år	618		Högre tjänstemän/akademiker	426
				Egna företagare	274
Kön	Män 9-79 år	2 195		Jordbrukare	24
	Kvinnor 9-79 år	2 304		Pensionärer	815
				Studerande	275
				Arbetslösa	72
	Män 18-79 år	1 862			
	Kvinnor 18-79 år	2 019			
	Pojkar 9-17 år	333	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	740
	Flickor 9-17 år	285		Två personer (18 år och äldre)	2 476
Ålder				Tre eller fler (18 år och äldre)	650
	9-14 år	393	Familj	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	592
	15-19 år	401	(18-79 år)	Äldre vuxna (45-79 år)	1 853
	20-24 år	235		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	859
	25-34 år	496		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	560
	35-44 år	701			
	45-54 år	732	Hushåll	En person	645
	55-64 år	770	(16-79 år)	Två personer	1 535
	65-79 år	771		Tre personer	693
				Fyra personer eller fler	1 611
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	560	Hemort	Större städer	1 367
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	202	(9-79 år)	Södra mellanbygden	1 023
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	501		Norra tätbygden	415
	Gymnasial utbildning > 2 år	947		Norra glesbygden	296
	Högskola/universitet ≤ 3 år	725		Stockholm, Södertälje A-region	718
	Högskola/universitet > 3 år	801		Göteborgs A-region	426
				Malmö/Lund/Trelleborg	254

Mediebarometern 1979-2008

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

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

Antalet genomförda intervjuer utökades till 2 600 när Nordicom övertog Mediebarometern 1994. Med tanke på dagens medielandskap som är betydligt mer komplext än för bara tio år sedan genomfördes en utökning av urvalet 2002 och ytterligare en utökning 2006. Antalet genomförda intervjuer är numera cirka 4 500 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 mediekonsumtion i ett ständigt föränderligt medielandskap 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 procents säkerhet tittar mellan 78,2 och 81,8 procent på TV en genomsnittlig dag.



Ledning och administration

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

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

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

Verksamhetsområden

Medie- och kommunikationsforskning

Publikationsverksamhet

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

Forskningsdokumentation

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

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

Medieutveckling och mediestatistik

Nordic Media Trends

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

Medier i Norden

Redaktör: Terje Flisen
terjef@nordicmedia.info

Outlook Europe & International

Redaktör: Anna Celsing
anna.celsing@skynet.be

The International Clearinghouse on Children, Youth and Media

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

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

Nationella centraler

Nordicom-Danmark

Statsbiblioteket
Universitetsparken
DK-8000 Aarhus C

Medie- och kommunikationsforskning

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

Nordicom-Finland

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

Medie- och kommunikationsforskning

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

Nordicom-Island

Háskóli Íslands,
Félagsvísindadeild
IS-101 Reykjavík

Medie- och kommunikationsforskning

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

Nordicom-Norge

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

Medie- och kommunikationsforskning

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

Fax: +46 31 786 46 55

Medie- och kommunikationsforskning

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

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

Medieutveckling och mediestatistik

MedieSverige

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

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

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

NORDICOM

Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning

Göteborgs universitet

Box 713, SE 405 30 Göteborg, Sverige

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

E-post: info@nordicom.gu.se

www.nordicom.gu.se

ISSN 1101-4539

ISBN 978-91-89471-79-5



GÖTEBORGS
UNIVERSITET

