

Nordicom-Sveriges

Medie barometer 2009

i samverkan med

Dagens Nyheter

Dagspresskollegiet, Göteborgs universitet

Göteborgs-Posten

.SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur)

Sveriges Radio

Sveriges Television

Utbildningsradion

MEDIE NOTISER

NORDICOM-Sverige

Göteborgs universitet

Nr. 1, 2010

NORDICOM

Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning

MedieNotiser nr 1/2010

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

Litorapid Media AB
Göteborg
ISO 14001

ISSN 1101-4539
ISBN 978-91-86523-03-9

© Nordicom 2010

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

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

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

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

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

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

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

www.nordicom.gu.se

Nordicom-Sveriges

Medie barometer 2009

i samverkan med

Dagens Nyheter

Dagspresskollegiet, Göteborgs universitet

Göteborgs-Posten

.SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur)

Sveriges Radio

Sveriges Television

Utbildningsradion

Mediebarometern

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

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

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

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

Mediebarometern 2009

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. I *Mediebarometern 2009* redovisas för första gången den 'nya' mediedagen som även inkluderar räckvidden för såväl traditionella medier på nätet som 'sociala medier'.

Undersökningen Mediebarometern 2009

Mediebarometern 2009 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 4 600 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 facktidsskrift	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/PvR	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	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej
Internet	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Mobiltelefon	Ja	Nej	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-/facktidsskrift*: organisations-/medlemstidning, kulturtidsskrift, politisk tidskrift, facktidsskrift inriktad på yrkesområden, specialtidsskrift 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

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 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 2009 års Mediebarometer är Dagens Nyheter, forskningsprogrammet Dagspresskollegiet vid Göteborgs universitet, Göteborgs-Posten, .SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur), Sveriges Radio, Sveriges Television och Utbildningsradion. Bidragsgivare är bl a Carat Sverige, Svenska Dagbladet, Svenska Förläggareföreningen och Sveriges Tidskrifter.

Pilen AB har haft uppdraget att genomföra fältarbetet för *Mediebarometern 2009*. Materialet har bearbetats av Karin Hellingwerf och Ulrika Facht. I analysarbetet har Nordicom's direktör Ulla Carlsson medverkat.

Avslutningsvis riktas ett stort tack till samtliga intressenter, bidragsgivare och Kulturdepartementet som gjort det ekonomiskt möjligt att genomföra Mediebarometern 2009.

Göteborg i maj 2010

Ulla Carlsson
Direktör
NORDICOM
Göteborgs universitet

Innehåll

Den samlade medieanvändningen 2009

Den "nya" mediedagen 2009 (procent)	11
Mediedagen 2009 (procent)	12
Mediedagen 1979-2009 (procent)	14
Vardagen 2009 (procent)	16
Veckoslut 2009 (procent)	17
Dagliga medier och tidpunkter för användning 2009 (procent)	18
Internet och tidpunkter för användning 2009 (procent)	22
Mediedagen 2009 (minuter)	23
Mediedagen 1979-2009 (minuter)	24
Mediedagen 2009: Bruttotid (minuter)	25
Mediedagen 2009: Befolkningens medietid (minuter)	26
Mediedagen 2009: Barn och ungdom (procent)	27
Mediedagen 2009: Vuxna (procent)	28
Mediedagen 2009: Män och kvinnor (procent)	29
Mediedagen 2009: Medier och kanaler (procent)	30
Medieveckan 2009 (procent)	31
Medieveckan 1991-2009 (procent)	32

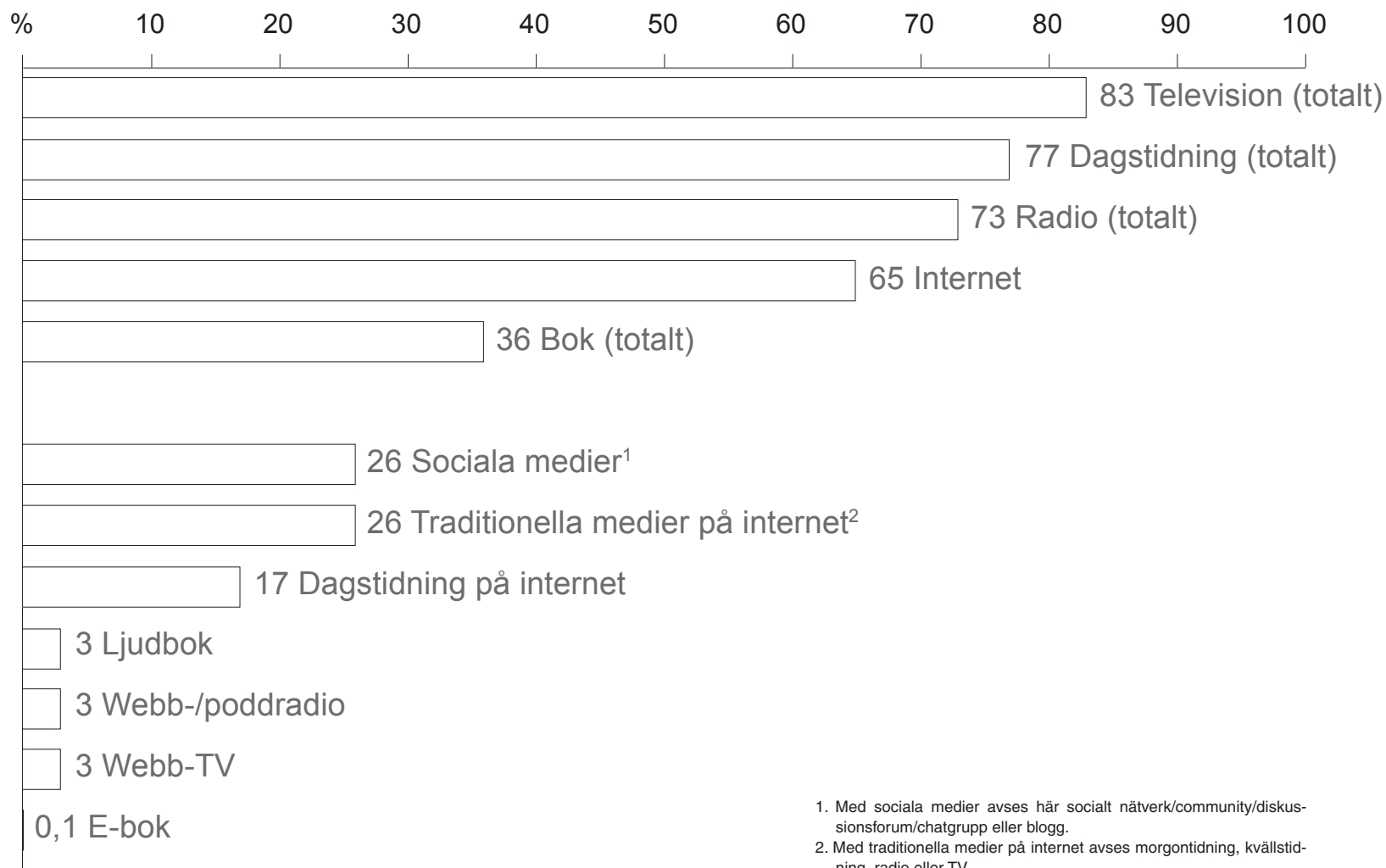
Användning av enskilda medier 2009

Radio	34
CD-skiva och mp3	42
CD-skiva	44
Mp3	48
Television	52
Text-TV	60
Video/DVD	64
Bio	68
Dagspress	70
Morgontidning	74
Kvällstidning	80
Tidskrift	84
Vecko-/månadstidning	86
Special-/facktidskrift	92
Annonsblad-/direktreklam	97
Reklam	98
Bok	100
Dator-/TV-/internetspel	109
Internet	110
Mobiltelefon	118
<i>Tillgång till olika medier 2009</i>	122
Fakta om undersökningen Mediebarometern 2009	125

Samlad medieanvändning

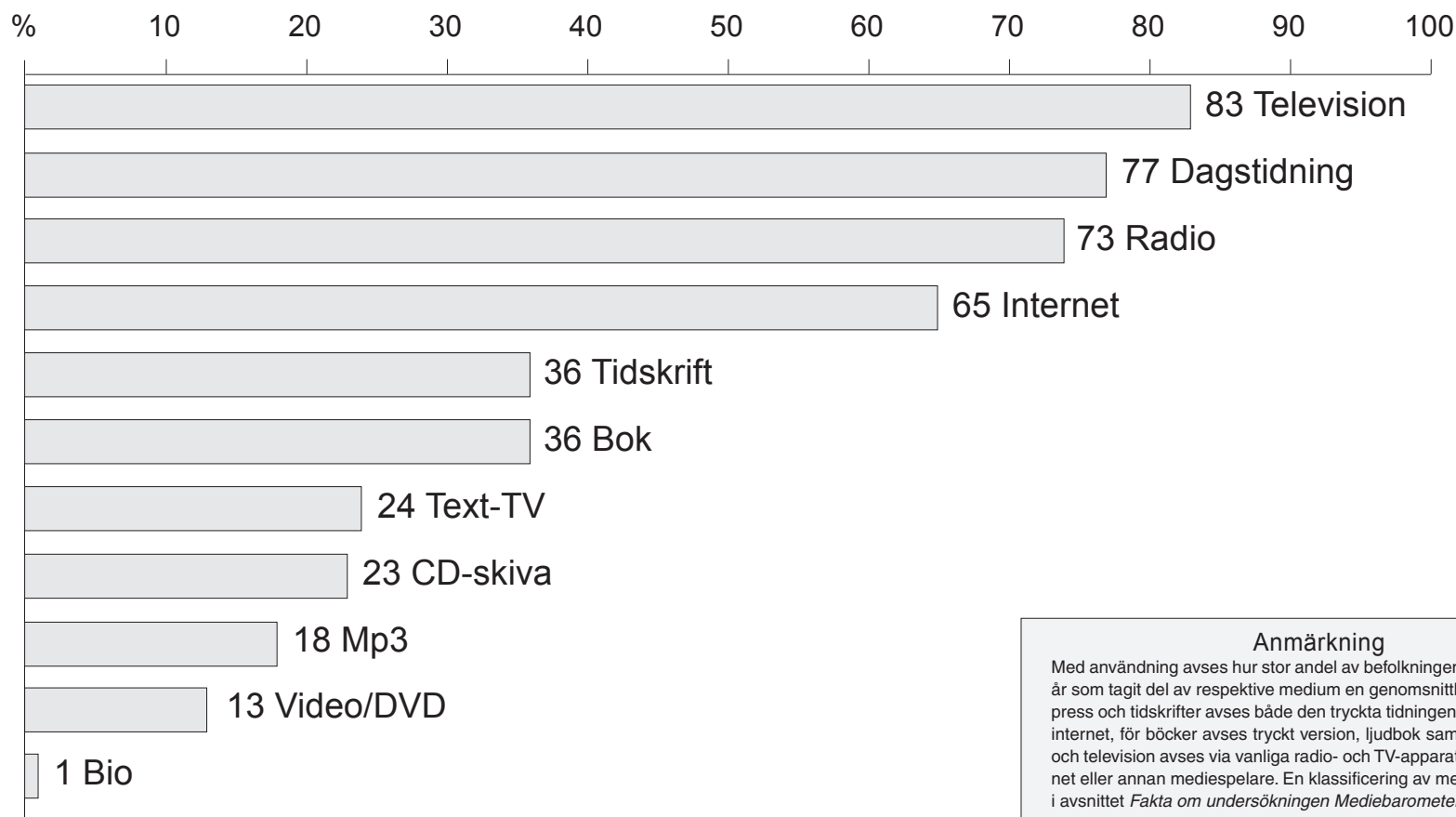
Den 'nya' mediedagen 2009

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig dag 2009 (%)



Mediedagen 2009

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig dag 2009 (%)



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 mediaspelare. En klassificering av medierna redovisas i avsnittet *Fakta om undersökningen Mediebarometern*.

Mediedagen 2009

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig dag 2009 (%)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Television	83	84	82	91	78	80	82	90	88	83	80
Dagstidning	77	77	76	41	58	76	88	89	85	78	84
Radio	73	72	73	52	59	72	80	80	78	76	73
Internet	65	69	61	65	85	78	63	34	35	68	75
<i>Traditionella medier på internet¹</i>	25	30	22	5	29	39	26	13	13	30	34
<i>Sociala medier²</i>	26	25	26	44	64	32	11	4	8	28	23
Tidskrift	36	31	41	29	23	33	38	51	42	31	41
Bok	36	28	43	59	40	35	31	34	21	30	43
Text-TV	24	30	18	11	16	28	24	28	26	24	26
CD-skiva	23	24	23	30	24	27	22	16	16	22	27
Mp3	18	19	16	40	54	16	6	2	5	17	13
Video/DVD	13	14	12	24	18	14	9	8	6	12	12
Bio	1	1	1	1	3	1	1	0	0	1	1

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

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

Mediedagen 1979-2009

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig dag 1979-2009 (%)

	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	2009
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	73
Fonogram	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	43	42	41	39	36
Kassettband	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	23
Mp3	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	10	14	16	18	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	83
Text-TV	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	21	23	25	25	28	29	31	28	28	30	26	29	27	26	25	24
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	13
Internet	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	21	31	32	35	32	33	35	42	62	64	68	65
Dagstidning	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	83	80	81	81	84	82	85	81	82	81	81	81	81	80	77	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	68
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	29
Tidskrift	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	51	49	49	47	50	49	54	47	42	43	39	41	39	40	41	36
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	29
Special-/facktidsskrift ³	..	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	12
Bok ⁴	29	29	29	33	31	31	31	33	35	34	31	34	32	33	31	43	44	40	38	39	37	39	38	39	35	37	38	38	38	37	36
Skönlitteratur/barn- och ungdomslitteratur	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	24	25	24	26	29	30	27	29	29	29	29	28	27
Facklitteratur/kurs- och läroböcker	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	16	15	14	14	11	9	7	8	10	9	8	7	8
Bio	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	1	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.

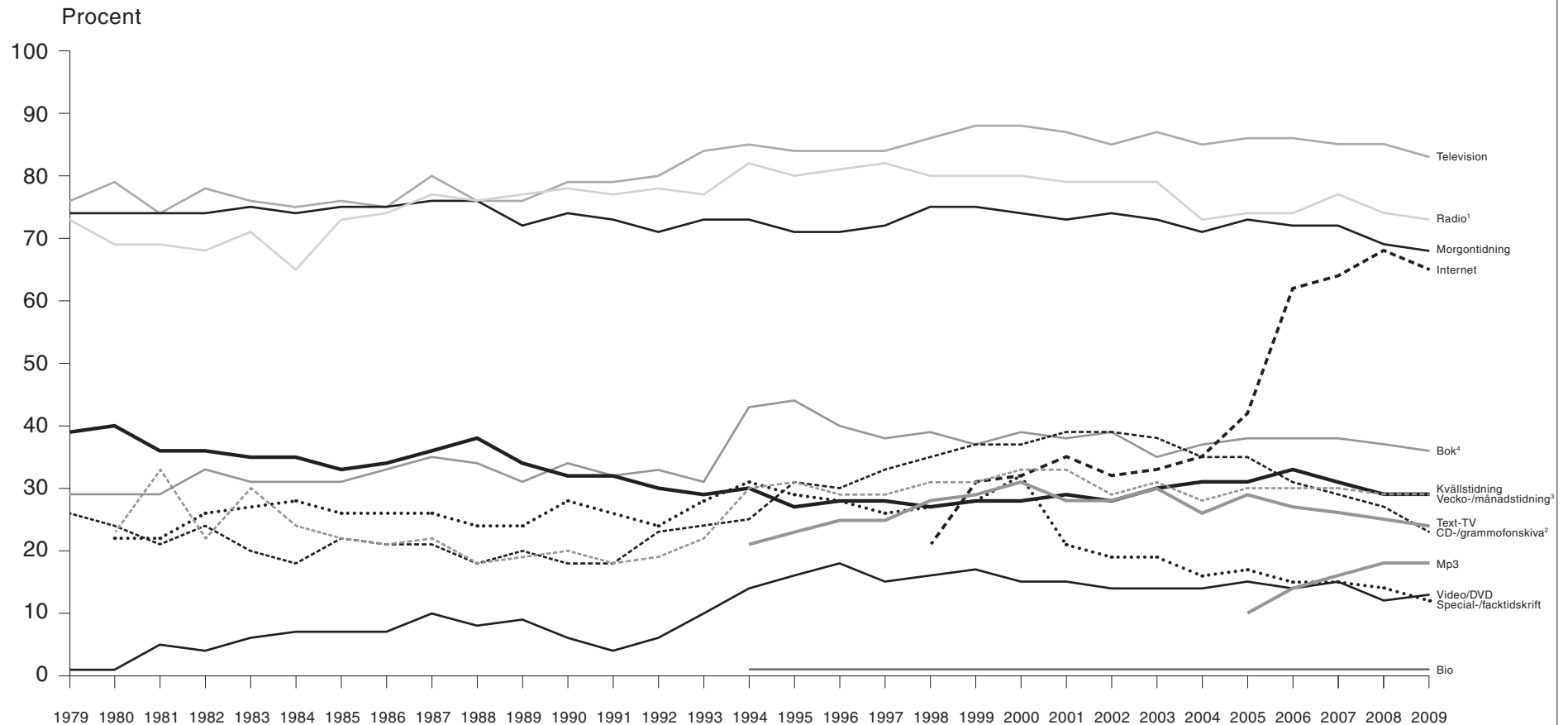
1. I frågorna om radio användes 1984 en delvis annan metod för datainsamlingen, vilket har inneburit att det årets siffror inte är helt jämförbara med övriga år.
2. Fram till och med 1993 gällde frågan lyssnande på enbart grammofonskivor, därefter har frågan gällt både grammofonskivor och CD-skivor.

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 skoleböcker och facklitteratur ingår.

Mediedagen 1979-2009

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig dag 1979-2009 (%)

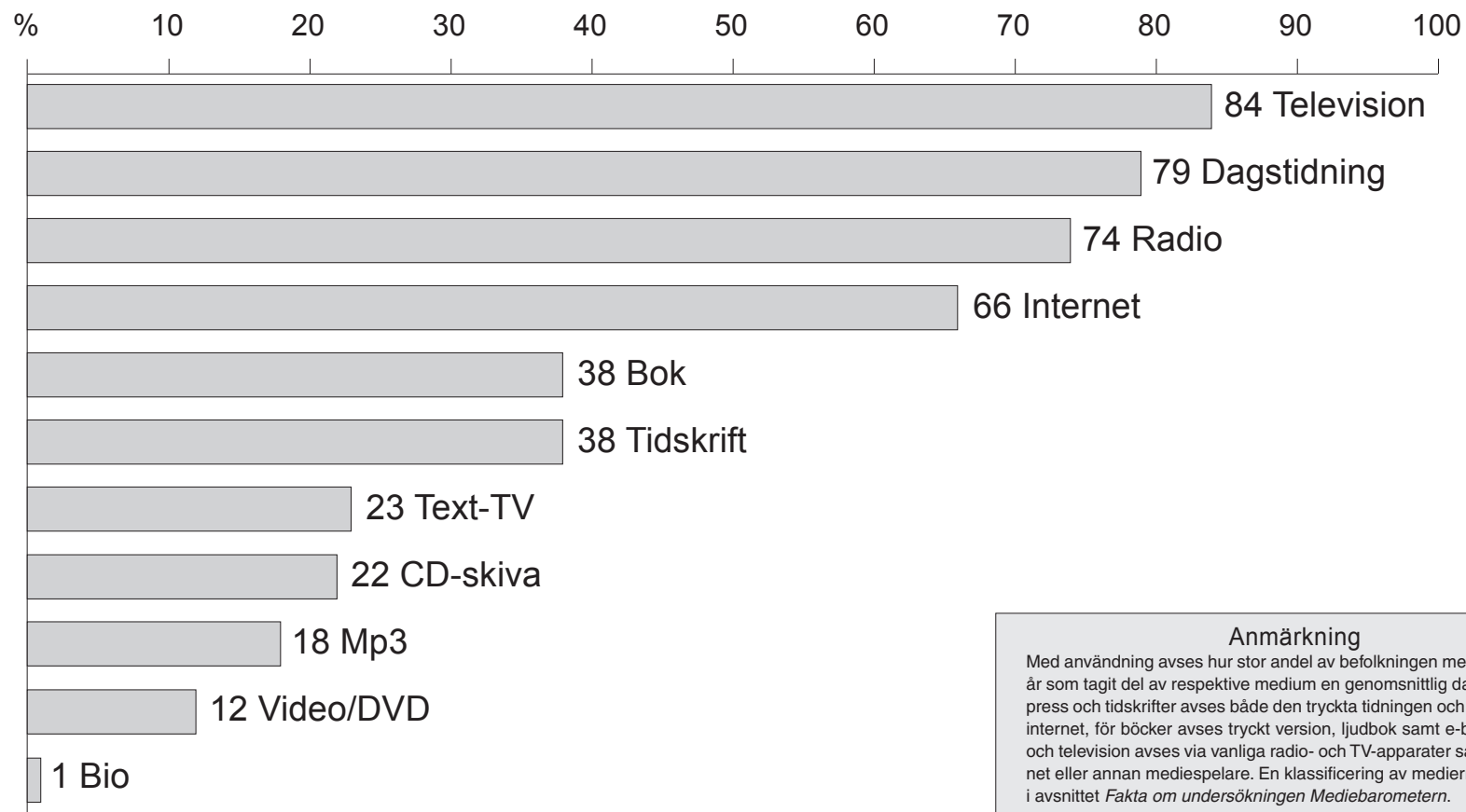


1. I frågorna om radio användes 1984 en delvis annan metod för datainsamlingen, vilket har inneburit att det årets siffror inte är helt jämförbara med övriga år.
2. Fram till och med 1993 gällde frågan lyssnande på enbart grammofonskivor, därefter har frågan gällt både grammofonskivor och CD-skivor.

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 2009

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig vardag 2009 (%)

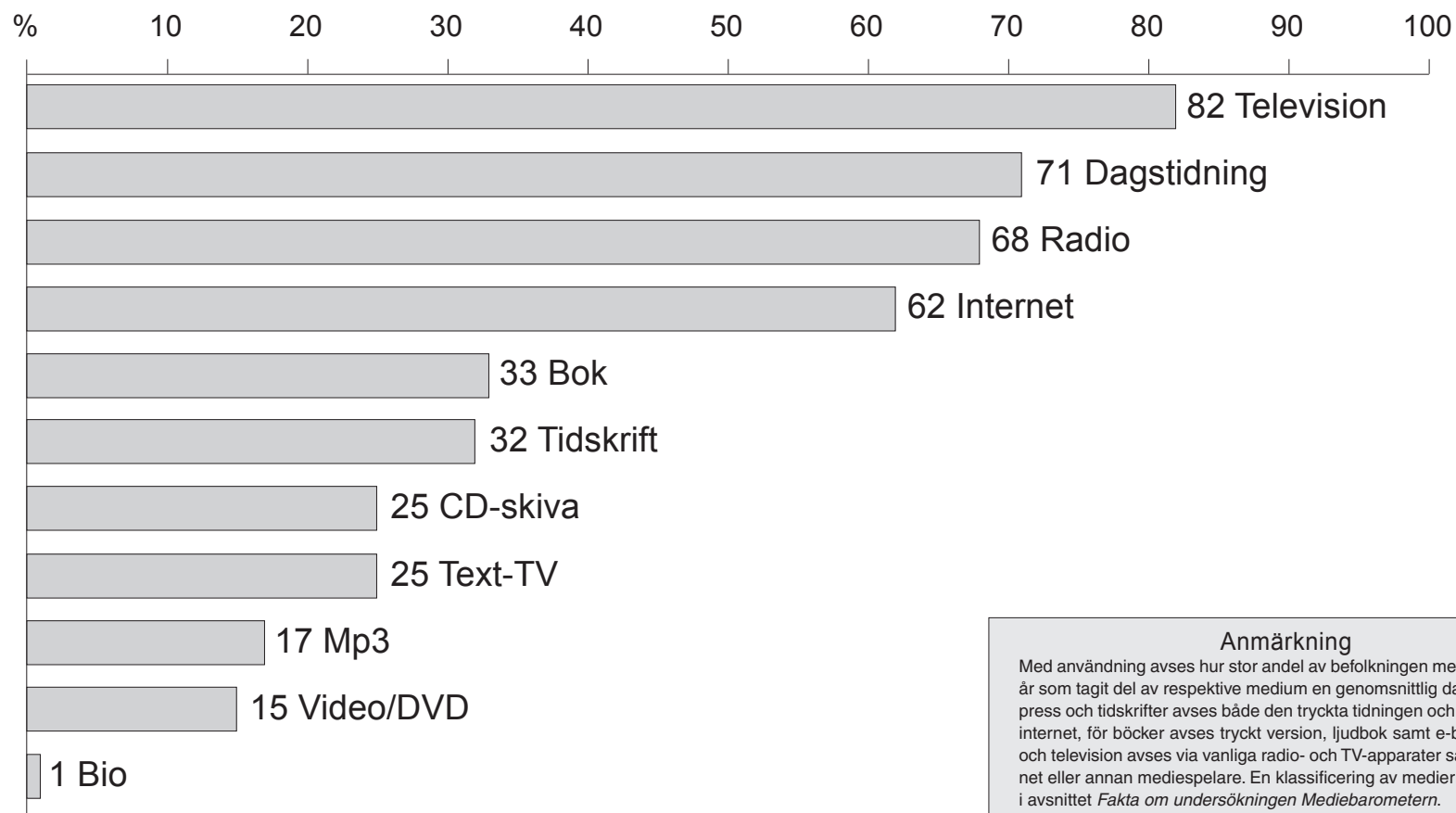


Anmärkning

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 mediaspelare. En klassificering av medierna redovisas i avsnittet *Fakta om undersökningen Mediebarometern*.

Veckoslut 2009

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig *lördag/söndag* 2009 (%)

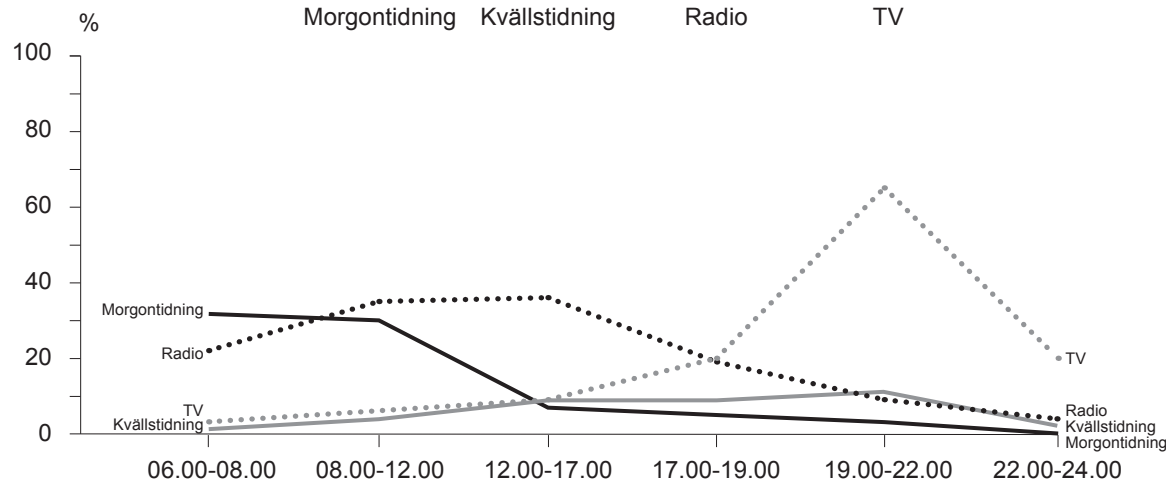
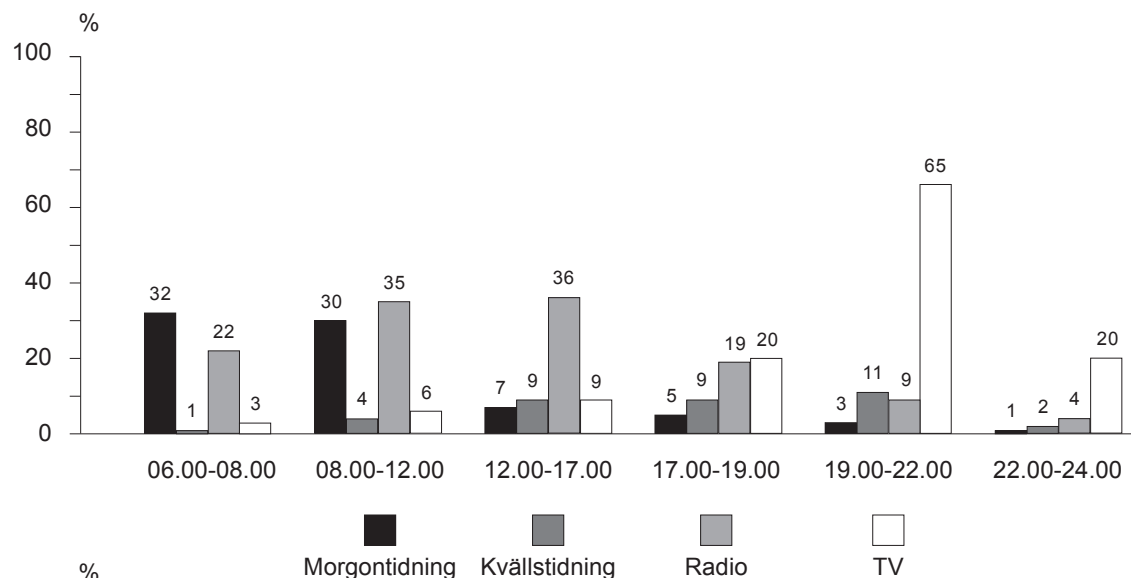


Anmärkning

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 mediaspelare. En klassificering av medierna redovisas i avsnittet *Fakta om undersökningen Mediebarometern*.

Dagliga medier och tidpunkter för användning 2009

Användning av massmedier i hela befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2009 (%)



Tidpunkter för användning

Dygnsrytmen i medieanvändning sammanfaller i stort sett med den förvärvsarbetande befolkningen.

Figuren visar att 32 procent av befolkningen har läst något i en morgontidning före kl 8 och att 22 procent har lyssnat på radio. Mellan kl 19 och 22 är televisionen som väntat det helt dominerande mediet då 65 procent har sett minst något på TV, morgontidningen läses i första hand fram till kl 12, radiolyssnandet dominerar under dagtid och kvällspressen har sin tid främst under eftermiddag och kväll. Redovisningen innefattar lyssnande, tittande och läsning oavsett apparat/kanal/plattform.

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

Sedan 2005 kan ett minskat TV-tittande bland ungdomar noteras mellan kl. 17 och 22. Samtidigt kan konstateras att ungdomars internetanvändning är som mest intensiv under samma tidsintervall.

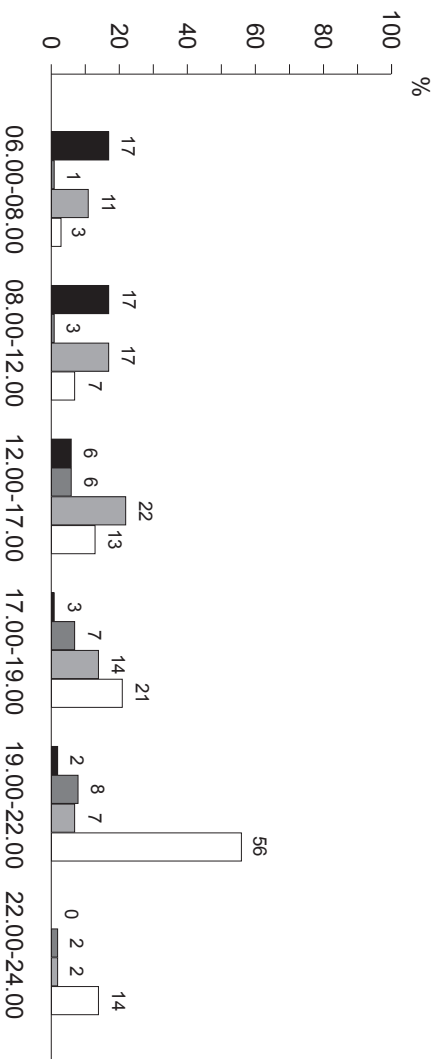
Anmärkning

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

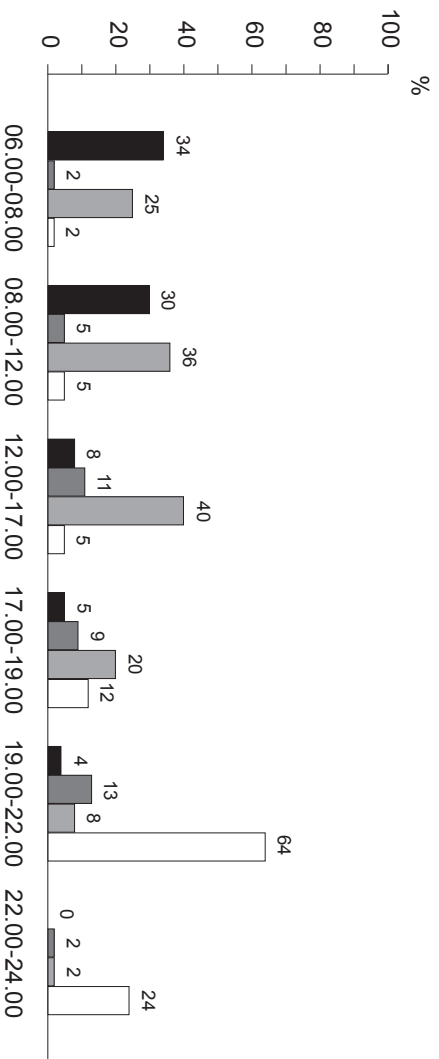
Kurvdiagrammet bygger på samma uppgifter som stapeldiagrammet och illustrerar därmed andelen lyssnare i på förhand uppgivna intervall.

Dagliga medier och tidpunkter för användning 2009

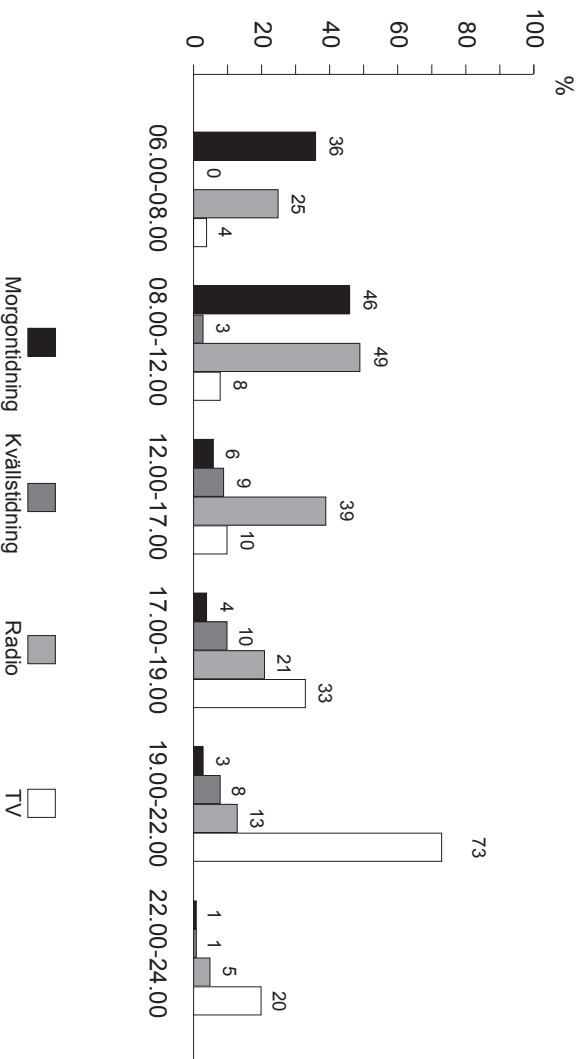
Användning av massmedier *bland ungdomar, 9-24 år, vid olika tidpunkter*
en genomsnittlig dag 2009 (%)



Användning av massmedier *bland medelålders, 35-54 år, vid olika tidpunkter*
en genomsnittlig dag 2009 (%)

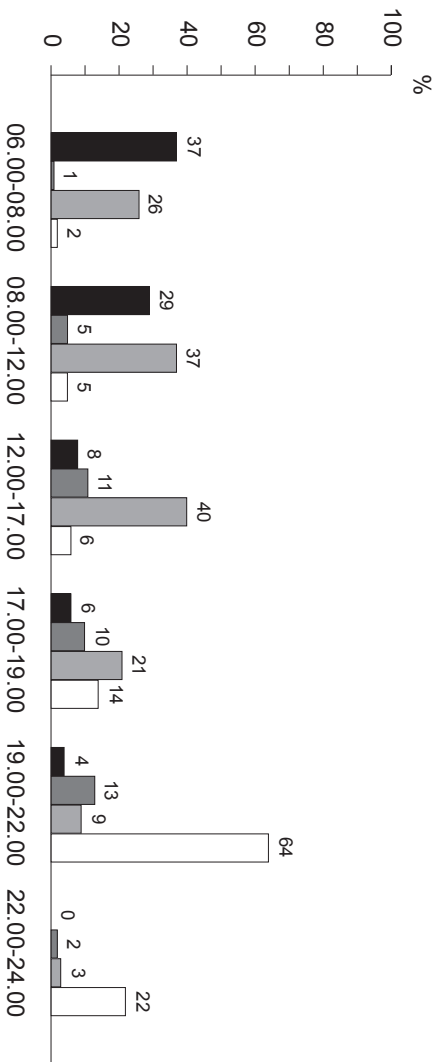


Användning av massmedier *bland äldre, 65-79 år, vid olika tidpunkter*
en genomsnittlig dag 2009 (%)

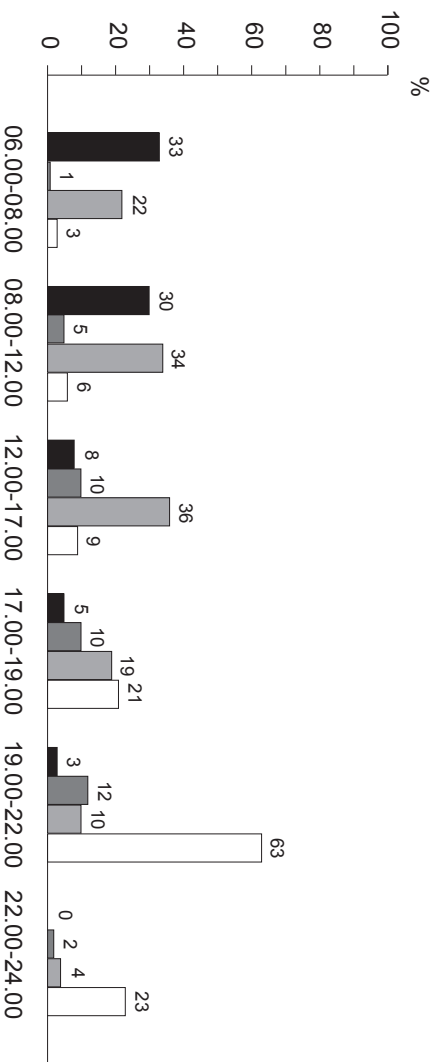


Dagliga medier och tidpunkter för användning 2009

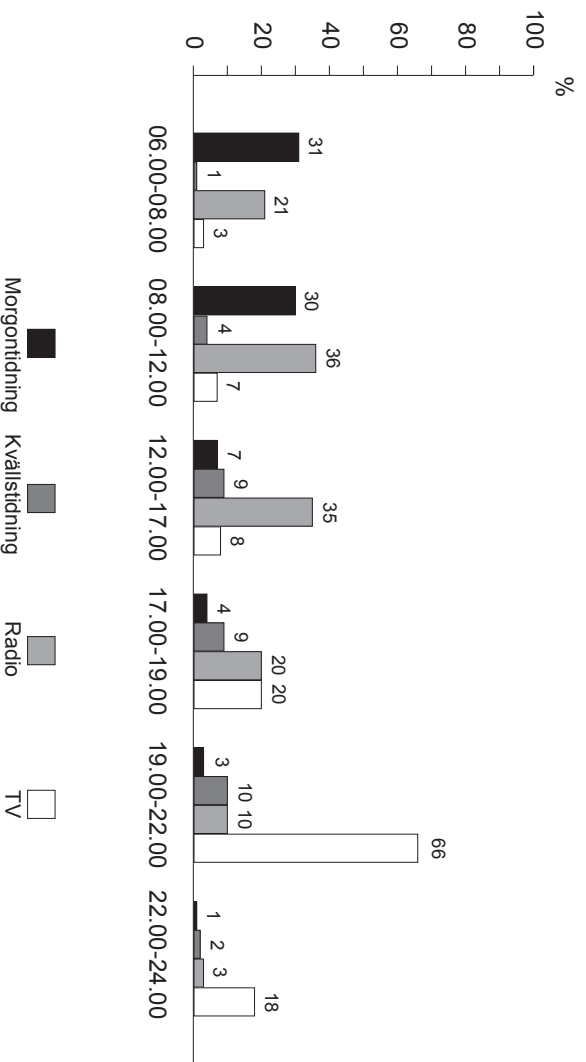
Användning av massmedier *bland förvärvsarbetande, 16-79 år, vid olika tidpunkter*
en genomsnittlig dag 2009 (%)



Användning av massmedier *bland män, 9-79 år, vid olika tidpunkter*
en genomsnittlig dag 2009 (%)



Användning av massmedier *bland kvinnor, 9-79 år, vid olika tidpunkter*
en genomsnittlig dag 2009 (%)



Tidpunkter för användning 2009

Användning av olika massmedier vid skilda tidpunkter under dagen i befolkningen 9-79 år 2009 (%)

		Kön		Ålder				
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79
06.00- 08.00								
Enbart morgontidning	19	19	19	13	12	15	25	22
Enbart kvällstidning	0	0	0	1	1	0	0	–
Enbart radio	10	9	10	5	7	11	10	11
Enbart TV	2	1	2	3	1	1	1	2
Både radio och morgontidning	11	12	10	3	4	10	16	13
08.00-12.00								
Enbart morgontidning	13	13	14	5	13	13	14	17
Enbart kvällstidning	1	1	1	2	1	2	1	1
Enbart radio	18	18	18	9	13	18	22	19
Enbart TV	2	2	2	5	3	2	1	1
Både radio och morgontidning	13	12	13	1	5	11	14	25
12.00-17.00								
Enbart morgontidning	3	3	3	1	4	4	3	3
Enbart kvällstidning	3	3	3	1	2	4	4	3
Enbart radio	23	23	23	11	14	24	29	25
Enbart TV	3	4	3	10	5	2	2	4
Både radio och TV	3	3	2	3	2	3	3	3
17.00-19.00								
Enbart morgontidning	2	2	2	1	1	2	3	2
Enbart kvällstidning	4	4	3	2	3	4	4	4
Enbart radio	11	10	11	8	8	10	14	10
Enbart TV	11	12	11	17	9	7	9	20
Både radio och TV	4	4	4	3	3	2	4	8
19.00-22.00								
Enbart morgontidning	1	1	1	–	0	1	1	0
Enbart kvällstidning	2	2	1	0	2	2	2	1
Enbart radio	2	2	2	2	2	2	3	3
Enbart TV	38	34	42	43	24	32	40	52
Både radio och TV	6	6	6	4	5	5	7	10
22.00-24.00								
Enbart morgontidning	0	0	0	–	–	0	0	0
Enbart kvällstidning	1	1	1	1	1	1	1	1
Enbart radio	2	2	2	1	1	1	3	4
Enbart TV	16	18	15	5	13	16	20	17
Både radio och TV	1	1	1	0	1	1	1	1

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 ca 40 procent av svenskarna del av TV utan att ägna sig åt något annat medium.

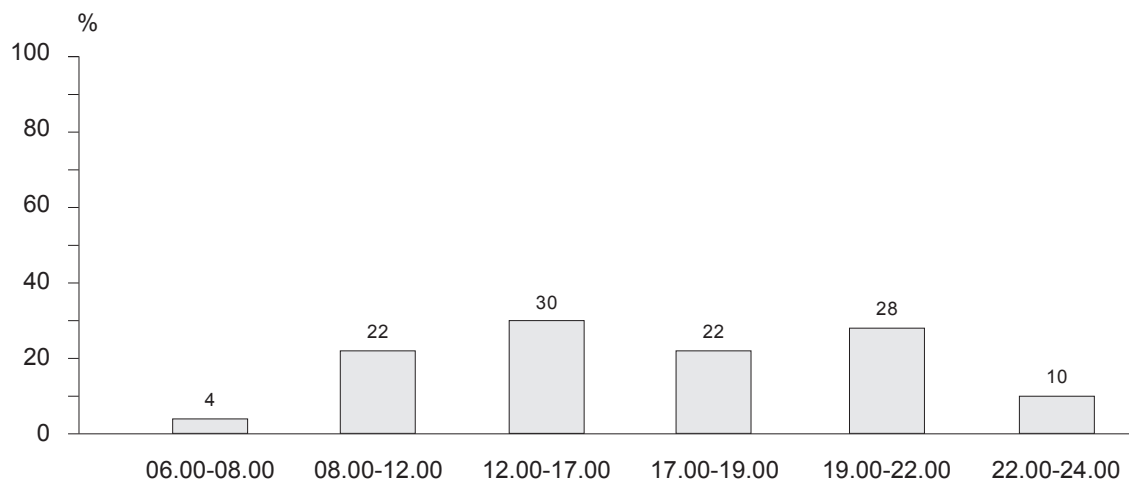
Skillnaderna mellan olika grupper är relativt små. Exempelvis är enbart morgontidning det vanligaste före kl 8 i alla åldrar. Med stigande ålder blir dock medieanvändningen bredare genom att fler av de angivna medierna kombineras. Bland pensionärer märks dessutom att TV-tittandet börjar tidigare på dagen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

Även här har mönstret över tid varit stabilt men sedan ett par år tillbaka kan ett minskat TV-tittande noteras under kvällen.

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

Internet och tidpunkter för användning 2009

Användning av internet i hela befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2009 (%)



Användning av internet i hela befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2009 (%)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
06.00-08.00	4	5	3	1	4	6	4	1	2	4	6
08.00-12.00	22	24	21	12	23	29	26	10	11	25	29
12.00-17.00	30	31	29	25	39	37	30	13	14	31	37
17.00-19.00	22	25	20	28	34	26	19	10	11	24	23
19.00-22.00	28	32	24	22	48	38	22	10	13	29	33
22.00-24.00	10	12	7	6	22	12	6	4	4	11	11

Tidpunkter för internet

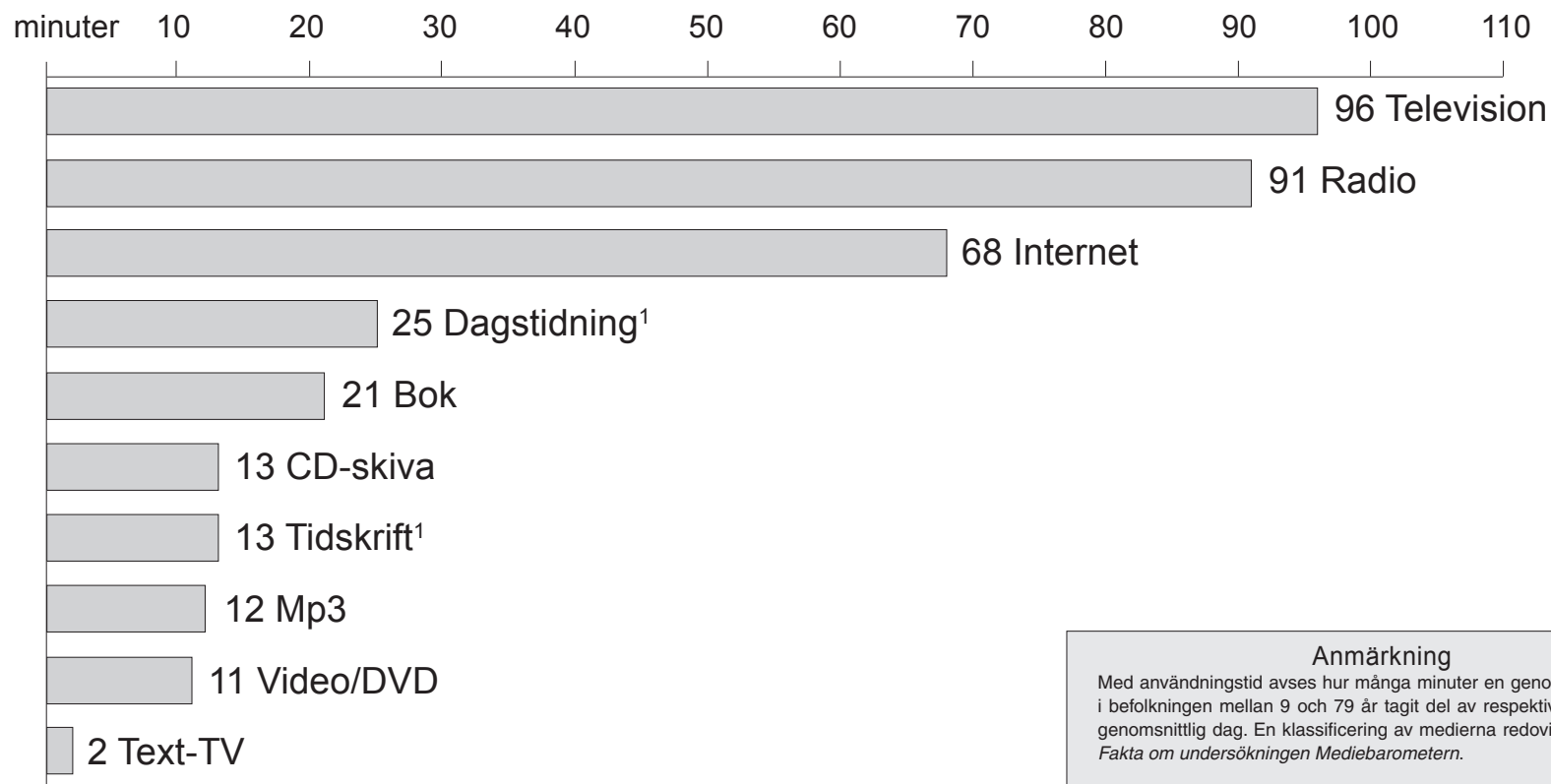
Användningen av internet sker under hela dagen och är högst mellan kl 12 och 17. En tredjedel av befolkningen använder internet vid denna tid en genomsnittlig dag. Andelen användare är högst i åldersgruppen 15 till 24 år, 39 procent, och 25 till 44 år, 37 procent. Samma värde gäller för högutbildade medan motsvarande siffra för lågutbildade är 14 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, 17 till 19, är det vanligare att använda internet än att titta på TV. Mellan kl 19 och 22 är användningen 48 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.

Mediedagen 2009

Användningstid för massmedier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (minuter)



Anmärkning

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

1. Avser genomsnittlig tid för papperstidningen.

Mediedagen 1979-2009

Användningstid för massmedier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2009 (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	2009
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	91
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	13
Mp3	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	7	10	11	13	12
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	96
Text-TV	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	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	11
Internet	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	10	19	21	23	19	23	25	32	53	61	68	68
Morgontidning ³	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	20
Kvällstidning ³	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	5
Vecko-/månadstidning ³	..	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	10
Special-/facktidskrift ³	..	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	3
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	21
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	352

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

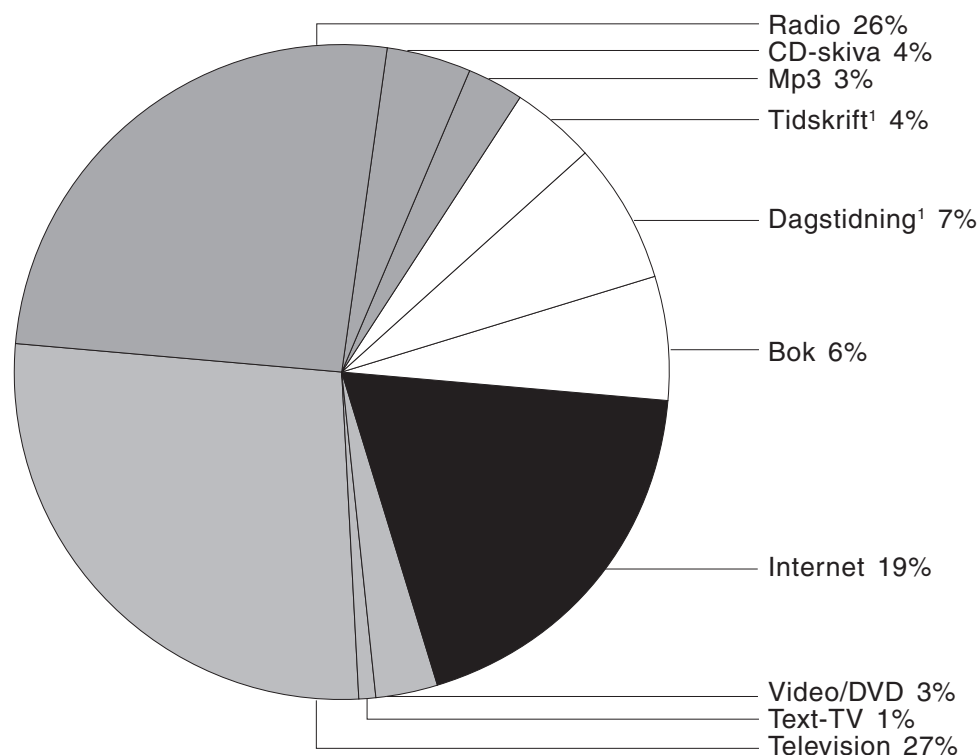
1. Vid jämförelser över tid bör noteras att beräkningen av tittar- och lyssnartiden före 1993 byggde på frågor där svarspersonerna fick ange mellan vilka tidpunkter de tittat på TV, video eller lyssnat på radio, därefter har svarspersonerna själva fått uppskatta sin användningstid.

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

3. Fram till och med 2008 ingick även läsning på internet i den genomsnittliga tiden, 2009 avser genomsnittlig tid för papperstidningen

Mediedagen 2009: Brutto 5 timmar och 52 minuter

Den bruttotid som befolkningen 9-79 år ägnar åt massmedier fördelad på olika medier 2009 (%)



352 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 det senaste decenniet.

Radio och TV dominerar den tid som ägnas massmedier. Radiolyssnandet och TV-tittandet uppgår till 26 respektive 27 procent av den totala medietiden. Användningen av internet utgör 19 procent av bruttotiden. Det är i stort samma resultat som föregående år.

Bildmedierna står tillsammans för hälften av den tid befolkningen ägnar åt medier under en genomsnittlig dag (inklusive internet). Ljudmedierna utgör en tredjedel och de tryckta medierna upptar en sjättedel av medietiden. Böcker och morgontidningar är de tryckta medier som läses längst tid.

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

Anmärkning

Den totala tid som allmänheten ägnar åt 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.

Not

1. Avser genomsnittlig tid för papperstidningen.

Mediedagen 2009: Befolkningens medietid

Användningstid för olika massmedier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (minuter)

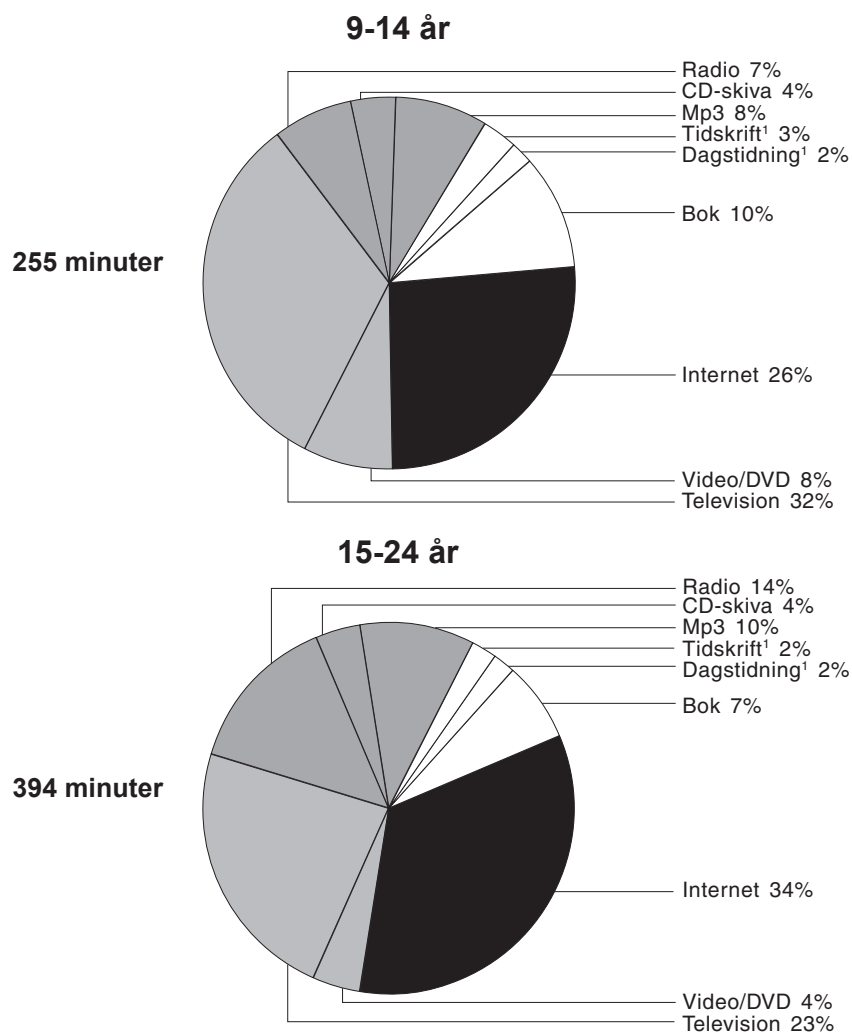
	Totalt	Kön		9-14	15-24	Ålder			Utbildning		
		Män	Kvinnor			25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Radio	91	88	94	19	54	91	108	125	130	110	80
CD-skiva	13	13	13	11	16	15	12	9	9	12	16
Mp3	12	13	11	19	40	11	4	1	4	12	9
Television	96	98	95	83	89	86	96	123	123	100	84
Text-TV	2	3	2	1	1	2	2	4	3	2	2
Video/DVD	11	11	10	19	17	11	7	6	6	10	10
Internet	68	79	59	66	132	84	54	22	29	74	76
Dagstidning ¹	25	25	25	5	10	17	30	46	34	24	27
Tidskrift ¹	13	10	16	7	7	10	14	23	17	11	15
Bok	21	15	24	24	28	20	18	22	14	18	25
Totalt	352	355	349	255	394	347	346	382	369	374	344

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

1. Avser genomsnittlig tid för papperstidningen.

Mediedagen 2009: Barn och ungdom

Den bruttotid som barn/ungdom ägnar åt massmedier fördelad på olika medier 2009 (%)



Bruttotid och ålder

Den samlade bruttotiden för medier ökar i huvudsak med ålder. För 15 till 24-åringarna uppgår den till drygt 6,5 timmar (394 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 – 34 procent av deras medietid ägnas åt aktiviteter på internet och 23 procent av tiden ägnas åt TV-tittande. Även bland barnen kan en ökning av medietiden noteras under senare år. Bland medelålders och äldre märks dock en minskning vad gäller samma tidsperiod. Redovisningen innefattar lyssnande, tittande och läsning oavsett apparat/kanal/plattform.

Medier för rörliga bilder upptar 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, medan i de övriga åldersgrupperna utgör bildmedierna mellan 25 och 30 procent av medietiden.

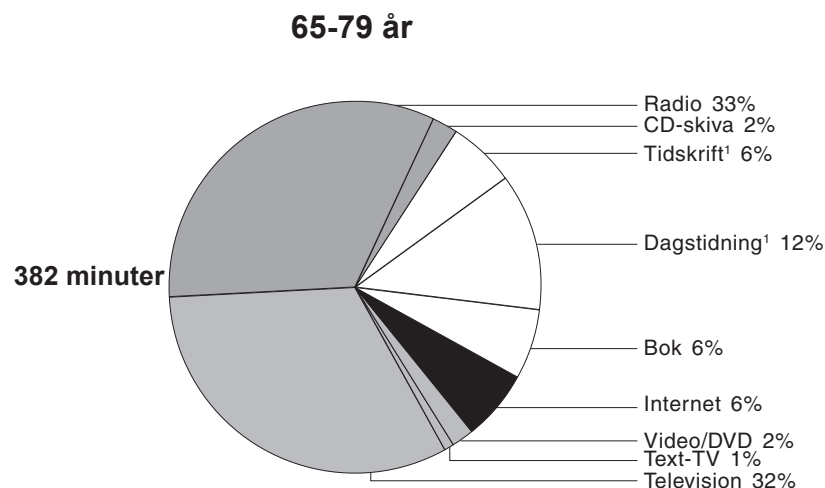
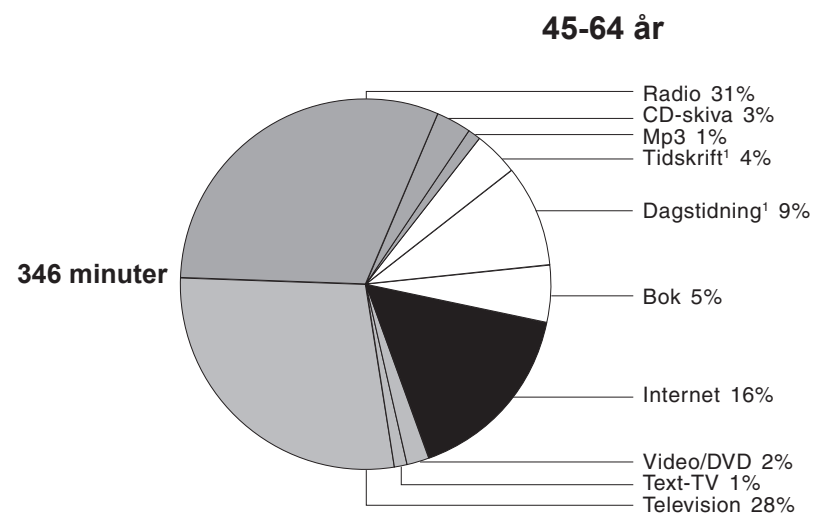
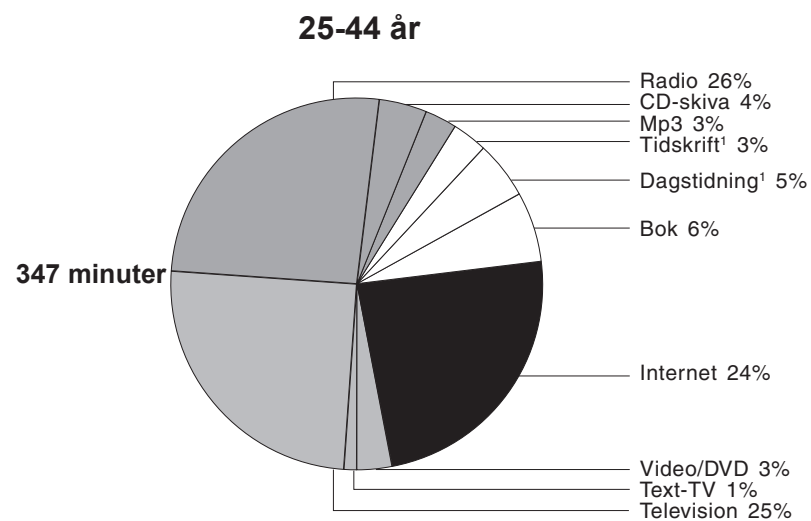
För ljudmedierna ökar användningen med ålder. Men personer mellan 25 och 64 år ägnar ljudmedier högst andel av sin tid: användning av radio, ljudkassetter, cd-skivor och mp3 utgör omkring 35 procent av bruttotiden.

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, 24 procent. Bland de yngsta läsarna rör det sig huvudsakligen om böcker, bland de äldsta om tidningar.

Internet ägnas mest tid bland personer mellan 15 och 24 år och upptar 34 procent av bruttotiden i denna grupp. Sedan 2007 ägnar denna grupp mer tid åt internet än att se TV. Lägst ligger internetanvändningen bland ålderspensionärer.

Mediedagen 2009: Vuxna

Den bruttotid som vuxna i olika åldrar ägnar åt massmedier fördelad på olika medier 2009 (%)



Anmärkning

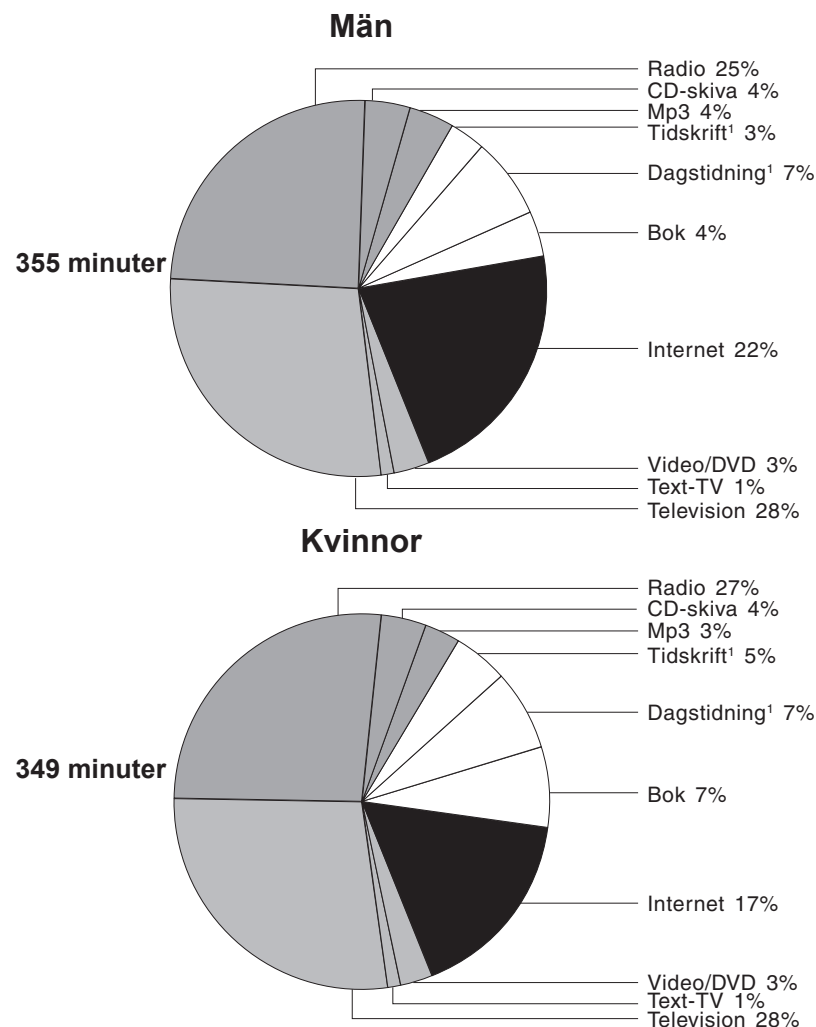
Den totala tid som allmänheten ägnar åt massmedier är en summering av den tid som avsättes för varje medium. Den totala tiden tar följaktligen inte hänsyn till att två medier kan ha använts samtidigt.

Not

1. Avser genomsnittlig tid för papperstidningen.

Mediedagen 2009: Män och kvinnor

Den bruttotid som män/kvinnor 9-79 år ägnar åt massmedier fördelad på olika medier 2009 (%)



Män och kvinnor

Män ägnar mer tid åt medier än kvinnor. Skillnaden i bruttotid mellan män och kvinnor beror till dels på internetanvändningen – män använder internet 79 minuter en genomsnittlig dag vilket är 22 procent av den samlade bruttotiden, kvinnor ägnar internet 59 minuter och det motsvaras av 17 procent. Kvinnor ägnar mer tid åt bokläsning samt läsning av tidskrifter än män.

Anmärkning

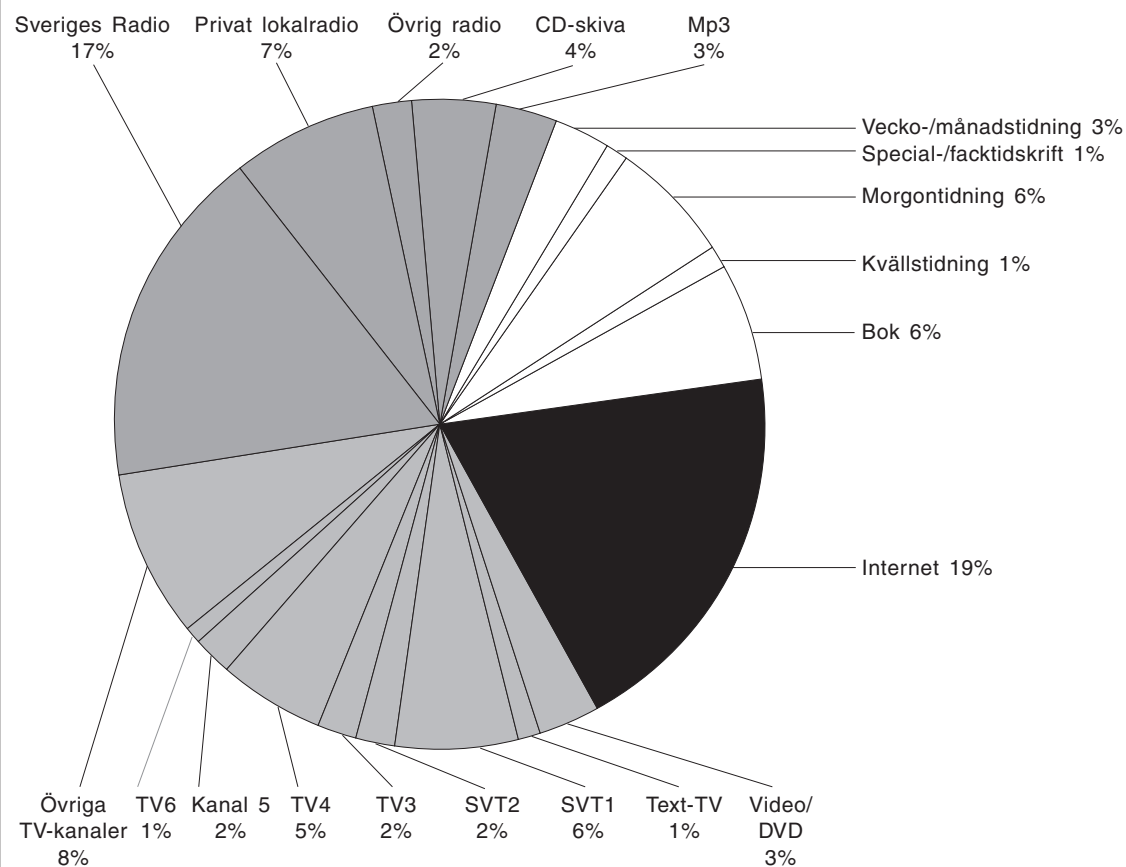
Den totala tid som allmänheten ägnar åt massmedier är en summering av den tid som avsättes för varje medium. Den totala tiden tar följaktligen inte hänsyn till att två medier kan ha använts samtidigt.

Not

1. Avser genomsnittlig tid för papperstidningen.

Mediedagen 2009: Medier och kanaler

Beräknad medieanvändning i tid fördelad på olika medier och kanaler¹ i befolkningen 9-79 år 2009 (%)



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 populärtidsskrifter, ett åttiofem 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. Ljudradion består vid sidan av Sveriges Radios fyra kanaler av ca 90 lokala privat-radiostationer.

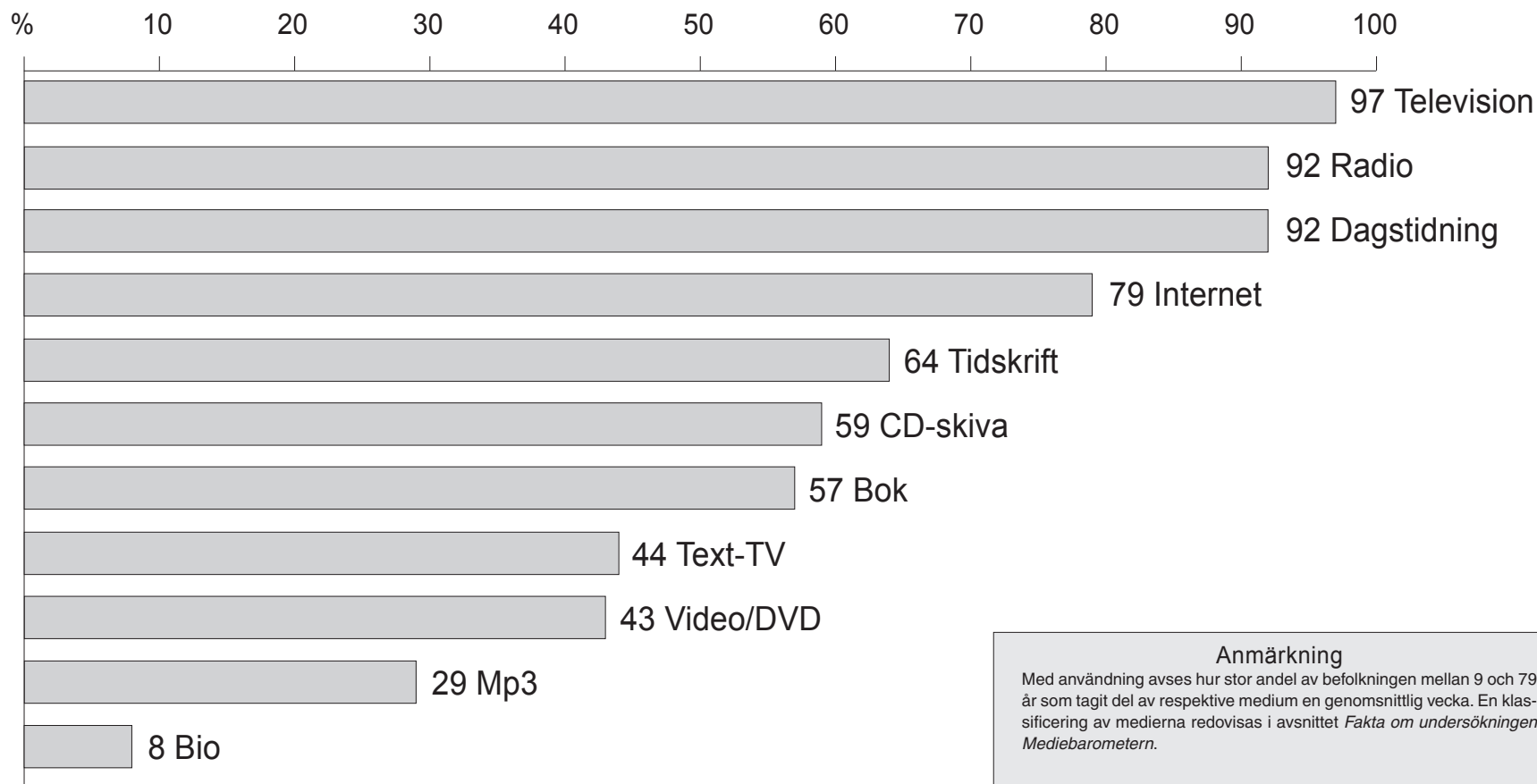
Figuren avser att illustrera hur tiden för mediekonsumtion fördelas på allt fler kanaler. Fragmentiseringen har förstärkts av att många nya kanaler har tillkommit under särskilt de senaste tio åren samtidigt som den totala tiden för medieanvändning har varit relativt stabil under senare år.

Not

1. Figuren är en *beräkning* där Mediebarometerns bruttotid för radio och TV fördelats på grundval av uppgifter från räckviddsstudier för respektive medium 2009.
Källor: Sifo Media (radio), MMS (TV).

Medieveckan 2009

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig vecka 2009 (%)



Medieveckan 1991-2009

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig vecka 1991-2009 (%)

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

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 grammfonskivor, därefter har frågan gällt både grammfonskivor och CD-skivor.

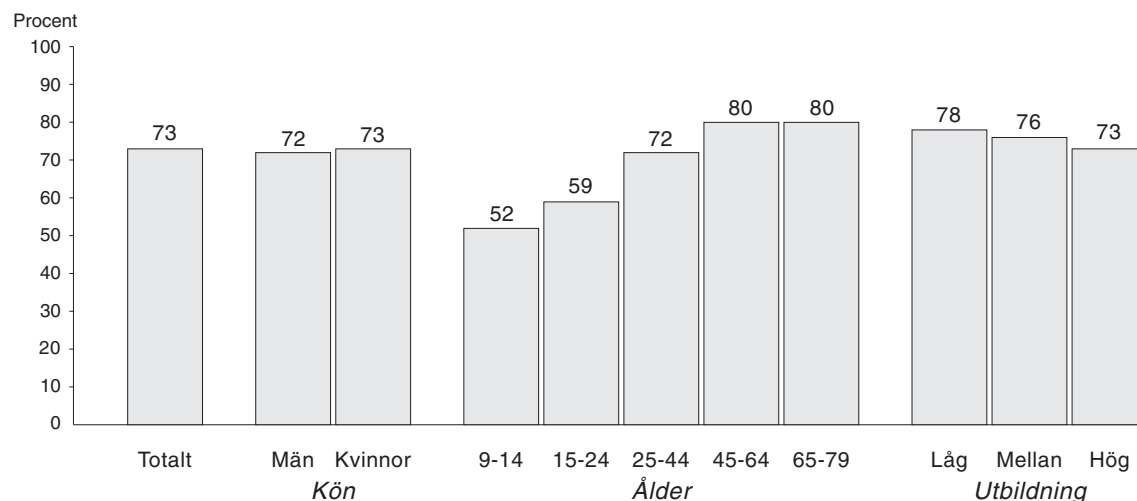
2. Fram till och med 1993 gällde frågan veckotidningar, från och med 1994 har med tanke på tidskriftsmarknadens förändring även månadstidningar explicit angivits i frågan.

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

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

Användning av enskilda medier

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2009 (procent)

År	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1979	73	75	71	52	73	76	77	75	78	74	73
1981	69	70	68	46	68	74	70	71	71	72	71
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
2007	77	77	76	58	65	77	83	83	84	78	78
2008	74	75	73	50	62	76	81	79	78	76	78
2009	73	72	73	52	59	72	80	80	78	76	73

Lyssnar på radio

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

Andelen lyssnare ökade successivt fram till mitten av 1990-talet. Ökningen var märkbar 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 2000-talet har dock andelen radiolyssnare minskat något.

Anmärkning

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

Radio

Andel som lyssnar en genomsnittlig dag 2009 (procent)

		%			%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	73	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	78
	Vuxna 18-79 år	75		Tjänstemän	76
	Barn/ungdom 9-17 år	55		Högre tjänstemän/akademiker	75
Kön				Egna företagare	81
	Män 9-79 år	72		Pensionärer	80
	Kvinnor 9-79 år	73		Studerande	55
				Arbetslösa	58
	Män 18-79 år	75	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	70
	Kvinnor 18-79 år	75		Två personer (18 år och äldre)	78
	Pojkar 9-17 år	53		Tre eller fler (18 år och äldre)	73
	Flickor 9-17 år	58			
			Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	60
				Äldre vuxna (45-79 år)	80
Ålder	9-14 år	52		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	76
	15-19 år	62		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	75
	20-24 år	55			
	25-34 år	69	Hushåll (9-79 år)	En person	69
	35-44 år	75		Två personer	78
	45-54 år	76		Tre personer	71
	55-64 år	82		Fyra personer eller fler	69
	65-79 år	80			
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	80	Hemort (9-79 år)	Stockholmsregionen	69
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	74		Malmöregionen	77
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	77		Göteborgsregionen	65
	Gymnasial utbildning > 2 år	75		Större städer	72
	Högskola/universitet ≤ 3 år	75		Pendlingskommuner	75
	Högskola/universitet > 3 år	72		Glesbyggskommuner	73
				Varuproducerande kommuner	78
				Övriga kommuner	75

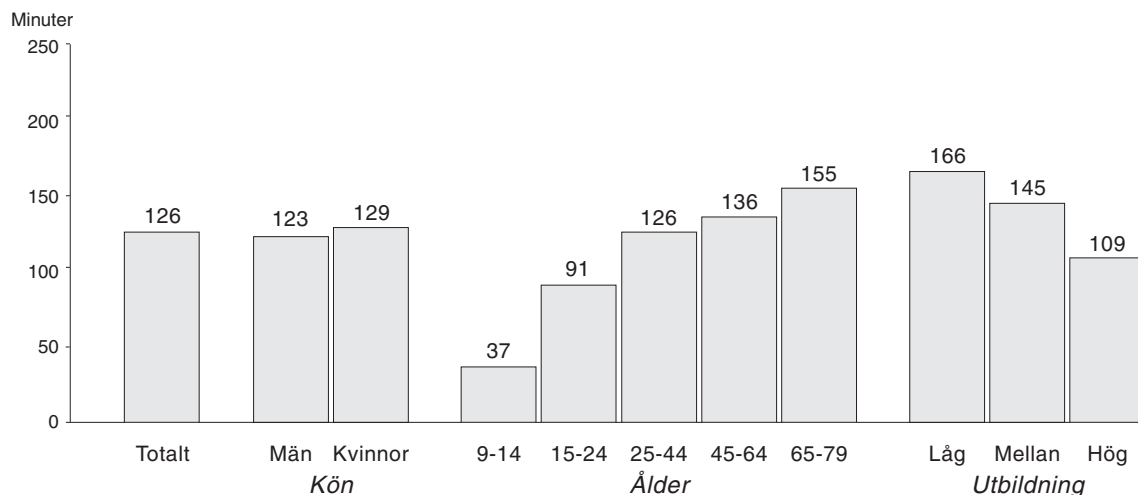
Radiolyssnaren

Det samlade radiolyssnandet är utbrett i hela befolkningen. Lågsta 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.

Lyssnartid bland lyssnare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (minuter)Lyssnartid bland lyssnare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2009 (minuter)

År	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1986 ²	180	175	182	70	158	196	185	205	211	178	138
1987 ²	168	168	170	66	182	181	171	168	184	181	150
1989 ²	176	167	188	74	160	191	180	200	199	194	149
1991 ²	146	139	155	60	145	176	159	160	164	170	126
1993	144	134	153	57	152	160	170	143	163	160	121
1995	142	134	151	58	135	157	150	148	170	155	106
1997 ³	162	148	173	87	131	180	164	178	195	177	121
1999 ³	165	162	168	90	135	179	172	192	216	188	115
2001 ³	161	152	170	66	127	171	175	179	212	179	123
2003 ³	148	145	151	47	115	154	165	165	191	169	116
2005 ³	141	132	149	55	94	151	153	161	182	162	116
2007 ³	130	130	130	42	83	133	141	164	178	146	112
2008 ³	126	125	127	41	97	125	136	152	167	145	108
2009 ³	126	123	129	37	91	126	136	155	166	145	109

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

Sedan 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.

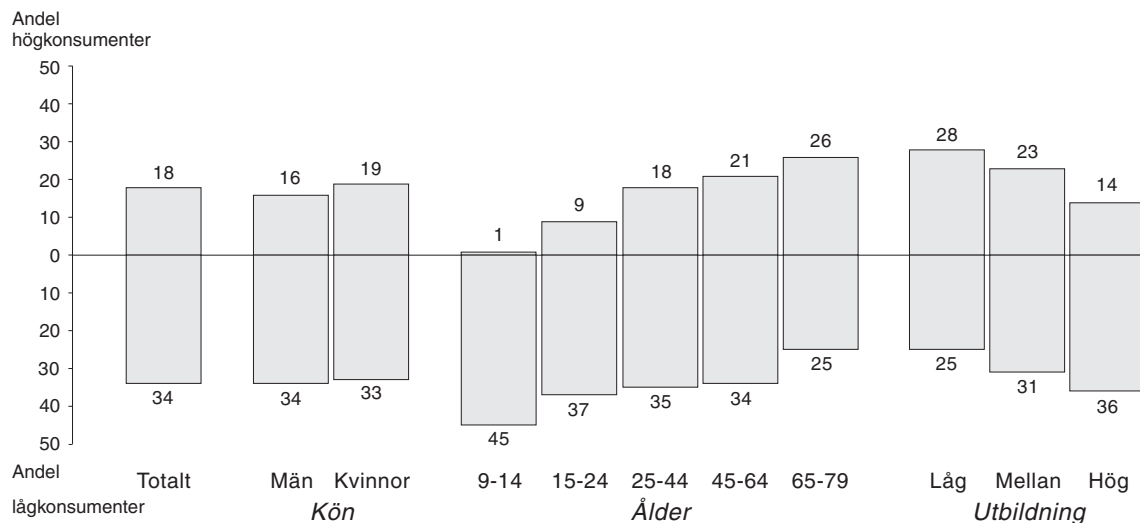
Tabellen redovisar genomsnittlig lyssnartid bland dem som lyssnar på radio en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga lyssnartiden i hela befolkningen, vilket även inkluderar alla som inte lyssnar, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2008: Befolkningens medietid*.

Noter

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

Radio

Hög- och lågkonsumenter¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2009 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig dag</i>											
Mindre än ½ tim	16	16	16	32	21	16	13	9	11	14	15
½-1 tim	18	18	18	12	16	19	20	16	14	17	21
1-2 tim	13	13	13	5	10	13	15	16	14	14	15
2-3 tim	8	8	8	2	4	7	10	13	12	8	9
3-4 tim	5	4	5	1	2	4	5	7	6	5	5
4-5 tim	3	3	4	–	1	3	4	6	5	4	2
5-6 tim	3	3	3	–	1	3	3	3	4	4	2
Mer än 6 tim	7	7	7	0	4	8	9	9	12	10	5
<i>Lyssnar i</i>											
Vanlig radioapparat	63	57	68	50	46	48	66	89	80	62	59
Bilradio	42	47	38	47	45	54	45	19	27	46	47
Mobiltelefon/mp3/Ipod	4	5	4	5	8	6	3	2	3	4	5
Webbradio	3	5	2	2	8	4	3	1	1	3	4
<i>Genomsnittlig vecka</i>											
	92	91	93	84	87	92	95	94	94	93	93

Radiolyssnandet

Andelen relativa högkonsumenter av radio är 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 på vanlig radio, 63 procent, eller på bilradio, 42 procent. Radio i mobiltelefon, mp3 och/eller Ipod uppgår till 4 procent och lyssnande på webbradio uppgår till 3 procent av befolkningen en genomsnittlig dag. Andelarna är förhållandevis höga bland ungdomar och personer mellan 24 och 44 år, 16 respektive 10 procent lyssnar på radion via antingen internet, mobiltelefon och/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 84 procent en genomsnittlig vecka. Detta mönster har varit i stort sett stabilt under den gångna tioårsperioden.

Anmärkning

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

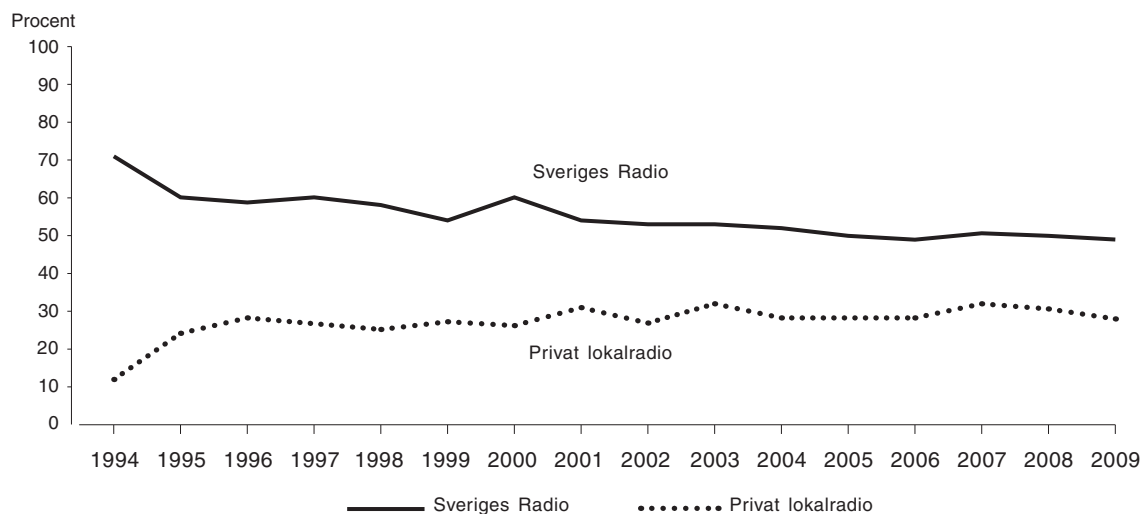
Lyssnartiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna fått göra en uppskattning av sin lyssnartid under gårdagen.

Not

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

Radio

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1994-2009 (procent)



Sveriges Radio och Privat radio

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 1994-2009 (procent)

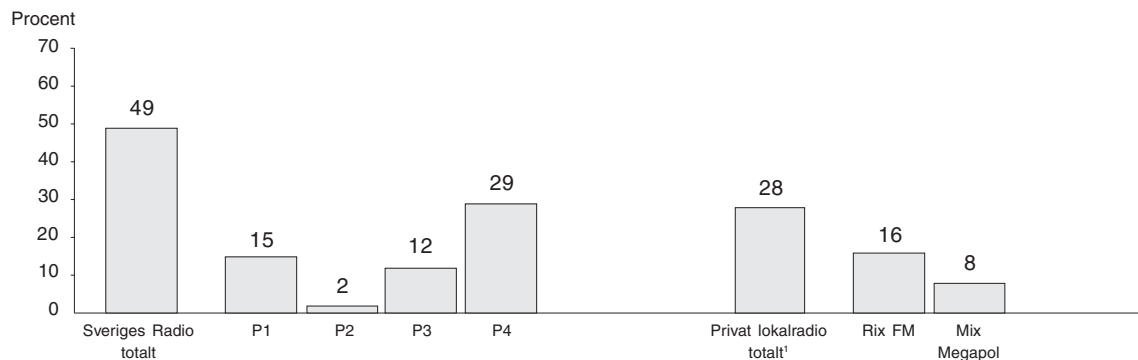
	Totalt	Sveriges Radio	Privat lokalradio ¹
1994	82	71	12
1995	80	60	24
1996	81	59	28
1997	82	60	27
1998	80	57	25
1999	80	54	27
2000	80	60	26
2001	79	54	31
2002	79	53	27
2003	79	53	32
2004	73	52	28
2005	74	50	28
2006	74	49	28
2007	77	51	32
2008	74	50	31
2009	73	49	28

Not

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

Radio

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Sveriges Radio totalt	49	51	47	9	21	42	62	75	65	49	55
P1	15	16	14	1	2	10	20	30	15	10	25
P2	2	2	2	–	1	1	2	5	2	1	3
P3	12	14	10	5	16	20	9	4	7	15	13
P4 totalt	29	21	22	2	3	13	31	38	38	22	20
P4 – lokalt	21	8	8	1	2	6	11	14	13	8	8
P4 – riks	8	28	29	4	5	19	41	51	50	29	27
Privat lokalradio totalt¹	28	26	30	39	40	39	25	5	15	34	25
RIX FM	16	13	19	27	22	22	14	3	8	19	14
Mix Megapol	8	7	9	8	9	13	7	0	4	10	8
Lugna favoriter	2	1	2	1	1	2	3	1	1	2	3
NRJ	2	2	2	3	5	3	1	0	1	2	2
Rockklassiker	2	2	1	1	2	3	1	0	0	2	1
Bandit Rock	2	2	1	1	4	2	1	–	1	2	1
The Voice	1	1	1	3	4	1	0	–	0	1	1
Annan station	3	4	3	2	4	3	4	3	5	4	3

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 5 procent. Mönstret har varit detsamma de senaste åren.

Sveriges Radios P4 är, med sina 29 procent lyssnare en genomsnittlig dag, den klart största enskilda kanalen. Andelarna som lyssnar på P1 och P3 är 15 respektive 12 procent. Det är en lägre andel lyssnare än vad den största av de privata radiokanalerna – Rix FM – har, 16 procent. Det bör beaktas att medan Sveriges Radios kanaler i princip når hela befolkningen finns det skillnader i mottagningsområdena för de privata kanalerna.

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

Anmärkning

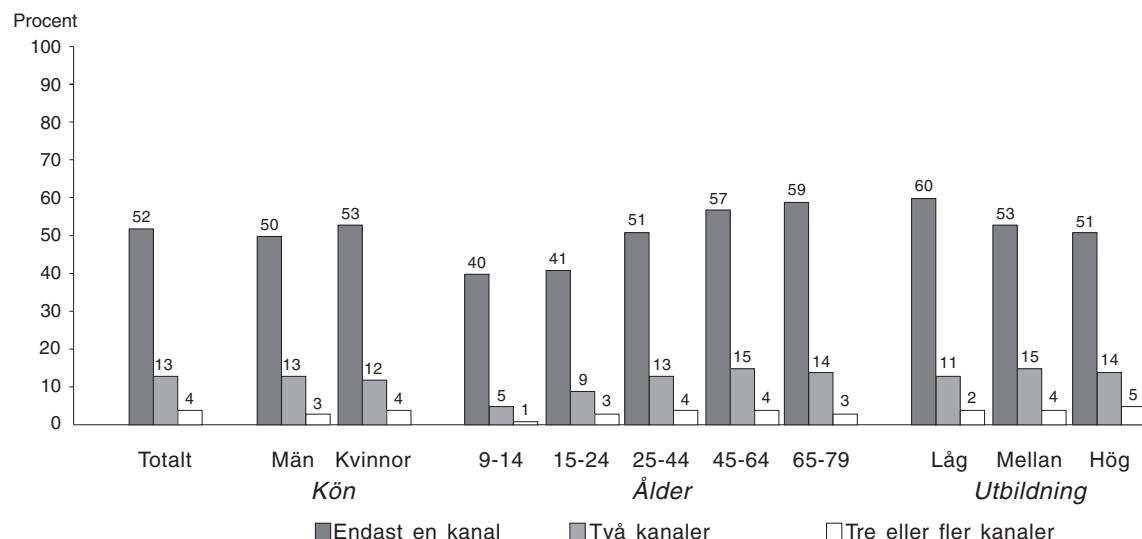
Med lyssnare avses de som uppger att de lyssnat minst något på respektive kanal en genomsnittlig dag.

Not

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

Radio

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009: antal kanaler (procent)



Flerkanallyssnare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Lyssnar på</i>											
endast en kanal	52	50	53	40	41	51	57	59	60	53	51
två kanaler	13	13	12	5	9	13	15	14	11	15	14
tre eller fler kanaler	4	3	4	1	3	4	4	3	2	4	5
Genomsnittligt antal kanaler bland lyssnare	1,3	1,3	1,3	1,2	1,3	1,4	1,3	1,3	1,2	1,3	1,4
<i>Kanalkombinationer</i>											
Enbart Sveriges radio	42	43	40	8	16	31	52	72	60	39	46
Enbart privatradio	21	18	24	38	35	28	15	3	10	24	17
Sveriges Radio och privatradio ²	7	8	7	2	5	11	10	2	5	9	8
P1 och P3	1	2	1	–	0	2	2	1	1	1	3
P1 och P4	4	4	4	–	0	2	5	10	5	3	6
P3 och P4	2	3	2	1	1	3	3	1	1	3	3
P3 och privatradio ²	3	4	3	2	4	6	3	0	1	4	4
P4 och privatradio ²	4	4	4	0	2	5	7	1	4	5	4

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 flerkanallyssnare i befolkningen är högst bland 45 till 64-åringar och bland högutbildade, vardera 19 procent. Det genomsnittliga antalet kanaler som radiolyssnarna tagit del av år år 2009 i medeltal 1,3. Andelen har legat stabil sedan början av 2000-talet. Genomsnittslyssnarna 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.

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.

Radio

Andel som lyssnar på Sveriges radio (A) samt privat lokalradio (B) en genomsnittlig dag 2009 (procent)

		A	B			A	B
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	49	28	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	49	37
	Vuxna 18-79 år	55	26		Tjänstemän	55	30
	Barn/ungdom 9-17 år	12	41		Högre tjänstemän/akademiker	57	27
					Egna företagare	60	28
Kön	Män 9-79 år	51	26		Pensionärer	75	6
					Studerande	20	38
	Kvinnor 9-79 år	47	30		Arbetslösa	31	32
	Män 18-79 år	58	24	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	53	21
	Kvinnor 18-79 år	52	28		Två personer (18 år och äldre)	58	26
	Pojkar 9-17 år	13	38		Tre eller fler (18 år och äldre)	43	35
	Flickor 9-17 år	11	45				
Ålder	9-14 år	9	39	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	32	32
	15-19 år	18	44		Äldre vuxna (45-79 år)	70	14
	20-24 år	25	33		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	44	41
	25-34 år	40	38		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	43	41
	35-44 år	44	40	Hushåll (9-79 år)	En person	56	17
	45-54 år	53	33		Två personer	64	18
	55-64 år	71	18		Tre personer	42	35
	65-79 år	75	5		Fyra personer eller fler	34	41
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	69	13	Hemort (9-79 år)	Stockholmsregionen	43	28
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	59	18		Malmöregionen	53	29
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	52	33		Göteborgsregionen	43	23
	Gymnasial utbildning > 2 år	47	34		Större städer	47	32
	Högskola/universitet ≤ 3 år	55	26		Pendlingskommuner	46	32
	Högskola/universitet > 3 år	55	24		Glesbygdskommuner	61	10
					Varuproducerande kommuner	56	29
					Övriga kommuner	53	27

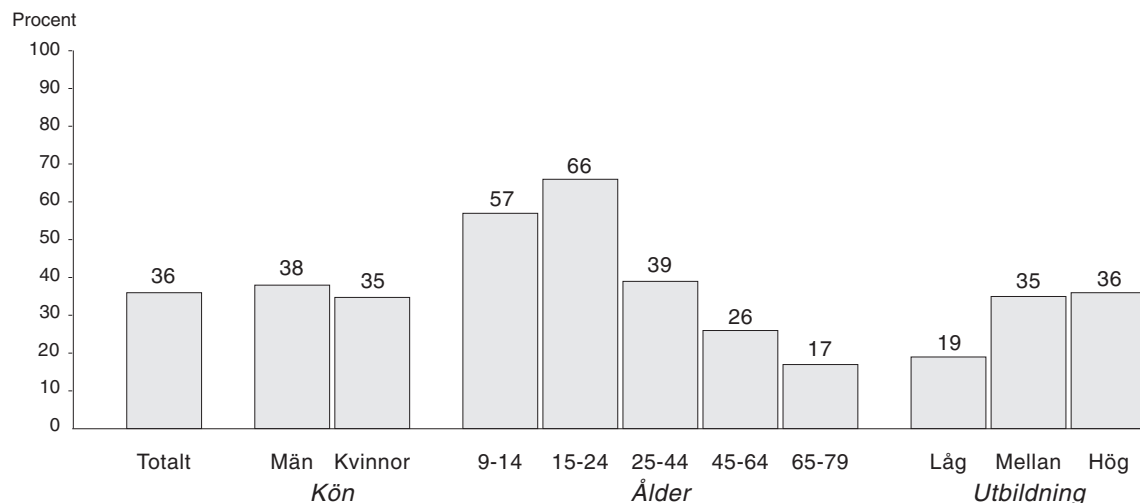
Andel som lyssnar på Sveriges Radio och Privat lokalradio

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 på Sveriges Radio och så förhåller det sig upp till 40-årsåldern. Andelen lyssnare på Sveriges Radio är också något högre utanför storstadsregionerna. I glesbygdskommuner är andelen lyssnare 61 procent och i Stockholm respektive Göteborg är andelen 43 procent.

CD-skiva och mp3

36%

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)



Lyssnar på CD-skiva och mp3

36 procent av befolkningen har lyssnat på CD-skiva eller mp3-spelare en genomsnittlig dag 2009. I åldersgruppen 15 till 24 år uppgår lyssnandet till 66 procent, mp3-spelaren utgör här huvuddelen. 5 procent lyssnar både på CD-skiva och mp3-spelare under en dag, men bland barn och de unga är motsvarande siffra 13 respektive 12 procent. I övriga grupper är det ovanligt att kombinera de olika teknikerna för att lyssna på ljudinspelningar.

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2009 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig dag</i>											
CD-skiva eller mp3	36	38	35	57	66	39	26	17	19	35	36
Enbart CD-skiva	19	19	19	17	12	23	20	15	14	18	23
Enbart mp3	13	14	12	27	42	12	4	1	4	13	9
CD-skiva och mp3	5	5	4	13	12	4	2	1	1	4	4
<i>Lyssnartid, genomsnittligt antal minuter</i>											
I befolkningen	25	25	24	30	57	26	16	10	13	24	25
Bland lyssnare	68	67	68	53	86	66	59	60	68	67	68
<i>Genomsnittlig vecka</i>	69	68	70	83	84	77	66	47	55	69	72
<i>Genomsnittlig månad</i>	86	85	87	97	95	91	85	70	74	86	89

CD-skiva och mp3

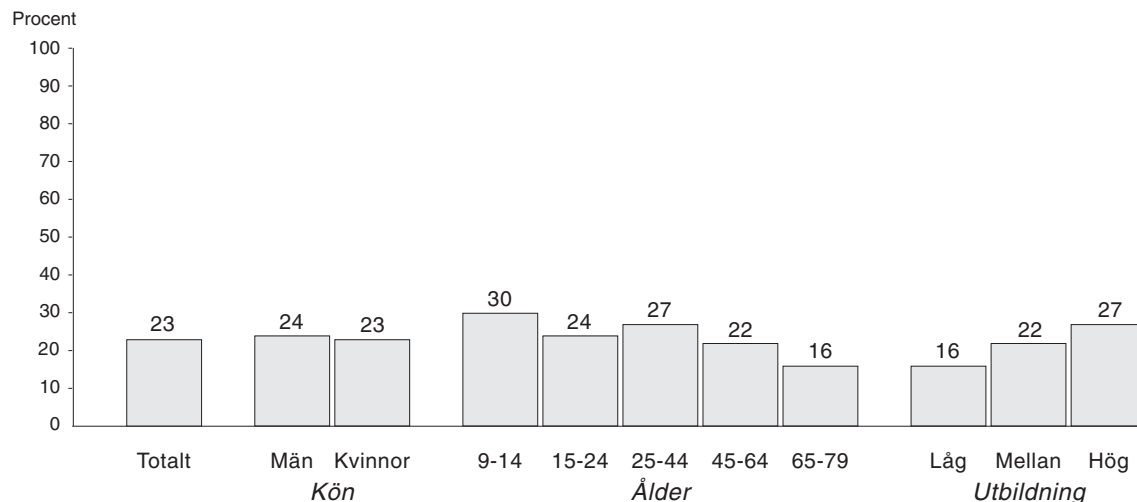
Andel som lyssnar en genomsnittlig dag 2009 (procent)

		%			%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	36	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	32
	Vuxna 18-79 år	32		Tjänstemän	34
	Barn/ungdom 9-17 år	62		Högre tjänstemän/akademiker	40
Kön				Egna företagare	33
	Män 9-79 år	38		Pensionärer	18
	Kvinnor 9-79 år	35		Studerande	61
				Arbetslösa	42
	Män 18-79 år	34	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	32
	Kvinnor 18-79 år	31		Två personer (18 år och äldre)	30
	Pojkar 9-17 år	58		Tre eller fler (18 år och äldre)	42
	Flickor 9-17 år	65			
Ålder	9-14 år	57	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	52
	15-19 år	69		Äldre vuxna (45-79 år)	21
	20-24 år	61		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	40
	25-34 år	42		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	36
	35-44 år	37	Hushåll (9-79 år)	En person	31
	45-54 år	30		Två personer	26
	55-64 år	23		Tre personer	42
	65-79 år	17		Fyra personer eller fler	46
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	18	Hemort (9-79 år)	Stockholmsregionen	35
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	22		Malmöregionen	42
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	30		Göteborgsregionen	45
	Gymnasial utbildning > 2 år	38		Större städer	36
	Högskola/universitet ≤ 3 år	35		Pendlingskommuner	34
	Högskola/universitet > 3 år	38		Glesbygdskommuner	32
				Varuproducerande kommuner	37
				Övriga kommuner	34

Andel som lyssnar en genomsnittlig dag

Cirka en tredjedel av befolkningen lyssnar på CD och/eller mp3-spelare en genomsnittlig dag 2009. Det är framför allt ungdomar, 15 till 24 år, som lyssnar. Här uppgår andelen lyssnare till ca två tredjedelar. Andelen lyssnare sjunker med stigande ålder. Bland dem över 55 år det under en femtedel som lyssnar en genomsnittlig dag.

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2009 (procent)

År	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1979 ¹	26	29	24	38	63	28	12	2	17	36	36
1981 ¹	21	21	21	30	52	21	8	5	13	29	28
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
2007	29	29	30	31	37	36	29	14	17	32	33
2008	27	27	26	30	34	32	24	15	18	28	29
2009	23	24	23	30	24	27	22	16	16	22	27

Lyssnande på CD-skiva

En genomsnittlig dag lyssnar 23 procent av befolkningen på CD-skiva. År 2001 var motsvarande siffra 39 procent. Minskningen märks särskilt bland barn och ungdomar. Men fortfarande återfinns de flesta lyssnarna bland de som är 9 till 14 år (30 procent) samt bland 25 till 44-åringar och högutbildade (27 procent vardera). Den vikande trenden förklaras av övergången från CD till mp3.

Anmärkning

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

Not

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

CD-skiva

Andel som lyssnar en genomsnittlig dag 2009 (procent)

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

CD-lyssnaren

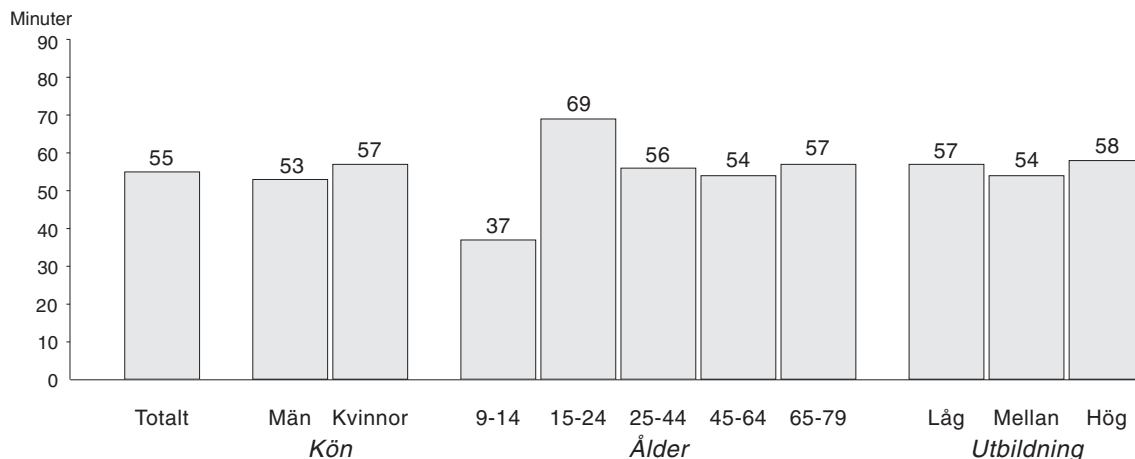
CD-skivan har i första hand varit ungdomarnas medium. Lyssnandet är allra mest utbrett bland barn och bland 20 till 24-åringar. Relativt få personer över 65 år lyssnar på CD även om denna grupp har ökat sitt lyssnande på CD under senare år.

Det är små skillnader mellan män och kvinnor. Andelen lyssnare i gruppen högre tjänstemän/akademiker är över genomsnittet. Även i grupper med hemmavarande barn är lyssnandet utbrett.

Anmärkning

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

Lyssnartid bland lyssnare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (minuter)



Lyssnartid bland lyssnare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2009 (minuter)

År	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79 ³	Låg	Mellan	Hög
1986 ²	74	73	74	43	91	73	50	58	75	86	67
1987 ²	74	73	76	64	91	68	58	53	65	86	72
1989 ²	67	68	67	47	78	65	53	39	60	79	62
1991 ²	77	78	76	72	92	76	61	45	66	83	79
1993 ²	74	74	73	47	84	78	63	35	68	79	77
1995	67	66	69	50	85	64	56	56	69	73	66
1997	64	63	66	37	77	69	54	73	62	72	67
1999	63	59	67	39	84	69	50	60	50	71	71
2001	68	67	68	48	86	70	57	55	61	74	68
2003	65	62	68	33	86	67	61	58	68	69	68
2005	57	55	60	37	71	59	55	55	60	60	58
2007	51	51	51	34	61	50	51	54	55	52	52
2008	57	55	58	36	70	56	58	52	54	62	58
2009	55	53	57	37	69	56	54	57	57	54	58

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. Det var främst bland de unga som lyssnartiden sjönk kring år 2005, samtidigt som en ökad användning av mp3-spelare och andra musikmedier kunde konstateras i denna grupp. Lyssnartiden är fortfarande högst bland de unga (69 minuter) och lägst bland barnen (37 minuter).

Anmärkning

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

Tabellen redovisar genomsnittlig lyssnartid bland dem som lyssnar på CD-skivor en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga lyssnartiden i hela befolkningen, vilket inkluderar alla som inte lyssnar, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2009: Befolkningens medietid*.

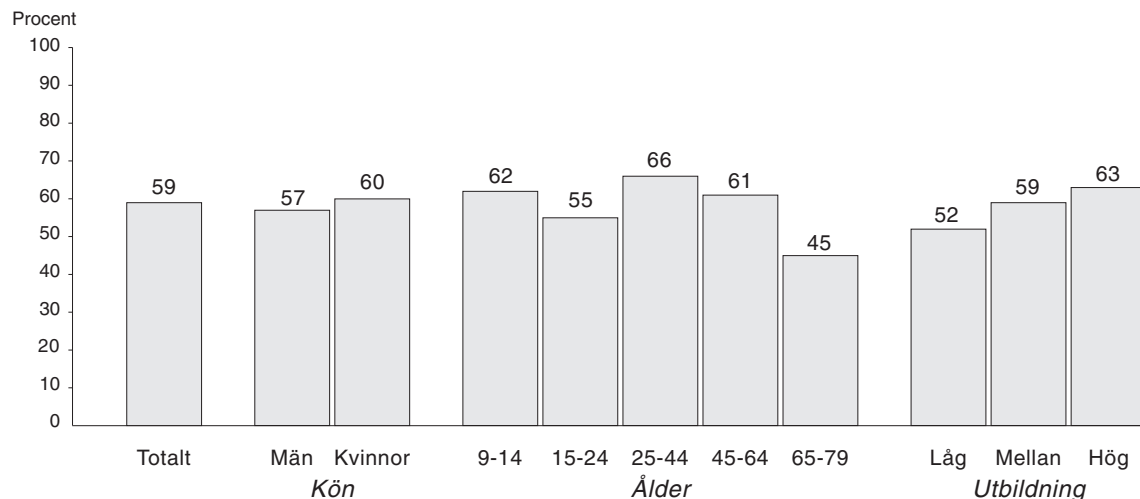
Observera att tabellen enbart baseras på dem som lyssnat en genomsnittlig dag, vilket innebär att antalet svarspersoner är relativt litet och att siffrorna därför bör tolkas med försiktighet.

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 gram-mofonskivor och CD-skivor
3. Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

CD-skiva

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2009 (procent)



CD-lyssnandet

Veckolyssnandet av CD fortsätter att minska. Idag lyssnar 59 procent av befolkningen på CD-skivor under en genomsnittlig vecka. År 2008 var andelen veckolyssnare två tredjedelar, d v s på samma nivå som noterades 2007. Vilket var en minskning från en under flera år stabil nivå

Största andelen veckolyssnare finns i gruppen 25 till 44 år. Den grupp som avviker mest är pensionärerna med 45 procent lyssnare en genomsnittlig vecka. Även månadslyssnandet ligger lågt i pensionärsgruppen (68 procent).

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

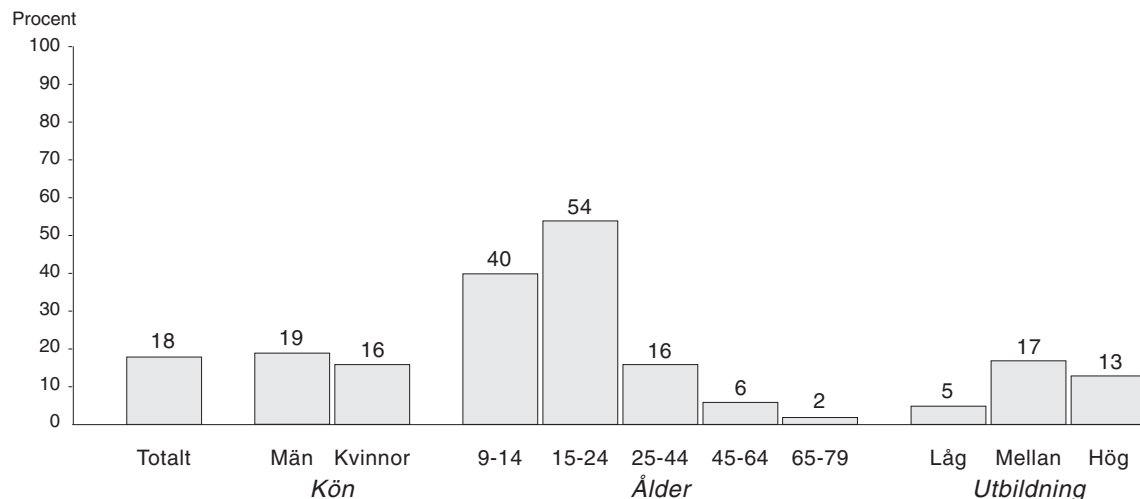
Anmärkning

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

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag/månad 2009 (procent)

	Kön		Ålder						Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig dag</i>											
Mindre än ½ tim	8	9	8	16	6	10	7	4	5	7	9
½-1 tim	9	9	8	10	9	10	9	7	6	9	10
1-2 tim	4	4	5	3	5	4	4	4	3	4	5
2-3 tim	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2
Mer än 3 tim	1	1	1	0	2	1	1	0	0	1	1
Enbart CD-skiva	19	19	19	17	12	23	20	15	14	18	23
Enbart mp3	13	14	12	27	42	12	4	1	4	13	9
CD-skiva eller mp3	36	38	35	57	66	39	26	17	19	35	36
<i>Genomsnittlig månad</i>	79	77	81	83	77	84	81	68	71	78	83

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (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 40 procent och bland 15 till 24-åringar har 54 procent lyssnat på mp3-spelare en genomsnittlig dag, medan 24 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 2005-2009 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Genomsnittlig dag											
2005	10	11	9	22	39	7	2	1	4	9	6
2006	14	15	13	33	50	11	4	1	5	12	10
2007	16	17	15	31	56	15	5	2	4	15	12
2008	18	21	14	37	53	17	6	1	6	17	12
2009	18	19	16	40	54	16	6	2	5	17	13
Genomsnittlig vecka											
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
2009	29	31	27	50	66	34	17	5	10	30	28

Andel som lyssnar en genomsnittlig dag 2009 (procent)

		%			%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	18	Sysselsättning	Arbetare	11
	Vuxna 18-79 år	13	(16-79 år)	Tjänstemän	13
	Barn/ungdom 9-17 år	48		Högre tjänstemän/akademiker	16
Kön	Män 9-79 år	19		Egna företagare	14
	Kvinnor 9-79 år	16		Pensionärer	2
				Studerande	45
				Arbetslösa	25
Ålder	Män 18-79 år	15	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	11
	Kvinnor 18-79 år	11	(18-79 år)	Två personer (18 år och äldre)	11
	Pojkar 9-17 år	45		Tre eller fler (18 år och äldre)	22
	Flickor 9-17 år	50			
			Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	33
	9-14 år	40		Äldre vuxna (45-79 år)	4
	15-19 år	59		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	17
	20-24 år	46		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	14
	25-34 år	21			
	35-44 år	13	Hushåll (9-79 år)	En person	10
	45-54 år	8		Två personer	10
	55-64 år	4		Tre personer	22
	65-79 år	2		Fyra personer eller fler	26
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	4	Hemort (9-79 år)	Stockholmsregionen	21
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	7		Malmöregionen	19
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	11		Göteborgsregionen	23
	Gymnasial utbildning > 2 år	20		Större städer	17
	Högskola/universitet ≤ 3 år	12		Pendlingskommuner	17
	Högskola/universitet > 3 år	15		Glesbygdskommuner	13
				Varuproducerande kommuner	16
				Övriga kommuner	15

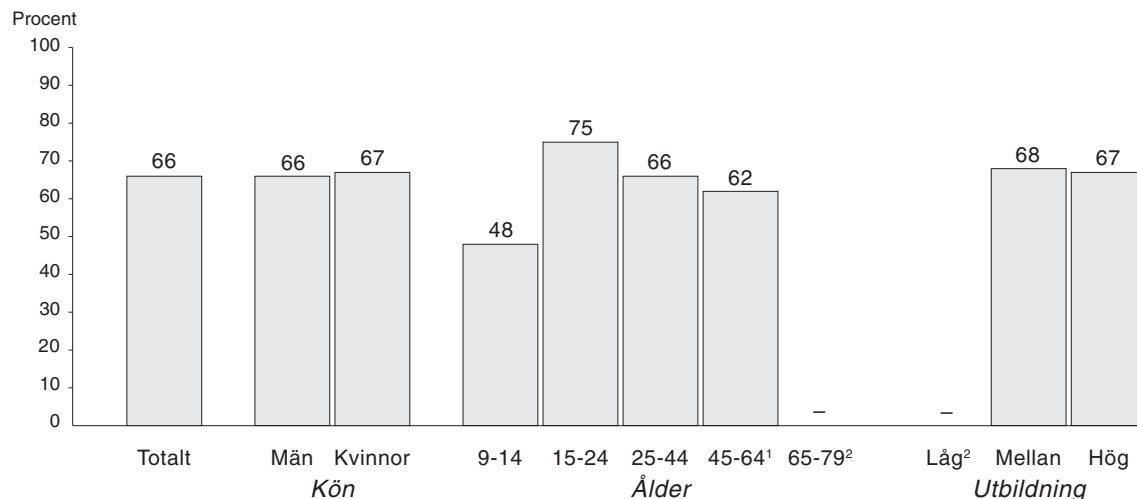
Andel som lyssnar en genomsnittlig dag

Mp3-lyssnandet uppvisar stora skillnader mellan olika åldersgrupper. Bland ungdomar 15 till 19 år har 59 procent lyssnat på mp3-spelare en genomsnittlig dag. I denna grupp är mp3-lyssnandet nästan tre gånger så vanligt som lyssnande på CD. Bland studerande lyssnar omkring 45 procent en vanlig dag och bland pensionärer är andelen 2 procent.

Anmärkning

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

Lyssnartid bland lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (minuter)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (minuter/procent)

	Kön		Ålder						Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64¹	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Lyssnartid bland lyssnare (minuter)</i>											
2006	66	74	61	43	81	66	58	-	-	78	64
2007	67	70	64	46	76	67	68	-	-	78	61
2008	73	72	73	59	79	75	68	-	-	77	71
2009	66	66	67	48	75	66	62	-	-	68	67
<i>Genomsnittlig dag</i>											
Mindre än ½ tim	4	4	3	16	10	2	1	0	1	3	2
½-1 tim	6	6	5	7	16	7	2	1	2	6	5
1-2 tim	3	4	3	13	9	3	1		1	3	2
2-3 tim	3	2	3	3	10	2	1	1	1	3	3
Mer än 3 tim	2	2	2	2	5	2	0	0	1	2	2
Enbart mp3	13	14	12	27	42	12	4	1	4	13	9
Enbart CD-skiva	19	19	19	17	12	23	20	15	14	18	23

Lyssnartid bland mp3-lyssnarna

Den tid som ägnas åt lyssnande på mp3 ligger på 66 minuter en genomsnittlig dag. Lyssnartiden är relativt jämt fördelad mellan män och kvinnor. Ungdomarnas lyssnartid, 75 minuter, är betydligt längre än motsvarande för barn, 48 minuter. En relativt hög andel av ungdomarna, 15 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 42 procent och andelen för enbart CD är 12 procent.

Anmärkning

Med lyssnande på mp3 avses all användning av bärbar mp3, vilket även inkluderar lyssnande på bok och radio.

Svarspersonerna har utifrån på förhand angivna intervall fått ange hur länge de lyssnade på mp3 under gårdagen. Intervallen har sedan omräknats till genomsnittlig lyssnartid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*).

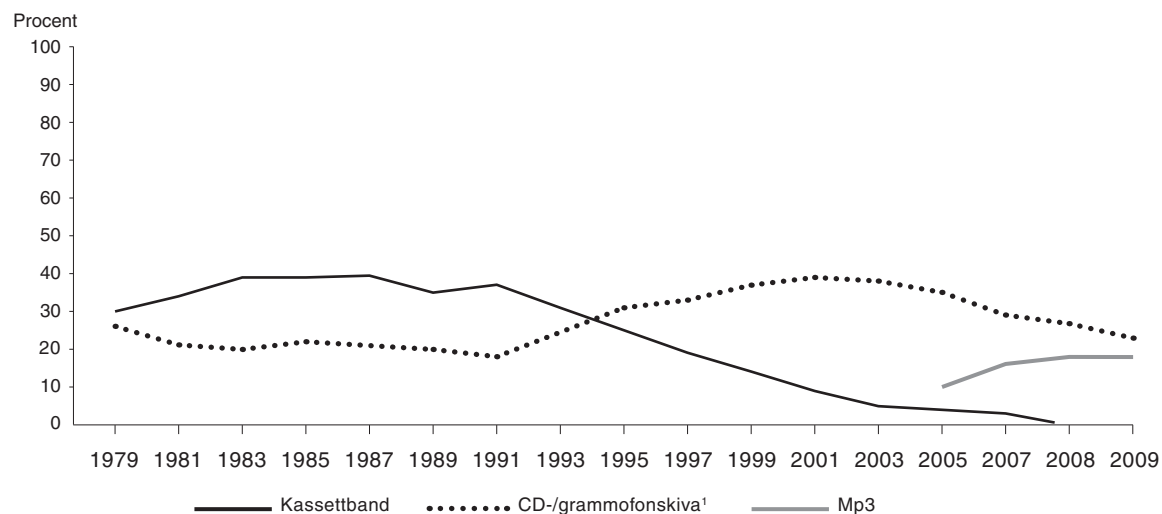
Figuren redovisar genomsnittlig lyssnartid bland dem som lyssnar på mp3 en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga lyssnartiden i hela befolkningen, vilket inkluderar alla som inte lyssnar, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2009: Befolkningens medietid*. Observera att figuren enbart baseras på dem som 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 1979-2009 (procent)



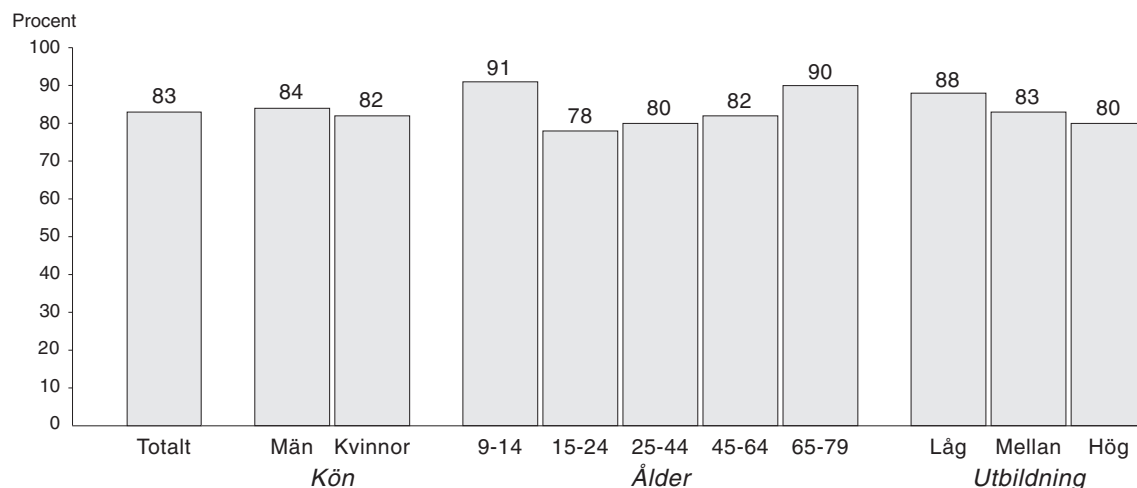
CD-/grammofonskiva, mp3 och kassetband

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

Not

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

TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)



TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2009 (procent)

År	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1979	76	78	75	87	70	72	78	83	78	74	68
1981	74	75	72	85	65	68	75	82	76	70	65
1983	76	77	74	85	70	70	78	85	79	73	66
1985	76	76	75	85	69	72	78	84	78	74	68
1987	80	80	80	86	75	75	81	90	83	78	74
1989	76	76	75	84	67	70	78	88	88	72	68
1991	79	80	79	85	73	73	80	92	83	77	73
1993	84	84	83	89	83	77	86	91	89	82	75
1995	84	85	84	90	78	81	84	94	85	84	80
1997	84	86	82	90	85	77	85	90	87	82	79
1999	88	89	86	90	85	86	87	93	90	89	82
2001	87	88	86	94	89	79	88	94	90	85	82
2003	87	89	85	93	86	84	87	91	90	87	82
2005	86	86	85	93	87	82	83	93	88	86	81
2007	85	87	83	94	83	82	84	90	88	86	80
2008	85	87	84	90	82	81	85	93	90	83	84
2009	83	84	82	91	78	80	82	90	88	83	80

Tittar på TV

En genomsnittlig dag tittar 83 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.

Television

Andel som tittar en genomsnittlig dag 2009 (procent)

		%			%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	83	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	83
	Vuxna 18-79 år	83		Tjänstemän	81
	Barn/ungdom 9-17 år	88		Högre tjänstemän/akademiker	78
Kön			Egna företagare	Pensionärer	79
	Män 9-79 år	84		Studerande	90
	Kvinnor 9-79 år	82		Arbetslösa	75
					82
	Män 18-79 år	83	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	77
	Kvinnor 18-79 år	82		Två personer (18 år och äldre)	85
	Pojkar 9-17 år	90		Tre eller fler (18 år och äldre)	80
	Flickor 9-17 år	86	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	76
				Äldre vuxna (45-79 år)	86
				Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	81
				Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	82
Ålder	9-14 år	91	Hushåll (9-79 år)	En person	77
	15-19 år	81		Två personer	86
	20-24 år	75		Tre personer	83
	25-34 år	79		Fyra personer eller fler	84
	35-44 år	81	Hemort (9-79 år)	Stockholmsregionen	82
	45-54 år	81		Malmöregionen	83
	55-64 år	84		Göteborgsregionen	79
	65-79 år	90		Större städer	84
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	89		Pendlingskommuner	83
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	86		Glesbygdskommuner	78
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	82		Varuproducerande kommuner	89
	Gymnasial utbildning > 2 år	83		Övriga kommuner	85
	Högskola/universitet ≤ 3 år	81			
	Högskola/universitet > 3 år	79			

TV-tittaren

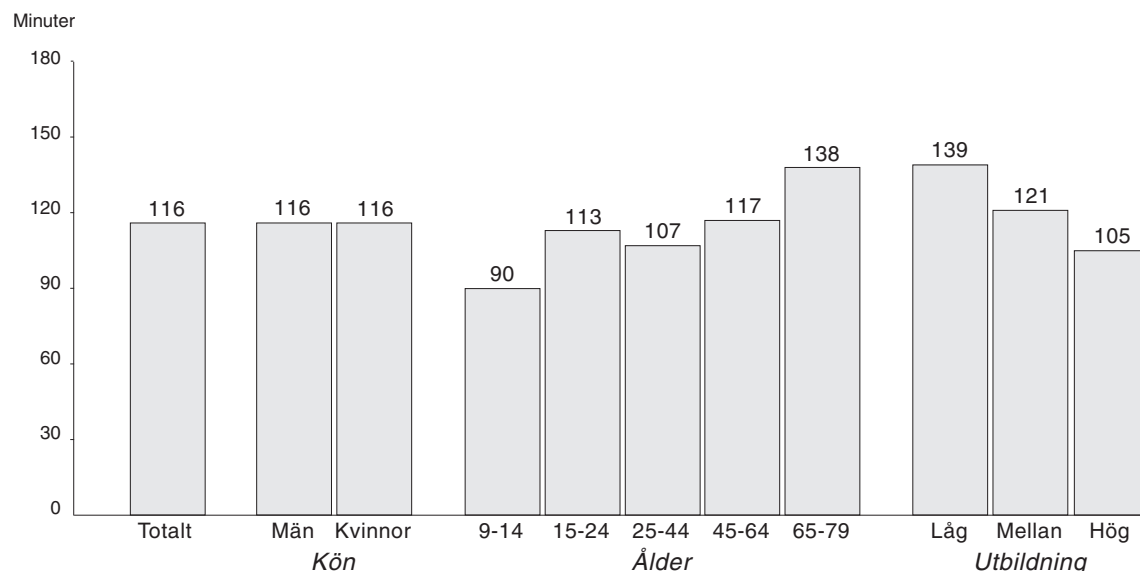
Trots att en mycket stor andel av befolkningen 9 till 79 år ser på TV en genomsnittlig dag finns det skillnader mellan olika grupper. Barn och pensionärer tittar mer än andra åldersgrupper, 91 respektive 90 procent, en genomsnittlig dag. Lågst andel TV-tittare återfinns i åldersgruppen 20 till 24 år, 75 procent, och här kan en något vikande trend konstateras.

Grupper med låga andelar TV-tittare en genomsnittlig dag finner vi också bland studerande 75 procent och bland unga vuxna utan barn 76 procent. Skillnaderna är i övrigt relativt små mellan olika grupper.

Anmärkning

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

Tittartid bland TV-tittare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (minuter)



Tittartid bland TV-tittare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2009 (minuter)

År	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1986 ²	133	135	128	111	121	121	141	160	144	130	121
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
2007	117	117	117	94	110	109	117	143	140	122	104
2008	113	112	114	84	110	108	114	132	137	118	104
2009	116	116	116	90	113	107	117	138	139	121	105

Tittartid bland TV-tittarna

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

Män och kvinnor ägnar lika mycket tid åt TV en genomsnittlig dag. Pensionärer är de verkliga högkonsumenterna med två timmar och 18 minuters tittartid. För 9 till 14-åringarna gäller att de trots sin höga exponering har lägre tittartid, 1,5 timmar, än de vuxna. Bland vuxna minskar den uppgivna tittartiden klart med ökad utbildning.

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

Anmärkning

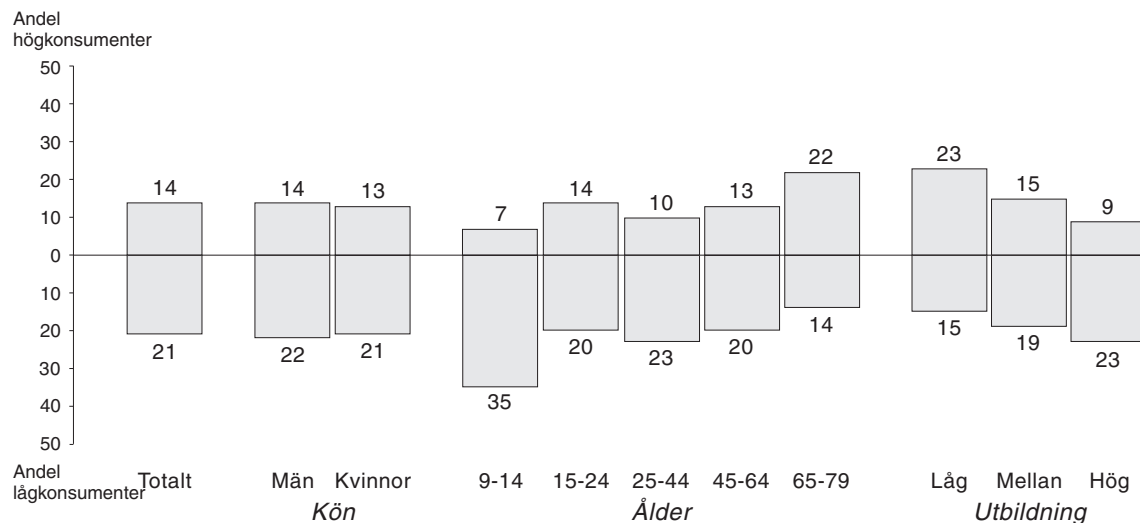
Med TV-tittande avses tittande på såväl svenska och utländska kanaler som kabel-, satellit- och betal-TV. Innefattar fr o m 2007 även webb-TV och mobil-TV. Användning av video och text-TV ingår emellertid inte. Tabellen redovisar genomsnittlig tittartid bland dem som tittar på TV en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga tittartiden i hela befolkningen, vilket inkluderar alla som inte tittar, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2009: Befolkningens medietid*.

Noter

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

Television

Hög- och lågkonsumenter¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)



TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2009 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Genomsnittlig dag											
Mindre än ½ tim	6	6	6	9	5	8	5	3	4	5	7
½-1 tim	15	16	15	27	14	16	15	11	12	14	16
1-2 tim	29	30	29	35	31	30	28	26	22	29	30
2-3 tim	20	19	20	14	14	17	21	28	27	20	18
3-4 tim	9	8	9	4	9	7	8	14	15	9	6
4-5 tim	3	3	3	2	3	2	3	5	5	3	2
Mer än 5 tim	2	2	2	1	2	2	2	3	3	3	1
Tittade											
I vanlig TV-apparat	81	82	80	90	75	77	81	87	86	80	77
Via dator/internet/annan mediaspelare	7	8	6	8	13	7	5	5	3	7	8
Både i vanlig TV-apparat och via dator/internet/annan mediaspelare	6	7	5	7	11	6	5	4	2	6	7
Genomsnittlig vecka	97	97	97	99	96	96	97	98	98	98	96

TV-tittandet

Andelen relativa högkonsumenter av TV – de som en vanlig dag ser tre timmar eller mer – är 14 procent, andelen har varit stabil under hela 2000-talet. Högkonsumenterna är ungefär lika många bland män och kvinnor. Pensionärer och lågutbildade – delvis samma grupper – skiljer ut sig genom att ha en högre andel högkonsumenter. Det finns få högkonsumenter bland de yngsta och de högt utbildade. Andelen relativa lågkonsumenter – de som tittar en timma eller mindre – är högst bland de yngsta (35 procent) och fördelar sig förhållandevis jämnt i övriga grupper.

Flertalet tittar på TV i vanlig TV-apparat. Tittande på TV i dator eller annan mediaspelare en genomsnittlig dag ökar dock något varje år. 2009 uppgår andelen till 7 procent. Nästan samtliga av dem som sett på TV i dator eller annan mediaspelare har också tittat i vanlig TV-apparat.

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

Anmärkning

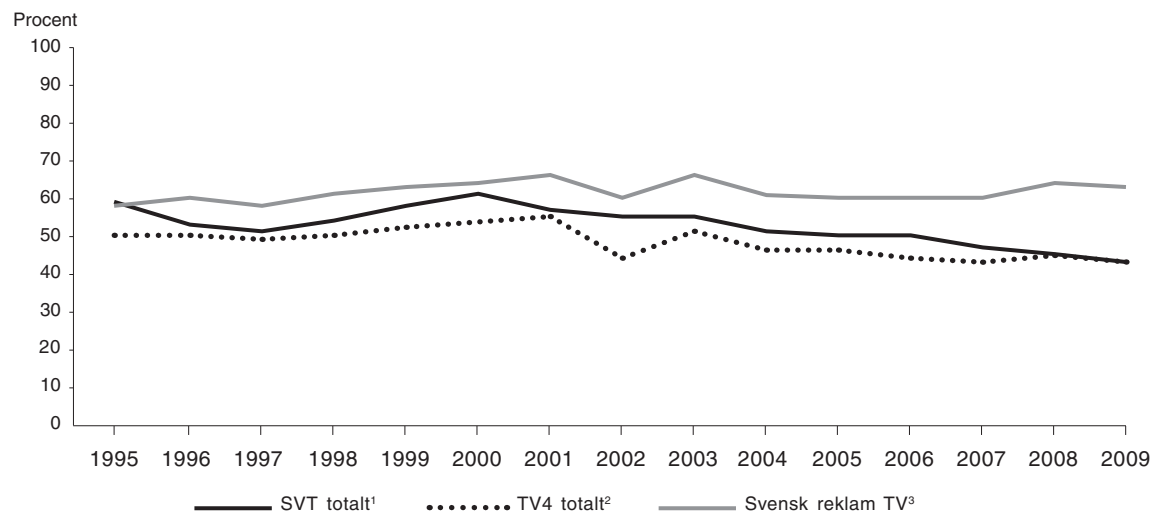
Med TV-tittande avses tittande på såväl svenska och utländska kanaler som kabel-, satellit- och betal-TV. Innefattar fr o m 2007 även webb-TV och mobil-TV. Användning av video och text-TV ingår emellertid inte. Tittartiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna fått göra en uppskattning av sin tittartid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

Not

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

Television

TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 1995-2009 (procent)



TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 1995-2009 (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
2009	43	43	63

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 SVTs kanaler låg 2000 på 61 procent och 2009 har 43 procent tittat på SVT en genomsnittlig dag. Motsvarande siffror för TV4 är 53 respektive 43 procent. Tittarandelen för svensk reklam-TV har under samma period legat kring drygt 60 procent.

Anmärkning

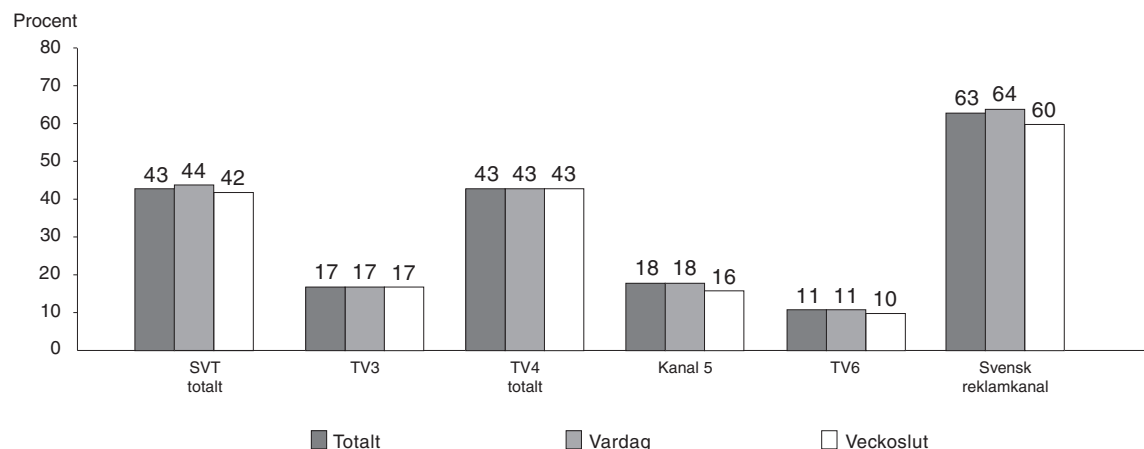
Siffrorna avser andelen som sett minst något på kanalen och inte den genomsnittliga publikandelen. Vidare speglar siffrorna snarare tittarprofilen än det faktiska tittandet då det rör sig om enskilda kanaler.

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, TV4 fakta, Kanal5, TV6, TV7, TV8, The Voice TV, ONE television/Kanal 9 eller ZTV.

Television

TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig vardag/veckoslut 2009 (procent)



TV-tittare 9-79 år en genomsnittlig vardag/veckoslut 2009 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
SVT totalt ¹	43	44	42	29	14	35	50	72	58	37	49
SVT1	36	37	36	18	12	28	42	65	50	33	41
SVT2	22	25	20	6	6	17	26	43	32	20	25
Andra SVT-kanaler ^{2,7}	5	5	4	15	2	5	3	5	4	3	5
TV4 totalt ^{3,7}	43	41	44	32	31	41	47	52	54	43	41
TV4	39	37	41	29	28	38	43	48	48	40	37
Andra TV4-kanaler ^{4,7}	8	8	7	5	6	7	8	11	12	8	6
Viasat totalt ^{5,7}	27	29	25	39	45	28	21	15	22	29	22
TV3 ⁷	17	14	20	20	30	20	13	10	15	20	15
TV6 ⁷	11	16	6	21	25	9	6	4	7	12	7
SBS ^{6,7}	19	17	20	25	34	22	13	8	13	22	15
Kanal 5 ⁷	18	16	19	25	34	22	11	6	11	21	14
Kanal 9 ⁷	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	2

Kanalernas räckvidd

En genomsnittlig dag ser 43 procent av befolkningen 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 63 procent.

Räckvidden för SVT varierar med ålder – från 29 procent bland 9 till 14-åringar och 14 procent bland ungdomar till 72 procent bland de äldsta. Även TV4 har en högre andel tittare bland äldre än bland yngre – från 34 procent bland de yngsta till 54 procent bland äldre.

27 procent tittar på någon av Viasat-kanalerna en genomsnittlig dag och 19 procent tittar på SBS kanaler (Kanal 5 eller Kanal 9). Dessa kanaler har sina största andelar av publiken bland ungdomar (t ex Kanal 5, 34 procent och TV3, 30 procent) medan det i gruppen 65 till 79 år rör sig om 11 respektive 15 procent för motsvarande kanaler. 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. Största könsskillnaderna märks hos TV6, 16 procent av männen och 6 procent av kvinnorna tittar på denna kanal en genomsnittlig dag.

Anmärkning

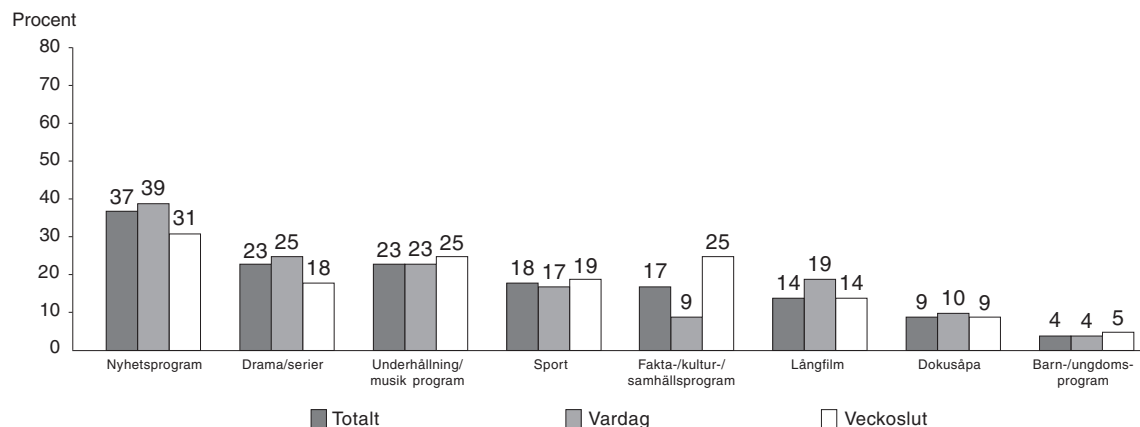
Siffrorna avser andelen som sett minst något på kanalen och inte den genomsnittliga publikandelen. Vidare speglar siffrorna snarare tittarprofilen än det faktiska tittandet då det rör sig om enskilda kanaler.

Noter

1. Har tittat på någon av SVT:s kanaler (SVT1, SVT2, Barnkanalen, Kunskapskanalen eller SVT24).
2. Har tittat på Barnkanalen, Kunskapskanalen eller SVT24.
3. Har tittat på någon av TV4:s kanaler.
4. Har tittat på TV4plus, TV4 Sport eller någon annan TV4-kanal.
5. Har tittat på TV3, TV6, TV8, Viasat-kanal, ZTV eller TV1000-kanal.
6. Har tittat på Kanal 5 eller Kanal 9.
7. Hösten 2009 var tillgången till TV4plus 78% och TV4 Sport 50%, Barnkanalen 76%, Kunskapskanalen 77%, SVT24 84%. TV3 88%, Kanal 5 87%, TV6 88%, TV8 58%, Kanal 9 63%, Viasat 15% och ZTV 39%. Källa: MMS, Kanalpenetrationsundersökning hösten 2009.

Television

TV-tittare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig vardag/veckoslut 2009: programkategorier (procent)



TV-tittare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009: programkategorier (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Nyhetsprogram	37	37	36	6	9	29	48	62	53	35	42
Drama/serier	23	22	24	39	36	24	16	17	17	25	20
Underhållning/musikprogram	23	20	26	25	23	22	23	25	25	24	21
Sport	18	27	9	10	11	16	20	24	26	18	16
Fakta-/kultur-/sambhällsprogram	17	17	18	8	11	15	19	28	24	17	18
Långfilm	14	15	12	13	17	15	14	9	11	15	12
Dokusåpa	9	7	12	10	10	11	8	9	10	9	9
Barn-/ungdomsprogram	4	4	4	28	3	4	0	0	0	2	2

Programtittande på TV

Nyhetsprogrammen är den enskilda programkategori i TV som är mest attraktiv, 37 procent av befolkningen har sett några TV-nyheter en genomsnittlig dag. Därefter kommer drama/serier och underhållning/musikprogram 23 procent, sport 18 procent, fakta/kultur/samhälle 17 procent samt långfilm 14 procent.

Omfattningen på nyhetstittandet är i hög grad relaterat till ålder; bland de yngsta är andelen nyhetstittare 6 procent, bland de äldsta 62 procent. Män och kvinnor ser nyheter i lika stor utsträckning, medan lågutbildade – där de äldre utgör en betydande del – ser nyheter i något större utsträckning än högutbildade.

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

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

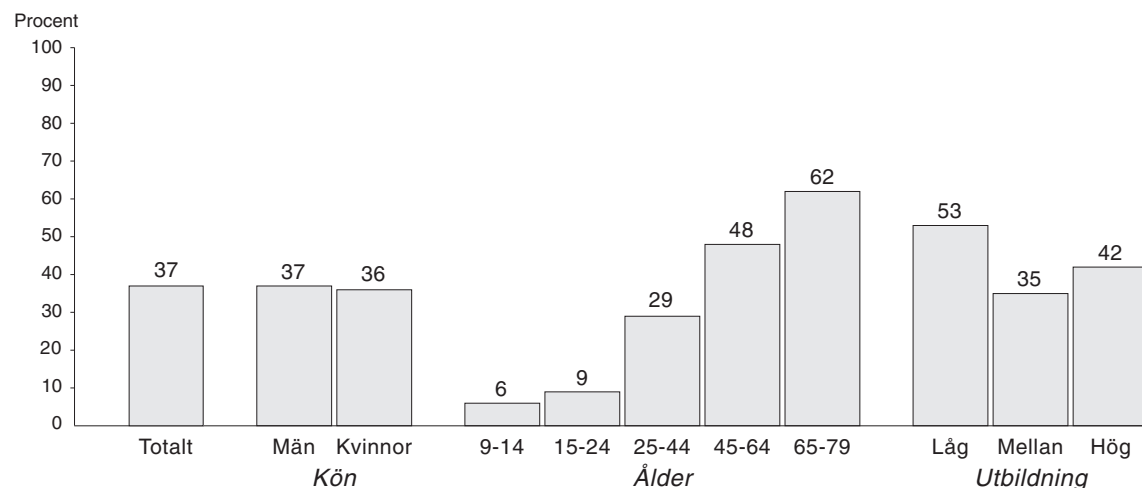
Under de senaste åren kan en minskning av andelen för tittande på nyhetsprogram konstateras.

Anmärkning

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

Television

Tittar på TV-nyheter i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)



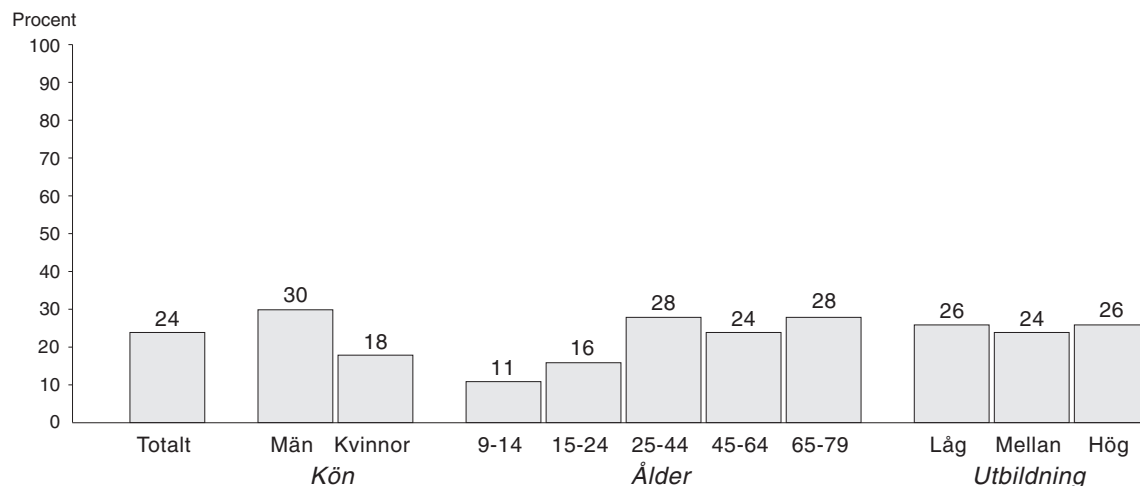
Tittar på nyheter

Ett ändrat beteende vad gäller tittande på nyheter i TV kan konstateras bland i stort sett alla åldersgrupper även om det är något mer markant bland ungdomar. I början av 2000-talet tittade drygt hälften, 55 procent, av befolkningen på TVs nyhetsprogram en genomsnittlig dag. Denna andel sjunker för varje år och är 37 procent 2009.

Tittar på TV-nyheter i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2001-2009 (procent)

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

Text-TV-användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)



Använder text-TV

En fjärdedel av befolkningen använder text-TV en genomsnittlig dag. Den dagliga räckvidden är klart högre bland män än kvinnor. Personer över 25 år använder text-TV i högre utsträckning än barn och ungdomar. En viss nedgång i användningen av text-TV kan förväntas bland 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. Därefter kan dock en viss nedgång noteras.

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 1994-2009 (procent)

År	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1994	21	28	14	26	23	23	18	18	19	23	18
1995	23	30	16	23	25	24	24	16	20	25	24
1996	25	32	18	27	25	29	22	20	23	26	25
1997	25	34	17	19	33	27	23	17	21	29	25
1998	28	38	19	24	35	30	26	26	26	30	30
1999	29	36	21	19	35	34	25	28	30	32	27
2000	31	38	23	20	39	35	29	26	26	34	33
2001	28	36	20	18	36	33	25	24	25	31	29
2002	28	37	21	20	32	35	25	25	24	33	28
2003	30	38	21	19	31	36	28	26	28	33	30
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
2009	24	30	18	11	16	28	24	28	26	24	26

Text-TV

Andel som använder text-TV en genomsnittlig dag 2009 (procent)

		%			%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	24	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	26
	Vuxna 18-79 år	25		Tjänstemän	26
	Barn/ungdom 9-17 år	12		Högre tjänstemän/akademiker	25
Kön				Egna företagare	24
	Män 9-79 år	30		Pensionärer	29
	Kvinnor 9-79 år	18		Studerande	19
				Arbetslösa	24
	Män 18-79 år	33	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	26
	Kvinnor 18-79 år	19		Två personer (18 år och äldre)	27
	Pojkar 9-17 år	11		Tre eller fler (18 år och äldre)	20
	Flickor 9-17 år	13	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	23
				Äldre vuxna (45-79 år)	26
				Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	21
				Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	31
Ålder	9-14 år	11	Hushåll (9-79 år)	En person	26
	15-19 år	14		Två personer	26
	20-24 år	18		Tre personer	24
	25-34 år	27		Fyra personer eller fler	20
	35-44 år	28	Hemort (9-79 år)	Stockholmsregionen	21
	45-54 år	24		Malmöregionen	26
	55-64 år	25		Göteborgsregionen	24
	65-79 år	28		Större städer	26
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	29		Pendlingskommuner	23
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	21		Glesbygdskommuner	24
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	22		Varuproducerande kommuner	21
	Gymnasial utbildning > 2 år	26		Övriga kommuner	22
	Högskola/universitet ≤ 3 år	26			
	Högskola/universitet > 3 år	25			

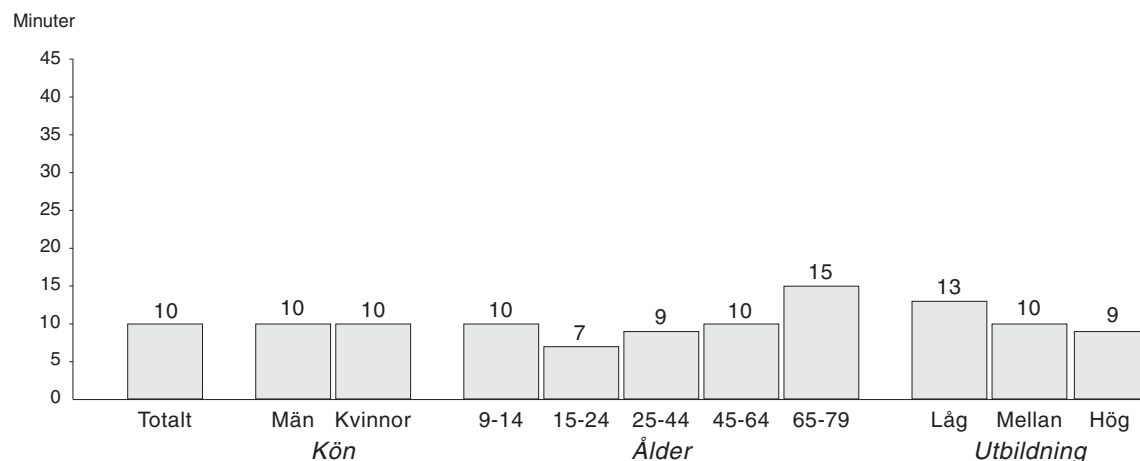
Text-TV-användaren

Män är de flitigaste användarna av text-TV, en tredjedel av männen använder text-tv en genomsnittlig dag medan motsvarande siffra för kvinnor är 19 procent. Småbarnsföräldrar utmärker sig med sina 30 procent.

Anmärkning

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

Användartid bland text-TV-användare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (minuter)



Användartid text-TV

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

Anmärkning

Med användning av text-TV avses såväl användning av informations-sidor som användning av den särskilda programtextning som finns för vissa program. 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 2009: Befolkningens medietid*.

Användartid bland text-TV-användare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1996-2009 (minuter)

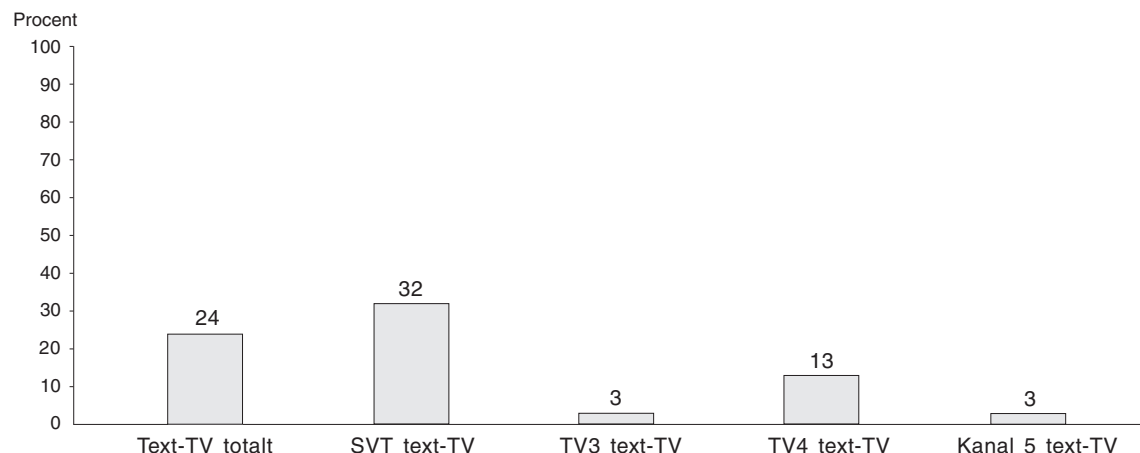
År	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1996	10	11	8	8	11	10	11	11	10	11	10
1997	10	12	8	8	9	10	12	14	14	10	9
1998	10	10	8	7	10	9	10	13	11	10	9
1999	11	11	9	8	9	11	10	14	12	11	10
2000	12	13	10	10	8	11	12	17	16	12	10
2001	10	11	9	6	9	9	10	14	13	10	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
2009	10	10	10	10	7	9	10	15	13	10	9

Not

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

Text-TV

Användning av text-TV 9-79 år en genomsnittlig vecka 2009 (procent)



Användning av text-TV 9-79 år en genomsnittlig vecka 2009 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Text-TV-kanaler											
SVT	32	39	26	14	18	36	37	38	36	33	37
TV3	3	3	3	3	7	4	1	1	2	3	3
TV4	13	13	14	3	11	16	15	13	16	15	14
Kanal 5	3	2	4	3	7	4	2	1	2	4	2
Typ av information											
Nyheter	22	24	20	5	9	26	27	26	24	22	27
Programtablåer	15	15	15	11	19	18	12	13	12	16	16
Sport	16	25	8	8	13	19	19	14	17	18	16
Ekonomi	6	8	4	—	1	5	8	10	7	6	7
Väder	6	6	5	1	2	5	7	7	7	6	6
Spel/lotteri	3	4	3	0	1	3	5	5	5	4	4
Textning	2	2	3	1	1	2	2	4	3	2	2
Annonser/reklam	0	0	0	—	0	0	0	0	1	0	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 13 procent. Övriga text-TV-kanaler har relativt låga tittarandelar. Mönstret är stabilt över tid.

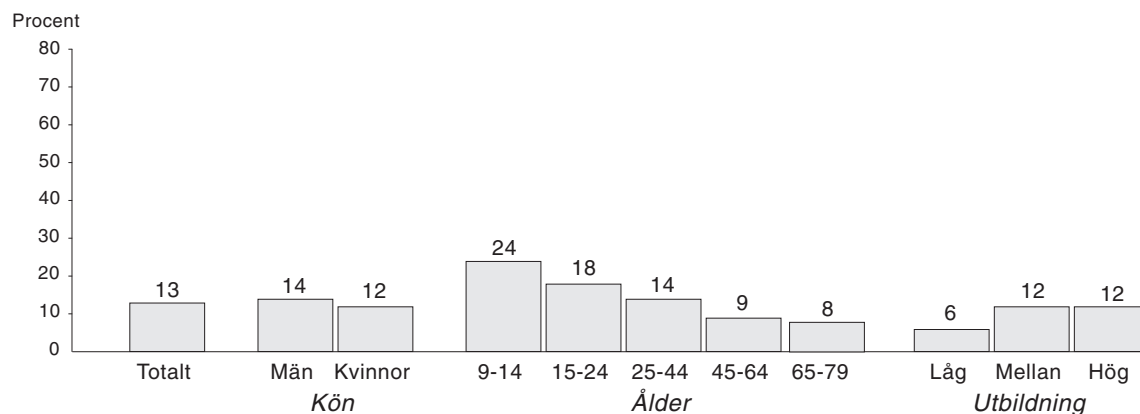
SVT har störst räckvidd i alla grupper. Bland ungdomar 15 till 24 år är skillnaderna mellan SVT och TV4 lägst. Männens högre text-TV-användning jämfört med kvinnornas gäller framför allt SVT. I övrigt är skillnaderna mellan olika gruppers nyttjande relativt små. Text-TV på internet används av 1 procent av befolkningen en genomsnittlig dag.

De vanligaste användningsområdena för text-TV är främst nyheter men även information om programtablåer och sport. Under en genomsnittlig vecka använder mellan 16 och 22 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 informationsidor 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 2009 (procent)



Tittar på video/DVD

13 procent av befolkningen tittar på video/DVD eller via en inspelningsbar hårdisk en genomsnittlig dag. Det är i första hand barnen och ungdomarna (24 respektive 18 procent) som tittar, medan andelen bland pensionärer är 8 procent. I relation till innehavet av video/DVD-spelare och hårddiskmottagare som har ökat kan 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. Även tittande på PVR/hårddisk ingår här.

Video/DVD-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2009 (procent)

År	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1979	1	1	1	3	2	1	0	1	1	1	2
1981	5	6	3	7	6	8	2	0	3	7	5
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
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
2009 ¹	13	14	12	24	18	14	9	8	6	12	12

Not

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

Video/DVD

Andel som tittar en genomsnittlig dag 2009 (procent)

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

Video/DVD-tittaren

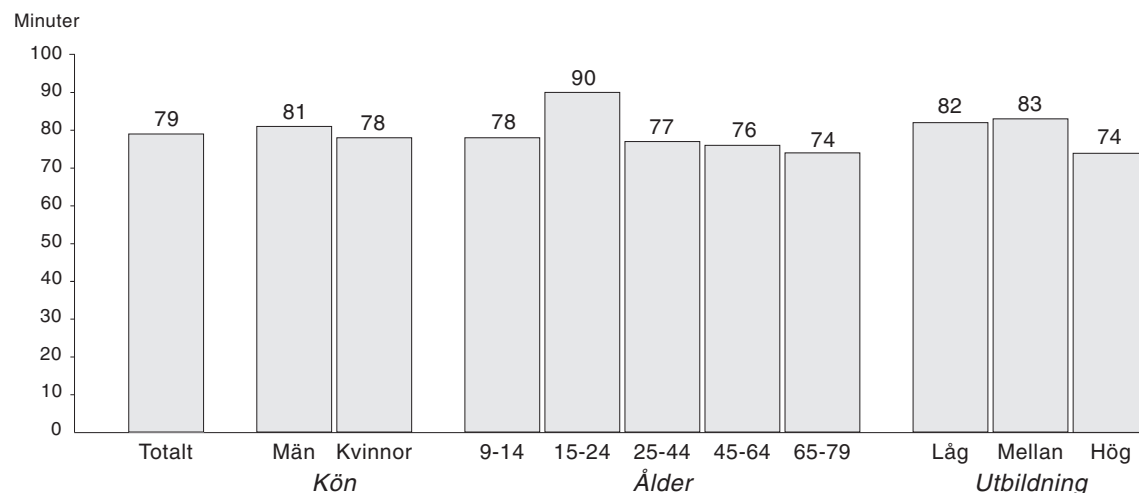
Video/DVD är framför allt de ungas medium. Andelen tittare minskar markant med ökande ålder.

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

Anmärkning

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

Tittartid bland video/DVD-tittare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (minuter)



Tittartid bland video/DVD-tittare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2009 (minuter)

År	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1986 ²	89	94	83	87	103	87	67	65	85	95	85
1987 ²	91	95	86	86	108	85	76	88	86	100	86
1989 ²	86	94	79	83	84	91	86	68	88	90	80
1991 ²	79	74	87	70	93	84	66	58	68	91	72
1993	81	75	86	85	81	76	86	78	88	74	80
1995	62	68	56	65	75	59	53	57	64	66	51
1997	68	73	64	72	76	64	67	58	60	67	70
1999	64	68	59	62	80	61	57	67	73	61	56
2001	71	73	70	76	90	65	64	54	70	67	60
2003	80	85	74	82	98	82	64	58	67	86	74
2005	77	81	74	75	87	76	70	74	75	78	74
2007	81	82	80	83	94	79	76	63	72	83	78
2008	78	78	78	74	85	80	77	63	72	81	77
2009	79	81	78	78	90	77	76	74	82	83	74

Tittartid bland video/DVD-tittarna

De som en genomsnittlig dag tittar på video/DVD gör det 1 timma och 19 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. Även tittande på PVR/hårddisk ingår här.

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

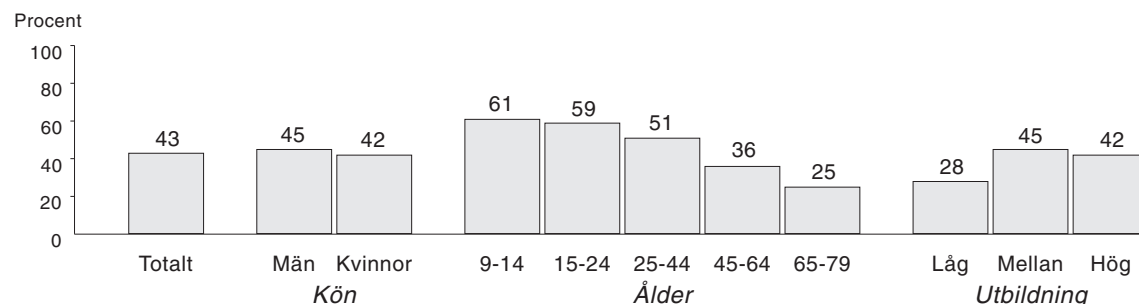
Observera att tabellen enbart baseras på dem som tittat en genomsnittlig dag, vilket innebär att antalet svarspersoner är relativt litet och att siffrorna därför bör tolkas med försiktighet.

Noter

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

Video/DVD

Video/DVD-tittare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2009 (procent)



Video/DVD-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2009 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Tittande på Video/DVD</i>											
Genomsnittlig dag	12	14	12	24	18	14	9	8	6	12	12
Inspelade TV-program	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4
Hyrfilm	2	2	2	4	4	3	2	1	1	2	2
Köpfilm	6	6	5	15	9	7	3	2	3	5	5
Nedladdad från internet	1	2	1	2	3	1	0	—	0	1	1
Annan video/DVD	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1
<i>Genomsnittlig vecka</i>	43	45	42	61	59	51	36	25	28	45	42
<i>Genomsnittlig månad</i>	69	71	68	86	85	77	65	46	50	73	69

Tittande på TV/film i dator eller bärbar spelare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2009 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig dag</i>											
2008	1	2	1	2	3	2	1	1	1	1	1
2009	2	2	2	4	5	2	1	0	1	1	2
<i>Genomsnittlig vecka</i>											
2008	8	11	7	8	16	11	7	4	6	9	10
2009	12	13	11	19	22	16	7	3	6	11	13
<i>Genomsnittlig månad</i>											
2008	19	22	16	23	31	23	16	7	10	19	21
2009	24	26	22	37	41	31	15	8	12	23	25

Video/DVD-tittandet

Andelen som tittar på video/DVD en genomsnittlig vecka uppgår till 43 procent och 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 se på köpfilm är det enskilt vanligaste sättet att använda videon/DVD. Om vi lägger samman hyr- och köpfilm är andelen för dessa mer än dubbelt så hög som inspelade TV-program. Detta är en utveckling som har förstärkts under senare år – tidigare var tittande på inspelade TV-program den vanligaste användningen av video/DVD. En del av förklaringen ligger säkerligen i att de första DVD-apparaterna saknade inspelningsfunktion. Användningen av video/DVD för att se särskilt köpfilm är högst bland barn, 15 procent och därefter ungdomar, 9 procent.

En ökning av tittande på TV-film i dator eller i någon bärbar spelare kan noteras 2009. Andelen är 2 procent en genomsnittlig dag och 24 procent en genomsnittlig månad. Andelen tittare är förhållandevis hög bland ungdomar, 22 procent en genomsnittlig vecka och 41 procent en genomsnittlig månad.

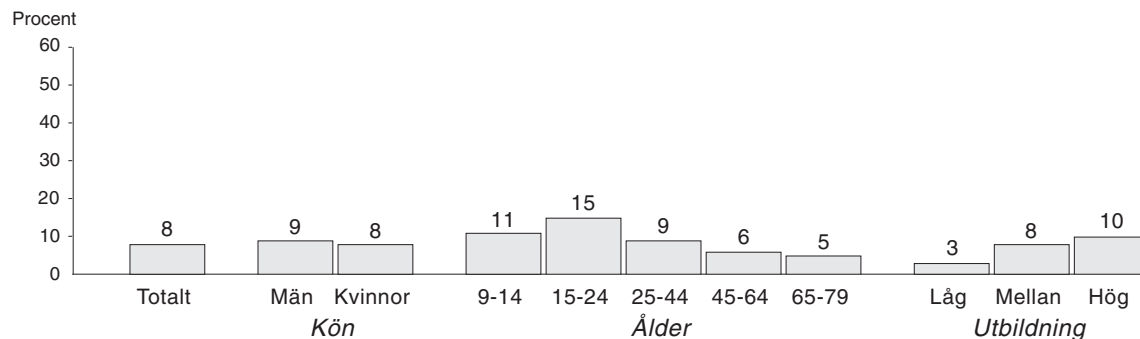
Anmärkning

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

Not

1. Med tittande på TV/film i bärbar spelare avses tittande på en bärbar DVD, laptop, Ipod, mobiltelefon, spelkonsol eller annan mediaspelare.

Biobesökare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2009 (procent)



Biobesök/filmtittande 9-79 år en genomsnittlig vecka/månad/dag 1995-2009 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig vecka</i>											
1995	7	8	6	8	17	7	4	2	2	9	11
1999	7	7	8	11	14	10	4	1	1	8	10
2003	8	7	8	10	18	9	4	2	1	8	10
2008	7	7	7	8	14	7	5	5	5	6	9
2009	8	9	8	11	15	9	6	5	3	8	10
<i>Genomsnittlig månad</i>											
1995	24	25	22	34	52	23	16	3	10	29	32
1999	28	26	30	47	55	33	17	3	7	28	34
2003	28	27	28	44	57	35	17	8	9	27	34
2008	29	28	30	39	51	29	24	16	14	29	32
2009	31	30	32	44	53	33	24	15	13	30	34
<i>Genomsnittlig dag</i>											
Bio	1	1	1	1	3	1	1	0	0	1	1
Inspelad film	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4
Hjrfilm	2	2	2	4	4	3	2	1	1	2	2
Köpfilm	5	6	5	15	9	7	3	2	3	5	5
Nedladdat film	1	2	1	2	3	1	0	—	0	1	1
Långfilm på TV	14	15	12	13	17	15	14	9	11	15	12
Någon långfilm på TV/video/DVD/internet/bärbar DVD	21	23	19	31	30	23	18	11	14	22	19

Biobesök

En genomsnittlig dag går 1 procent av befolkningen på bio, 8 procent går på bio under en vecka och 31 procent gör minst ett biobesök under en genomsnittlig månad. 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 biobesökandet med ökad ålder. Biobesöken en genomsnittlig månad har dock ökat bland medelålders och pensionärer under de senaste åren. År 1999 låg andelarna på 17 respektive 3 procent och 2009 har andelen biobesökare stigit till 24 procent bland medelålders och 15 procent bland pensionärer. 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 sammanslagning av allt tittande på långfilm oavsett medium, visar att en femtedel av befolkningen ser på långfilm en genomsnittlig dag.

Anmärkning

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

Not

1. Med tittande på TV/film i bärbar spelare avses tittande på en bärbar DVD, laptop, Ipod, mobiltelefon, spelkonsol eller annan mediaspelare.

Andel som besöker biograf en genomsnittlig vecka 2009 (procent)

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

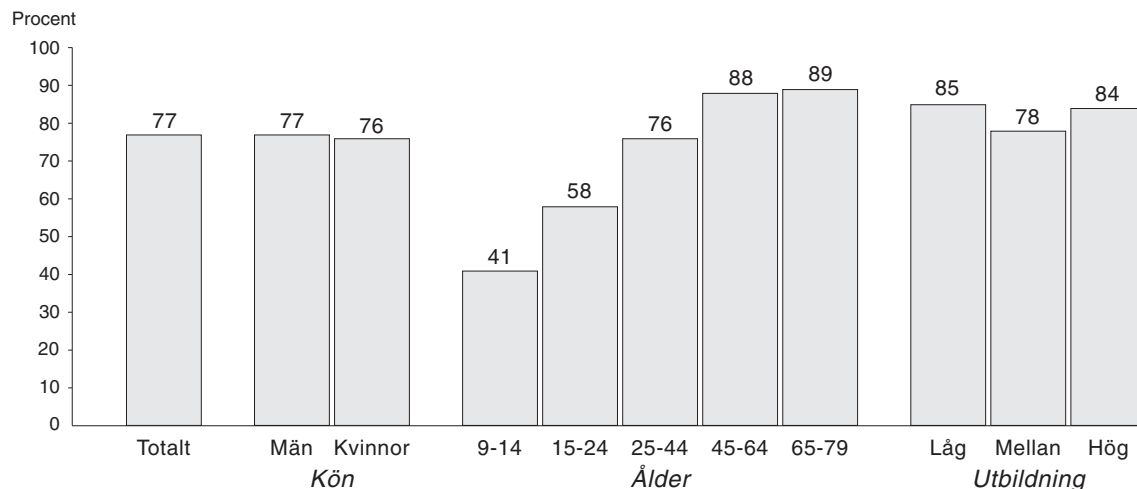
Biobesökaren

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

Anmärkning

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

Dagspressläsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)



Dagspressläsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1990-2009 (procent)

År	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1990	84	86	82	47	78	88	92	89	90	85	91
1991	85	88	82	60	82	88	89	88	86	86	93
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
2007	80	80	80	36	71	81	89	90	85	83	88
2008	77	76	79	36	60	78	87	93	86	78	87
2009	77	77	76	41	58	76	88	89	85	78	84

Läser någon dagstidning

Andelen dagstidningsläsare i Sverige en genomsnittlig dag är högre än i flertalet andra länder. Den samlade räckvidden för dagspress har varit relativt stabil under flera år, kring 80 procent, en genomsnittlig dag. De senaste två åren har andelen uppgått till 77 procent. Läsandet av dagstidning är utbrett i alla grupper. Högst är det bland medelålders och äldre med en räckvidd kring 90 procent. Lägst är det bland 9 till 14-åringarna, av dessa läser 41 procent en dagstidning en genomsnittlig dag och bland 15 till 24-åringarna är andelen dagstidningsläsare 58 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 påfallande skillnader i dagstidningsläsning mellan män och kvinnor eller mellan låg- och högutbildade.

Anmärkning

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

Not

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

Dagspress

Andel som läser någon dagstidning en genomsnittlig dag 2009 (procent)

		%			%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	77	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	78
	Vuxna 18-79 år	82		Tjänstemän	86
	Barn/ungdom 9-17 år	44		Högre tjänstemän/akademiker	88
Kön	Män 9-79 år	77		Egna företagare	80
	Kvinnor 9-79 år	76		Pensionärer	89
				Studerande	65
				Arbetslösa	76
	Män 18-79 år	83	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	75
	Kvinnor 18-79 år	81		Två personer (18 år och äldre)	85
	Pojkar 9-17 år	46		Tre eller fler (18 år och äldre)	80
	Flickor 9-17 år	42			
Ålder	9-14 år	41	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	67
	15-19 år	56		Äldre vuxna (45-79 år)	89
	20-24 år	61		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	80
	25-34 år	70		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	76
	35-44 år	80	Hushåll (9-79 år)	En person	76
	45-54 år	85		Två personer	86
	55-64 år	90		Tre personer	77
	65-79 år	89		Fyra personer eller fler	68
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	87	Hemort (9-79 år)	Stockholmsregionen	76
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	80		Malmöregionen	80
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	80		Göteborgsregionen	78
	Gymnasial utbildning > 2 år	78		Större städer	79
	Högskola/universitet ≤ 3 år	82		Pendlingskommuner	74
	Högskola/universitet > 3 år	85		Glesbygdskommuner	70
				Varuproducerande kommuner	72
				Övriga kommuner	77

Dagspressläsaren

Den samlade dagspressläsningen är överlag hög. Med undantag av barn/ungdom understiger inte räckvidden 65 procent i någon grupp.

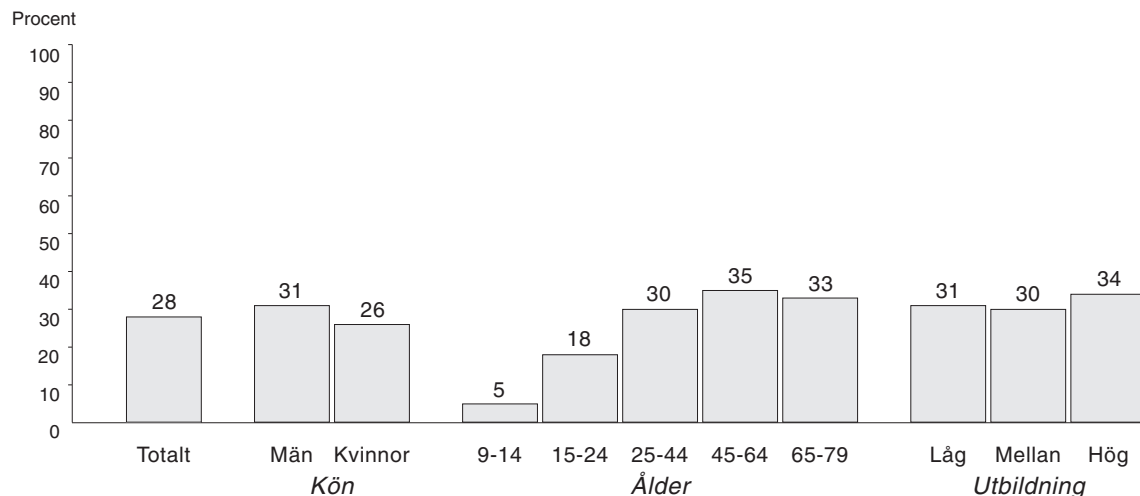
Andelen dagstidningsläsare är högst bland personer över 35 år. Bland personer över 55 år har omkring 90 procent läst en dagstidning en genomsnittlig dag och motsvarande siffra för tjänstemän och akademiker är 88 procent. Den lägsta andelen finns bland de yngsta (41 procent).

Anmärkning

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

Dagspress

Flertidningsläsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)



Dagspressläsare² 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Enbart en dagstidning	48	46	50	36	40	46	52	56	53	49	50
Två dagstidningar	21	22	20	4	14	21	25	27	26	22	24
Tre eller fler	7	9	6	0	4	9	10	6	5	8	10
Någon papperstidning	71	70	71	39	50	65	83	87	81	72	76
Någon nättidning	17	20	15	4	17	27	18	8	10	19	24
Enbart kvällstidning	9	9	8	10	12	10	7	5	7	11	7
Enbart morgontidning	48	46	49	27	33	42	56	62	53	45	55
Både morgon- och kvällstidning	21	22	19	4	12	23	25	22	24	23	22

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 9 procent. Att enbart läsa kvällspress är vanligare bland yngre än äldre.

Majoriteten av dagstidningsläsarna läser fortfarande sin dagstidning i tryckt version, 71 procent. Andelen läsare av en dagstidning på internet uppgår till 17 procent, vilket är samma resultat som 2008.

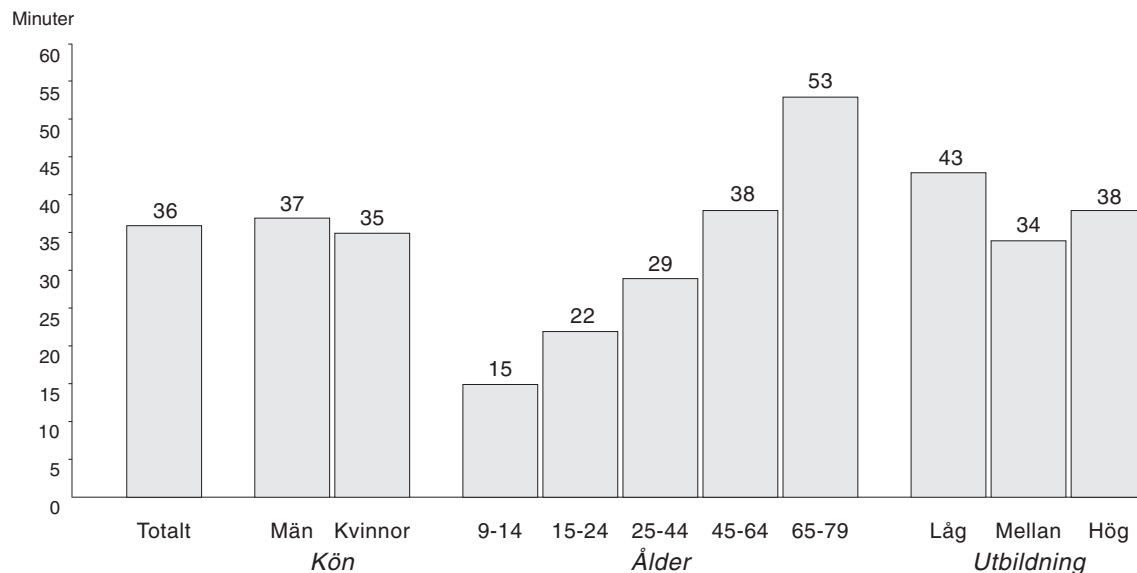
Anmärkning

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

Noter

1. 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 2009 (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.

Skillnaderna i lästid är särskilt stora mellan olika åldersgrupper: bland de yngsta och ungdomarna ligger den på 15 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 2009: Befolkningens medietid*.

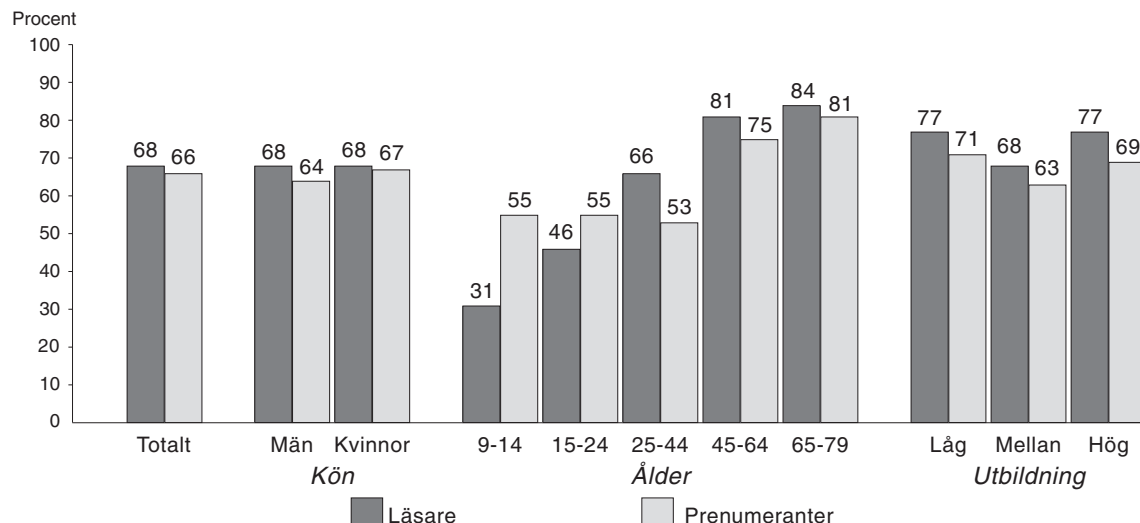
Lästid bland läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1995-2009 (minuter)

År	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1995	36	39	34	13	26	32	41	55	40	34	40
1996	34	37	31	16	24	29	37	53	37	34	38
1997	35	37	33	16	24	30	40	51	39	34	37
1998	36	37	34	15	23	31	38	54	39	33	40
1999	35	36	33	21	23	30	39	50	40	34	37
2000	37	37	36	16	23	29	39	56	43	35	38
2001	36	39	34	17	24	31	39	56	46	34	37
2002	35	36	33	14	22	29	38	49	42	33	36
2003	37	40	35	14	23	29	41	57	44	36	39
2005	35	35	35	15	23	30	39	49	42	34	36
2007	35	37	34	14	22	29	38	50	42	34	37
2008	36	37	35	13	22	30	38	53	44	34	37
2009 ¹	36	37	35	15	22	29	38	53	43	34	38

Not

1. Frågorna om lästid bygger från och med 2009 på två frågor för att kunna skilja ut lästiden för papperstidningen och lästiden på internet.

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag och andel prenumeranter 2009 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2009 och andel prenumeranter 1999-2009 (procent)

År	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Läsare											
1979	74	77	71	41	59	80	56	80	75	77	88
1983	75	75	75	41	71	80	84	76	77	77	88
1987	76	78	73	41	68	80	84	85	79	78	83
1991	73	77	69	41	64	76	82	80	75	74	88
1995 ¹	71	71	71	27	65	72	82	83	74	73	84
1999	72	73	71	36	63	73	81	88	81	74	80
2003	73	72	74	31	63	72	83	86	78	73	83
2007	72	71	72	26	59	71	82	86	77	74	82
2008	69	68	71	26	51	67	81	87	77	69	80
2009	68	68	68	31	46	66	81	84	77	68	77
Prenumeranter											
1999	71	70	72	57	56	63	82	84	77	66	78
2003	73	71	75	63	63	65	82	85	78	68	80
2007	70	69	71	52	63	62	77	83	74	69	75
2008	68	66	69	56	60	56	77	82	74	63	73
2009	66	64	67	55	55	53	75	81	71	63	69

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 84 procent.

Morgontidningsläsningen är relativt jämnt fördelad mellan olika utbildningsgrupper.

Morgontidningsläsandet har varit relativt stabilt ända sedan Mediebarometern startade sin mätserie år 1979. En nedgång kan dock förmärkas under de senaste två decennierna – det handlar om några få procentenheter. Nedgången är dock klart märkbar bland personer under 45 år.

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

Anmärkning

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

Frågan om läsning under gårdagen ställs alla veckodagar trots att ungefär hälften av morgontidningarna utkommer mindre än sex dagar per vecka. Morgonpressens räckvidd en genomsnittlig vardag 2009 är 78 procent.

Not

1. 1995 ingick ej Metro i morgontidningsläsningen.

Morgontidning

Andel som läser en genomsnittlig dag (A) och andelen prenumeranter (B) 2009 (procent)

		A	B			A	B
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	68	66	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	68	59
	Vuxna 18-79 år	73	67		Tjänstemän	78	70
	Barn/ungdom 9-17 år	35	56		Högre tjänstemän/akademiker	85	77
Kön	Män 9-79 år	68	64		Egna företagare	72	67
	Kvinnor 9-79 år	68	67		Pensionärer	83	79
					Studerande	51	52
					Arbetslösa1	58	53
	Män 18-79 år	74	66	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	65	49
	Kvinnor 18-79 år	73	68		Två personer (18 år och äldre)	77	72
	Pojkar 9-17 år	38	56		Tre eller fler (18 år och äldre)	71	72
	Flickor 9-17 år	32	57				
Ålder	9-14 år	31	55	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	54	41
	15-19 år	45	62		Äldre vuxna (45-79 år)	83	78
	20-24 år	47	46		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	72	69
	25-34 år	57	41		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	67	59
	35-44 år	72	61	Hushåll (9-79 år)	En person	66	51
	45-54 år	76	69		Två personer	79	74
	55-64 år	84	79		Tre personer	67	65
	65-79 år	84	81		Fyra personer eller fler	59	65
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	79	72	Hemort (9-79 år)	Stockholmsregionen	65	56
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	74	69		Malmöregionen	78	65
	Gymnasial utbildning < 2 år	70	65		Göteborgsregionen	70	62
	Gymnasial utbildning > 2 år	67	62		Större städer	71	70
	Högskola/universitet < 3 år	75	68		Pendlingskommuner	68	70
	Högskola/universitet > 3 år	79	70		Glesbygdskommuner	61	59
					Varuproducerande kommuner	63	64
					Övriga kommuner	68	68

Morgontidningsläsaren

Morgonpressens räckvidd en genomsnittlig dag ligger på en hög nivå, kring 70-80 procent, i så gott som alla grupper utom bland de unga. Lägst är andelen bland barn (31 procent) och ungdomar (45 procent). Generellt ökar andelen morgontidningsläsare med ålder.

Läsandet av morgonpress är mest utbrett bland personer över 55 år, högre tjänstemän/akademiker och högutbildade med mer än tre års universitetsstudier, men även i andra grupper av vuxna läser en övervägande majoritet morgontidning en genomsnittlig dag.

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

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

Anmärkning

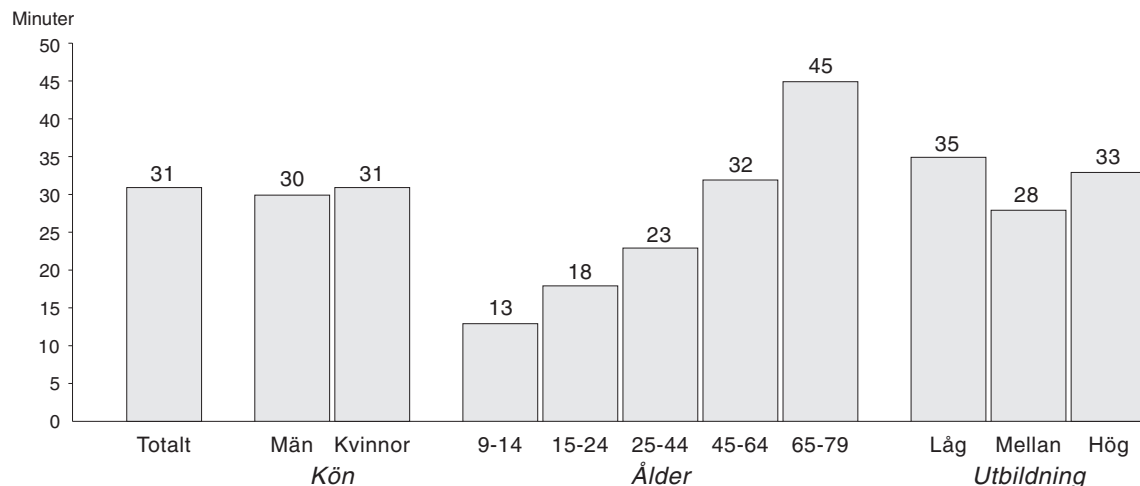
Med morgontidning avses alla morgonutgivna tidningar som utkommer minst en gång per vecka, vilket inkluderar både prenumerationsbar storstads- och landsortsmorgonpress samt dagliga gratistidningar, tryckt version eller internetversion.

Frågan om läsning under gårdagen ställs alla veckodagar trots att ungefär hälften av morgontidningarna utkommer mindre än sex dagar per vecka. Morgonpressens räckvidd en genomsnittlig vardag 2008 är 78 procent.

Morgontidning

31 minuter

Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (minuter)



Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1980-2009 (minuter)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1980	32	33	30	10	22	31	34	44	33	31	38
1985	31	34	27	13	20	29	34	48	31	28	37
1987	32	33	31	12	22	30	36	48	35	29	35
1989	31	32	30	12	18	28	36	44	32	30	35
1991	29	32	27	16	21	26	32	44	32	26	35
1993	29	31	26	10	18	24	32	44	32	27	30
1995	31	32	30	10	21	26	33	49	33	28	36
1997	29	30	29	16	19	24	32	45	31	28	33
1999	29	30	29	17	19	24	32	43	33	27	33
2001	30	32	29	16	19	24	32	49	37	27	32
2003	31	32	30	12	19	23	33	49	35	29	33
2005	29	29	29	12	18	24	31	42	33	27	31
2007	29	29	29	12	17	22	30	44	34	27	31
2008	30	30	30	12	17	24	31	46	37	28	32
2009 ¹	31	30	31	13	18	23	32	45	35	28	33
Lästid bland läsare av tidningen på internet	17	18	16	13	16	15	19	16	17	18	17

Lästid bland läsarna

Den genomsnittliga lästiden bland morgontidningsläsarna ligger på 31 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.

Tidningen på internet ägnas inte lika lång tid som papperstidningen. Här märks dock stora ålderskillnader. Genomsnittstiden bland barn och unga läsare är ungefär densamma för papperstidningen som för tidningen på internet.

Anmärkning

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

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

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

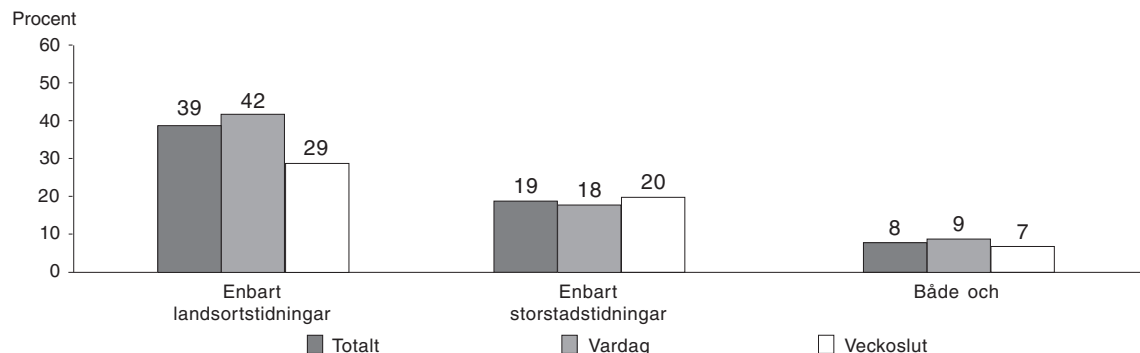
Tabellen redovisar genomsnittlig lästid bland dem som läst morgontidningen en genomsnittlig dag.

Not

1. Frågan om tid för morgontidning bygger från och med 2009 på två frågor för att kunna skilja ut lästiden för papperstidningen och lästiden på internet.

Morgontidning

Läsare 9-79 år en genomsnittlig vardag/veckoslut 2009 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2009 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Enbart en morgontidning	57	56	58	31	38	56	65	70	67	58	60
Två morgontidningar	9	10	9	0	6	8	13	12	9	8	14
Tre eller fler	2	2	2	—	1	2	3	2	1	1	3
Enbart landsortstidning	39	37	40	18	25	37	46	49	54	43	34
Enbart storstadstidning	19	20	18	9	14	20	21	21	13	16	28
Både landsorts- och storstadstidning	8	8	8	1	4	5	12	11	7	6	13
Enbart papperstidning	62	60	63	31	42	55	74	81	73	62	67
Enbart nättidning	3	4	2	1	2	6	3	2	2	3	5
Både nät- och papperstidning	3	4	3	—	2	5	4	2	2	2	5
Mindre än ¼ tim	17	16	17	23	24	20	14	7	13	17	16
¼-½ tim	28	29	28	7	17	33	36	27	31	31	32
½-1 tim	18	18	18	1	4	11	24	35	26	16	21
1-2 tim	5	5	5	0	1	1	6	14	6	4	7
Mer än 2 tim	0	0	0	—	—	0	0	1	1	0	1
Genomsnittlig vecka	86	86	86	61	77	86	93	94	90	88	91

Läsning av morgontidning

Det är landsortspressen som står för huvuddelen av den totala morgontidningsläsningen i Sverige. Närmare hälften av befolkningen läser minst en landsortstidning en genomsnittlig dag medan motsvarande andel för storstadsmorgonpressen är 27 procent. Om vi beaktar att de flesta landsortstidningar inte ges ut på söndagar och utgår från vardagsläsningen ökar andelen för landsortspressen till 51 procent, i jämförelse med 27 procent för storstadsmorgontidningarna. Det är också klart vanligare att man på vardagar läser enbart landsortspress än enbart storstadstidningar.

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

Läsning av någon morgontidning på internet en genomsnittlig dag ligger på en relativt låg nivå. Årets resultat är stabilt jämfört med 2008 och 2007. Andelen läsare är högst bland 25 till 44-åringar (11 procent) och högutbildade (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, 86 procent, läser minst en morgontidning en genomsnittlig vecka. Bland 9 till 14-åringar är 61 procent "veckoläsare". Både totalt och i de flesta grupper handlar det om stabila mönster under det senaste decenniet.

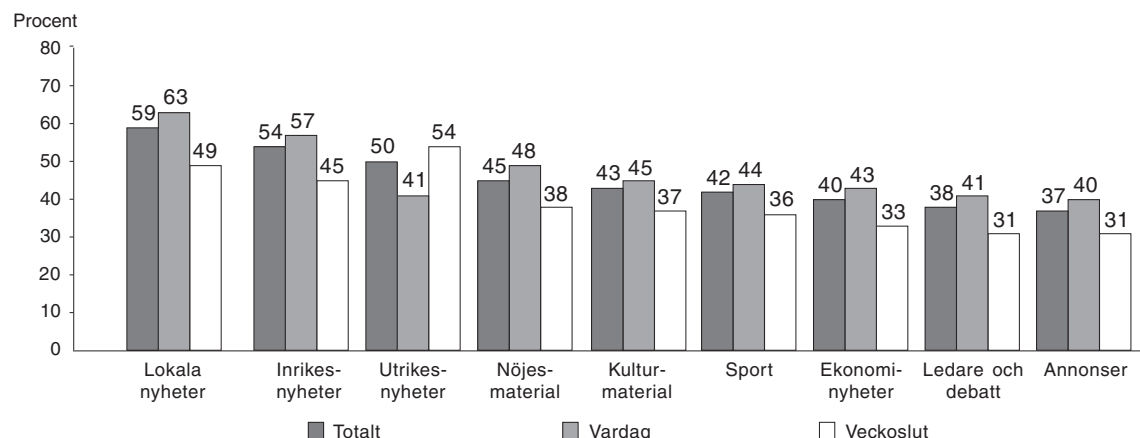
Anmärkning

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

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

Morgontidning

**Läsare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig vardag/veckoslut 2009:
innehållskategorier (procent)**



**Läsare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009:
innehållskategorier (procent)**

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Genomsnittlig dag											
Lokala nyheter	59	56	61	12	33	56	74	78	71	61	67
Inrikesnyheter	54	51	57	11	29	51	67	74	63	53	65
Utrikesnyheter	50	49	52	8	27	47	63	70	59	49	62
Nöjesmaterial	45	40	50	13	28	42	56	59	50	47	52
Kulturmateriel	43	38	46	9	23	37	55	59	47	42	52
Sport	42	51	34	18	28	39	49	55	49	42	45
Ekonominyheter	40	42	39	5	18	34	53	60	47	40	49
Ledare och debatt	38	37	39	5	16	32	49	58	44	37	47
Annonser	37	34	40	9	17	33	47	54	48	37	42

Läsning av morgontidningsinnehåll

Det mest lästa innehållet i morgontidningarna är lokalityheter (59 procent), inrikesnyheter (54 procent) och utrikesnyheter (50 procent). Nöje, kultur, sport och annonser i morgontidningar läses av 35 till 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 landsortspress är större på vardagar kommer innehållstyper som är attraktiva i landsortstidningar att spela en större roll, t ex lokala nyheter och nöjesmaterial.

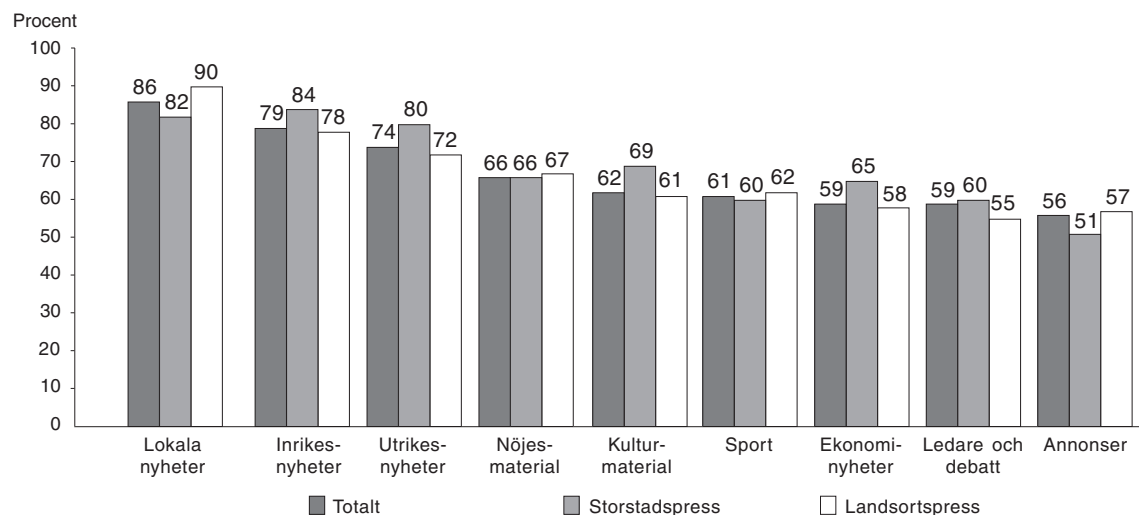
Läsningen av i stort sett alla typer av innehåll ökar med ålder. För lokalityheter är skillnaden mellan de yngsta (12 procent) och de äldsta (78 procent) särskilt stor, i fråga om sport är skillnaden något mindre (18 och 49 procent). Bland högutbildade och lågutbildade ligger samtliga kategorier högre än bland medelutbildade. Sport (män) och kultur, nöje och annonser (kvinnor) uppvisar störst könsskillnader.

Anmärkning

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

Morgontidning

**Läsare av olika innehållskategorier bland läsare 9-79 år
en genomsnittlig dag 2009 (procent)**



**Läsare av olika innehållskategorier bland läsare 9-79 år
en genomsnittlig dag 2009 (procent)**

	Totalt	Storstadstidningar	Landsortstidningar	Enbart läst morgontidning på papper	Enbart läst morgontidning på internet
<i>Genomsnittlig dag</i>					
Lokala nyheter	86	82	90	87	81
Inrikesnyheter	79	84	78	80	68
Utrikesnyheter	74	80	72	75	55
Nöjesmaterial	66	66	67	69	38
Kulturmateriel	62	69	61	64	37
Sport	61	60	62	62	48
Ekonominyheter	59	65	58	60	38
Ledare och debatt	56	60	55	58	27
Annonser	54	51	57	56	27

Morgontidningsinnehåll bland läsare

Det mest lästa innehållet bland morgontidningarnas läsare är nyheter. Det gäller främst de lokala nyheterna (86 procent) men även inrikes- och utrikesnyheter med 79 respektive 74 procent. Nöje och kultur ligger något lägre men läses ändå av ca två tredjedelar av läsarna en genomsnittlig dag.

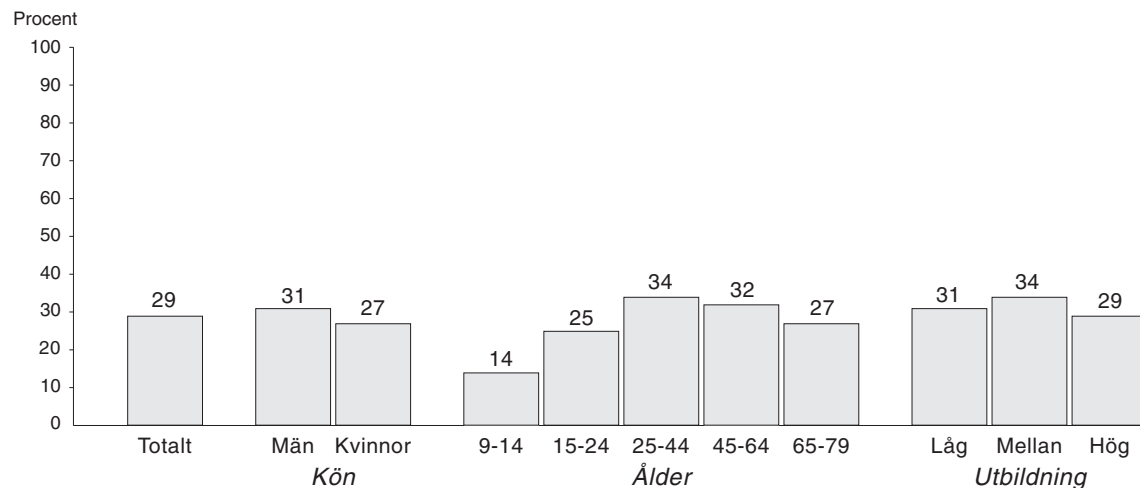
Det finns en förhållandevis klar skillnad i läsmönster mellan storstadsmorgonpressen och landsortstidningarna. I de förra ligger läsning av inrikes- och utrikesnyheter på en relativt hög nivå, i de senare läses lokalnyheterna mest. Ekonominyheter, ledare och debatt samt kultur ligger högre i storstadstidningarna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

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

Anmärkning

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

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)



Läser kvällstidning

Närmare 30 procent av befolkningen läser en kvällstidning en genomsnittlig dag. Andelen har legat på i stort sett samma nivå sedan mitten av 1990-talet. Andelen läsare är något högre bland män än kvinnor. De medelålders läser i något större utsträckning än andra åldersgrupper. Bland medelutbildade är kvällstidningsläsningen något mer utbredd än bland låg- och högutbildade.

Anmärkning

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

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2009 (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
2007	31	34	28	13	30	39	34	25	32	38	31
2008	29	31	28	13	22	34	34	27	30	33	31
2009	29	31	27	14	25	34	32	27	31	34	29

Kvällstidning

Andel som läser en genomsnittlig dag 2009 (procent)

Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	29	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	34
	Vuxna 18-79 år	31		Tjänstemän	34
	Barn/ungdom 9-17 år	15		Högre tjänstemän/akademiker	30
Kön	Män 9-79 år	31		Egna företagare	32
	Kvinnor 9-79 år	27		Pensionärer	28
				Studerande	29
				Arbetslösa	35
	Män 18-79 år	34	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	28
	Kvinnor 18-79 år	29		Två personer (18 år och äldre)	32
	Pojkar 9-17 år	15		Tre eller fler (18 år och äldre)	33
Ålder	Flickor 9-17 år	15	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	31
				Äldre vuxna (45-79 år)	30
				Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	33
				Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	33
	9-14 år	14	Hushåll (9-79 år)	En person	27
	15-19 år	21		Två personer	32
	20-24 år	30		Tre personer	31
	25-34 år	37		Fyra personer eller fler	27
Utbildning (16-79 år)	35-44 år	32	Hemort (9-79 år)	Stockholmsregionen	31
	45-54 år	33		Malmöregionen	20
	55-64 år	32		Göteborgsregionen	22
	65-79 år	27		Större städer	30
	Förgymnasial utbildning < 9 år	34		Pendlingskommuner	26
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	26		Glesbygdskommuner	30
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	38		Varuproducerande kommuner	29
	Gymnasial utbildning > 2 år	32		Övriga kommuner	31
	Högskola/universitet ≤ 3 år	30			
	Högskola/universitet > 3 år	27			

Kvällstidningsläsaren

Kvällspressens räckvidd varierar mellan olika grupper. Män läser något mer än kvinnor, personer mellan 25 och 34 år, samt arbetare och tjänstemän skiljer ut sig genom högre andelar läsare. De tidigare klara ålderskillnaderna i kvällstidningsläsningen är inte längre lika tydliga. Andelen läsare är dock relativt låg bland barn och ungdomar. Kvällstidningsläsningen ligger traditionellt lägre i Göteborgs- och Malmö-regionerna.

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

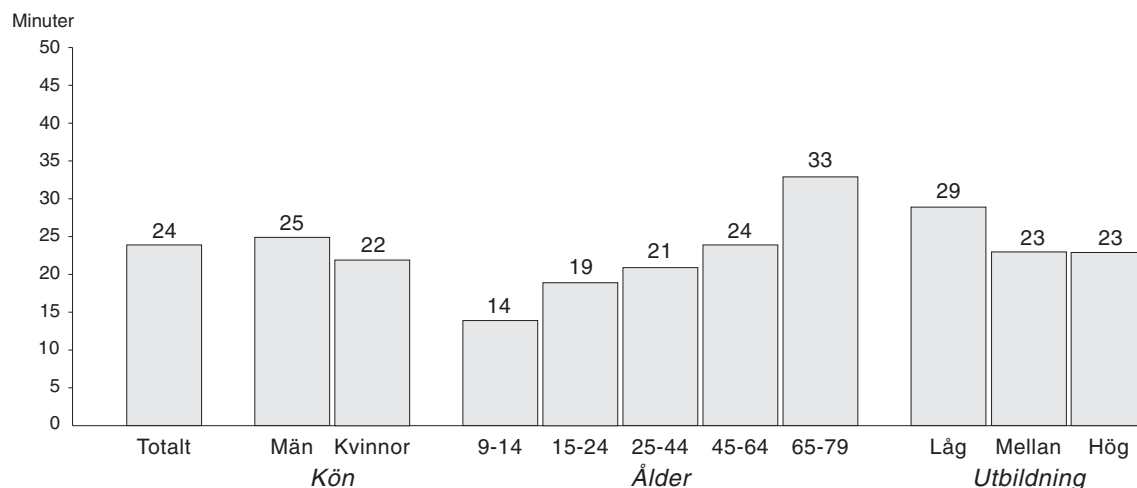
Anmärkning

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

Kvällstidning

24 minuter

Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (minuter)



Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1980-2009 (minuter)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1980	29	32	25	14	24	30	32	38	34	25	28
1985	33	34	31	16	24	33	40	35	33	36	31
1987	29	32	25	13	24	31	32	36	34	28	26
1989	26	29	22	12	20	25	30	34	30	25	25
1991	26	28	23	16	21	26	28	32	27	27	27
1993	26	28	23	12	19	25	27	40	30	24	26
1995	26	28	24	12	22	26	28	39	30	25	26
1997	27	29	26	13	21	25	30	40	31	27	25
1999	25	26	23	18	19	24	27	33	29	25	24
2001	26	28	24	14	18	24	29	39	34	24	25
2003	26	28	23	13	19	21	29	36	31	25	25
2005	24	26	23	14	20	21	26	34	29	25	22
2007	23	25	22	14	17	21	25	32	31	23	21
2008	24	25	23	12	21	21	25	31	32	24	21
2009 ¹	24	25	22	14	19	21	24	33	29	23	23
Lästid bland läsare av tidningen på internet	18	19	17	14	18	18	17	22	20	17	19

Lästid bland läsarna

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

Lästiden bland kvällspressläsare 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. Lästiden på internet är något kortare än lästiden för papperstidningen.

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*)

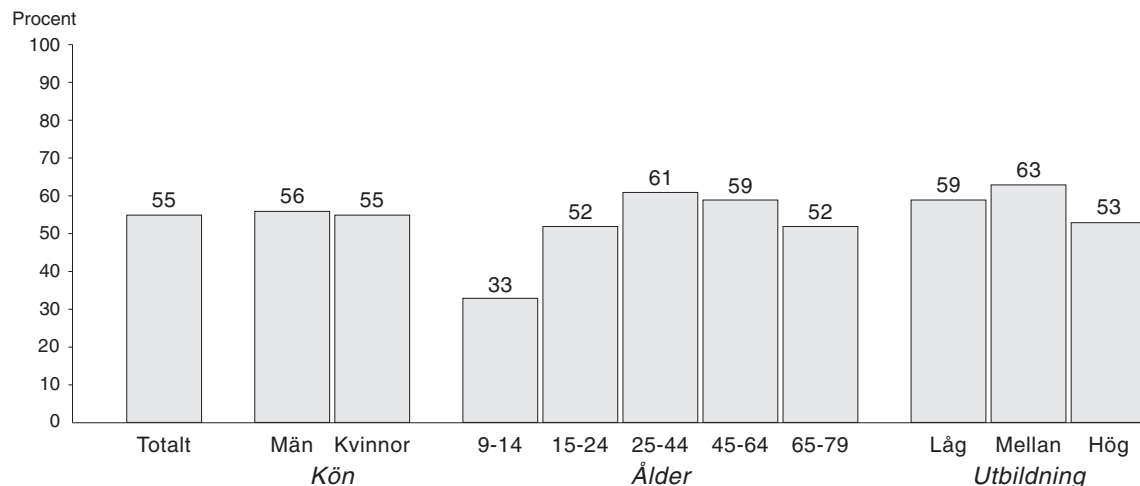
Tabellen redovisar genomsnittlig lästid bland dem som läst morgontidningen en genomsnittlig dag.

Not

1. Frågan om tid för kvällstidning bygger från och med 2009 på två frågor för att kunna skilja ut lästiden för papperstidningen och lästiden på internet.

Kvällstidning

Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2009 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Enbart en kvällstidning	24	26	23	13	22	27	27	24	29	29	23
Två eller fler	4	5	3	1	3	6	5	3	3	5	6
Enbart papperstidning	15	16	15	11	10	12	18	22	23	18	11
Enbart nättidning	12	14	11	3	14	20	12	4	7	14	16
Både nät- och papperstidning	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1
Mindre än ¼ tim	11	11	11	9	13	15	12	4	8	13	12
¼-½ tim	11	13	10	4	8	13	13	12	13	14	11
½-1 tim	5	6	5	1	2	4	6	9	9	5	5
1-2 tim	1	2	1	–	1	1	1	2	2	1	1
Mer än 2 tim	0	0	–	–	–	0	–	–	–	0	–

Läsning av kvällstidning

Närmare 60 procent av befolkningen läser kvällspress under en genomsnittlig vecka. 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.

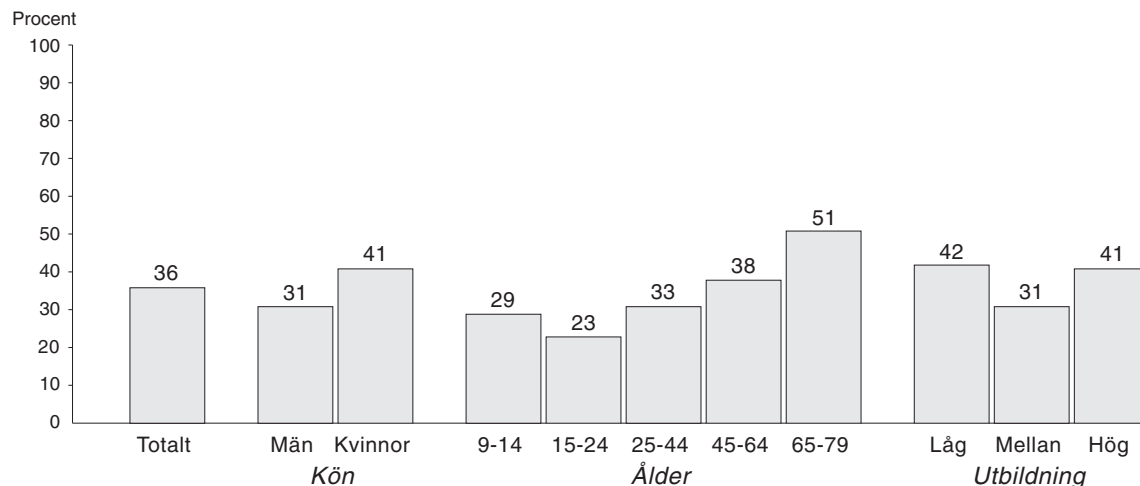
Flertalet kvällstidningsläsare håller sig till en tidning; 4 procent av befolkningen läser dock mer än en kvällstidning en genomsnittlig dag.

Internet spelar en relativt stor roll för kvällspressens räckvidd. Nästan varannan kvällstidningsläsare tar del av tidningen i elektronisk form. En genomsnittlig dag tar 13 procent av befolkningen del av kvällstidningen på internet – 12 procent läser tidningen enbart på nätet och det är främst 25 till 44-åringarna (20 procent). Andelen som enbart tar del av kvällstidning på internet ökade från 5 procent 2002 till 12 procent 2007, vilket är samma nivå som 2008 och 2009.

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 2009 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1994-2009 (procent)

År	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1994	51	51	52	36	44	49	57	60	51	48	67
1995	49	46	52	33	46	48	55	55	48	48	62
1996	49	46	52	41	44	45	55	58	49	45	60
1997	47	44	48	39	38	43	51	59	48	43	55
1998	50	46	52	34	41	46	56	60	50	47	59
1999	49	47	51	36	35	47	57	63	51	51	56
2000	54	52	56	42	44	51	59	61	56	52	62
2001	47	43	51	40	38	44	53	55	49	43	55
2002	42	36	48	34	31	38	46	53	45	41	45
2003	43	39	47	46	28	39	47	52	44	39	48
2005	41	37	45	36	36	38	44	48	43	40	45
2006	39	34	44	39	27	34	43	50	41	35	44
2007	40	35	44	31	23	36	45	53	45	36	45
2008	41	38	44	26	29	39	46	52	44	37	50
2009	36	31	41	29	23	33	38	51	42	31	41

Läser tidskrifter

36 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 varit nästan den samma. Tendensen måste tolkas med försiktighet eftersom tidskriftsmarknaden är mycket heterogen och rymmer alltfrån 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 (41 procent respektive 31 procent). Äldre är överlag flitigare läsare än yngre, hög- och lågutbildade läser i större utsträckning än personer med medelhög utbildning. Mönstret mellan de olika grupperna har i stort sett varit detsamma under de senaste åren.

Anmärkning

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

Tidskrift

Andel som läser en genomsnittlig dag 2009 (procent)

		%			%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	36	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	31
	Vuxna 18-79 år	37		Tjänstemän	37
	Barn/ungdom 9-17 år	27		Högre tjänstemän/akademiker	43
Kön				Egna företagare	40
	Män 9-79 år	31		Pensionärer	49
	Kvinnor 9-79 år	41		Studerande	25
				Arbetslösa	20
	Män 18-79 år	32	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	35
	Kvinnor 18-79 år	42		Två personer (18 år och äldre)	40
	Pojkar 9-17 år	22		Tre eller fler (18 år och äldre)	32
	Flickor 9-17 år	32			
			Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	27
Ålder	9-14 år	29		Äldre vuxna (45-79 år)	45
	15-19 år	22		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	31
	20-24 år	23		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	33
	25-34 år	34	Hushåll (9-79 år)	En person	36
	35-44 år	32		Två personer	43
	45-54 år	34		Tre personer	30
	55-64 år	41		Fyra personer eller fler	32
	65-79 år	51			
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	42	Hemort (9-79 år)	Stockholmsregionen	35
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	42		Malmöregionen	31
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	34		Göteborgsregionen	35
	Gymnasial utbildning > 2 år	29		Större städer	35
	Högskola/universitet ≤ 3 år	40		Pendlingskommuner	37
	Högskola/universitet > 3 år	42		Glesbygdskommuner	41
				Varuproducerande kommuner	41
				Övriga kommuner	36

Tidskriftsläsaren

Tidskriftsläsandet en genomsnittlig dag är högst är bland personer mellan 65 och 79 år (51 procent). Andra grupper med förhållandevis hög tidskriftsläsning är högre tjänstemän/akademiker (43 procent) och kvinnor 18 till 79 år (42 procent).

Det finns relativt små regionala skillnader. I glesbygdskommuner är läsandet något mer utbrett än i storstäderna.

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

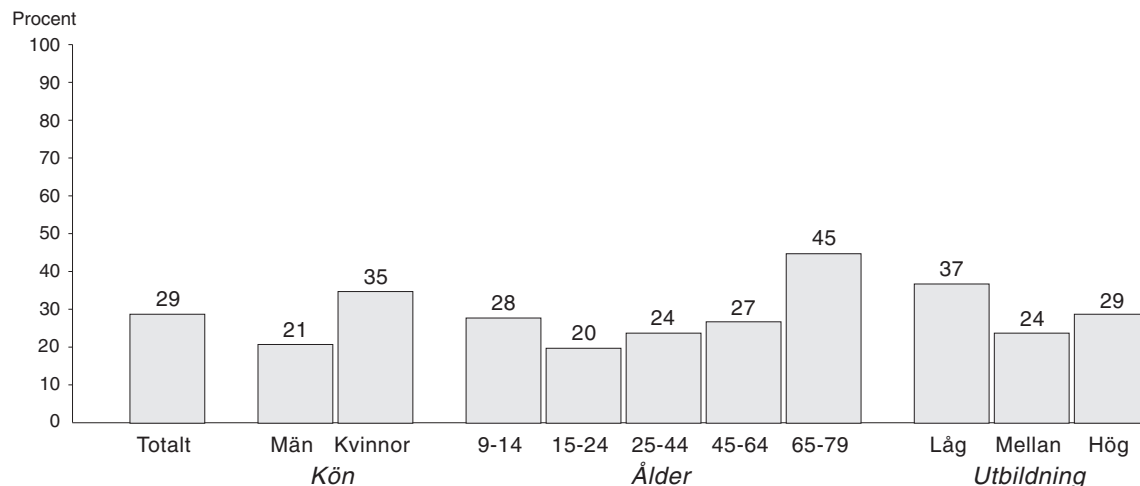
Anmärkning

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

Vecko-/månadstidning

29%

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)



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, lågutbildade och kvinnor uppvisar högst andelar; 45 procent av de äldsta, 37 procent av de lågutbildade och 35 procent av kvinnorna läser någon vecko- eller månadstidning en genomsnittlig dag. Detta mönster har varit i stort det samma sedan mitten av 1990-talet. En vikande trend kan dock noteras bland 15 till 24-åringar.

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.

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1981-2009 (procent)

År	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1981 ¹	23	15	31	29	24	16	20	39	27	19	13
1983 ¹	30	21	38	34	32	21	33	39	33	28	21
1985 ¹	22	13	31	14	19	18	23	42	28	19	16
1987 ¹	22	13	30	11	24	14	26	39	29	20	15
1989 ¹	19	12	26	13	15	15	18	36	25	19	13
1991 ¹	18	10	26	13	15	14	19	31	23	18	12
1993 ¹	22	12	31	13	19	16	25	37	30	18	16
1995	31	23	38	24	29	28	30	45	34	29	32
1997	29	22	34	32	24	22	29	46	35	24	27
1999	31	25	37	29	25	25	33	47	37	30	29
2001	34	27	40	37	28	27	36	46	40	32	30
2003	31	24	37	44	20	24	32	42	37	26	28
2005	30	23	36	33	27	25	29	39	35	28	28
2007	30	23	36	29	19	24	30	44	37	26	30
2008	29	23	35	24	21	26	30	42	35	26	32
2009	29	21	35	28	20	24	27	45	37	24	29

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 2009 (procent)

		%			%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	29	Sysselsättning	Arbetare	25
	Vuxna 18-79 år	29	(16-79 år)	Tjänstemän	25
	Barn/ungdom 9-17 år	26		Högre tjänstemän/akademiker	29
Kön				Egna företagare	25
	Män 9-79 år	21		Pensionärer	43
	Kvinnor 9-79 år	35		Studerande	19
				Arbetslösa	18
	Män 18-79 år	21	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	27
	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)	24
	Flickor 9-17 år	32			
			Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	20
				Äldre vuxna (45-79 år)	36
Ålder	9-14 år	28		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	23
	15-19 år	21		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	25
	20-24 år	19			
	25-34 år	25			
	35-44 år	24			
	45-54 år	23	Hushåll (9-79 år)	En person	27
	55-64 år	30		Två personer	35
Utbildning (16-79 år)	65-79 år	45		Tre personer	24
	Förgymnasial utbildning < 9 år	37		Fyra personer eller fler	25
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	37	Hemort (9-79 år)	Stockholmsregionen	28
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	26		Malmöregionen	25
	Gymnasial utbildning > 2 år	23		Göteborgsregionen	25
	Högskola/universitet ≤ 3 år	29		Större städer	27
	Högskola/universitet > 3 år	30		Pendlingskommuner	29
				Glesbygdskommuner	35
				Varuproducerande kommuner	35
				Övriga kommuner	29

Vecko-/månadstidningsläsaren

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 45 procent. Andelen läsare bland män är relativt låg.

Mönstren i olika gruppers läsning är i stort desamma som de senaste åren, men en vikande trend kan noteras bland de yngsta 9 till 14 år.

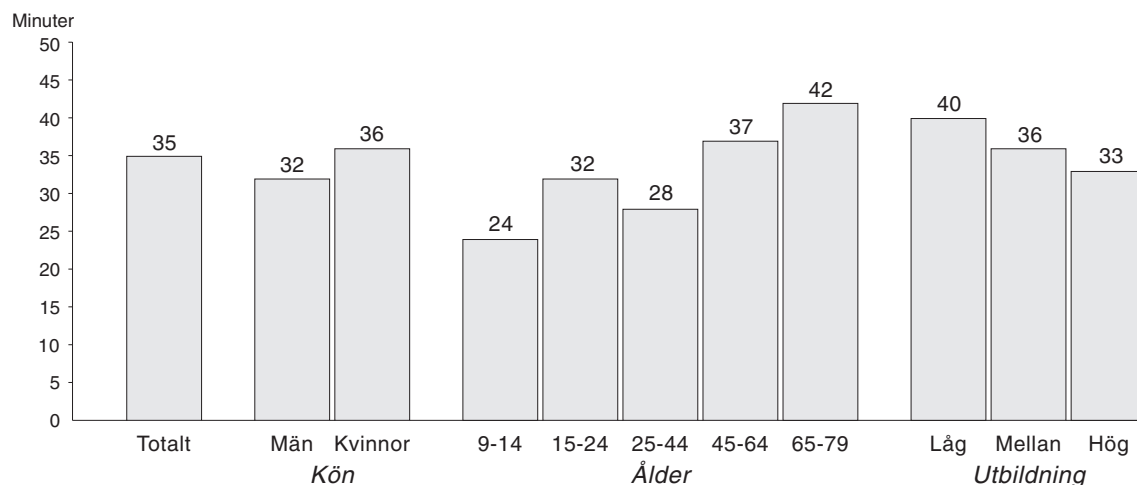
Anmärkning

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.

Vecko-/månadstidning

35 minuter

Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (minuter)



Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2009 (minuter)

År	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1986 ²	32	28	34	25	29	26	32	44	38	30	22
1987 ²	37	39	36	29	30	33	36	47	41	35	26
1988 ²	30	28	31	23	24	27	29	39	35	24	28
1989 ²	34	33	35	20	27	23	37	49	42	32	23
1990 ²	29	26	30	15	24	24	34	31	33	21	22
1991 ²	27	23	29	19	23	27	30	29	30	25	28
1993 ²	32	27	34	22	26	24	32	46	38	29	27
1995	34	32	35	24	33	29	34	44	38	31	35
1997	33	30	35	26	26	28	31	48	41	30	29
1999	32	32	33	23	26	31	31	44	36	33	32
2001	36	32	39	27	31	35	32	51	43	36	34
2003	34	35	34	29	36	27	35	43	38	36	30
2005	32	29	34	26	27	27	33	44	36	33	30
2007	32	29	34	23	28	28	30	43	38	32	30
2008	34	31	36	27	32	29	33	44	42	34	32
2009	35	32	36	24	32	28	37	42	40	36	33

Lästid bland läsarna

Läsarna avsätter i genomsnitt 35 minuter åt vecko-/månadspress under en genomsnittlig dag. Lästiden är något längre bland pensionärerna, men i övrigt är ålderskillnaderna inte särskilt stora. Även utbildningsskillnaderna i lästid är relativt små.

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

Anmärkning

Med vecko-/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.

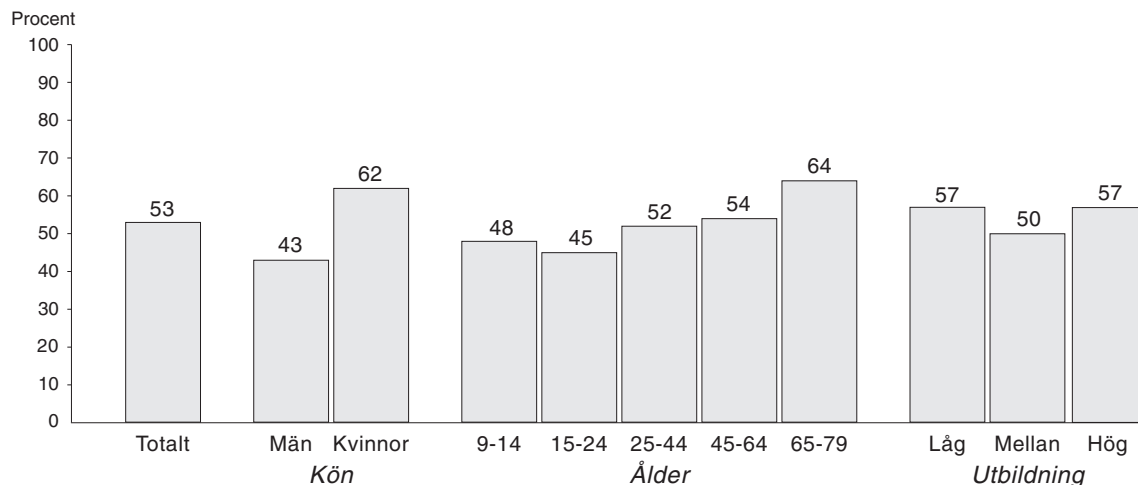
Observera att tabellen enbart baseras på dem som läst en genomsnittlig dag, vilket innebär att antalet svarspersoner är relativt litet och att siffrorna därför bör tolkas med försiktighet.

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 2009 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2009 (procent)

	Kön		Ålder						Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig dag</i>											
Enbart en vecko-/månadstidning	25	18	30	27	18	21	23	38	31	21	25
Två vecko-/månadstidningar	3	2	4	1	2	2	3	5	5	2	3
Tre eller fler	1	0	1		0	1	1	1	1	1	1
Mindre än ½ tim	15	11	18	21	12	15	13	17	15	12	16
½-1 tim	11	8	14	6	7	8	11	21	17	10	11
1-2 tim	2	1	3	1	1	1	2	5	4	2	2
Mer än 2 tim	0	0	1		0		1	1	1	1	0
<i>Genomsnittlig vecka</i>	53	43	62	48	45	52	54	64	57	50	57
<i>Genomsnittlig månad</i>	78	69	85	73	74	80	77	79	76	76	81

Läsning av vecko- och månadstidningar

Drygt hälften av befolkningen läser någon vecko- eller månadstidning under en genomsnittlig vecka. I relation till hur ofta dessa tidningar utkommer ligger räckvidden på en jämförelsevis hög nivå. Det är betydligt fler kvinnor, 62 procent, som läser vecko- och månadstidningar än män, 43 procent. Äldre, 64 procent, är flitigare läsare än de unga, 48 procent.

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

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 männen (69 procent). Högst är andelen bland kvinnor (85 procent).

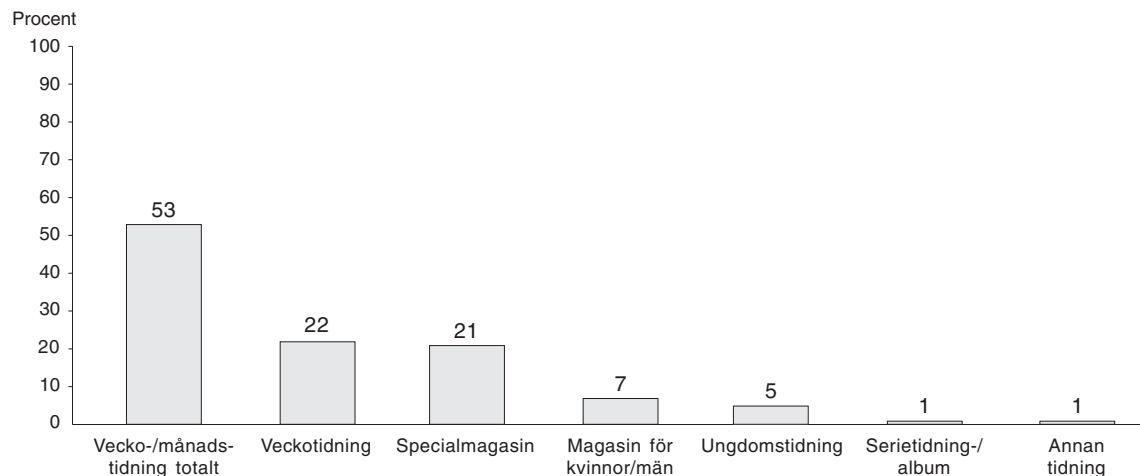
Anmärkning

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

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

Vecko-/månadstidning

Läsare av olika vecko-/månadstidningar 9-79 år en genomsnittlig vecka 2009 (procent)



Läsare av olika vecko-/månadstidningar 9-79 år en genomsnittlig vecka 2009 (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	22	10	33	5	12	17	25	41	37	22	21
Specialmagasin ²	21	27	16	7	15	25	23	20	17	20	27
Magasin för kvinnor/män ³	7	2	11	1	6	10	8	4	3	7	11
Ungdomstidning ⁴	5	2	8	24	13	3	2	1	2	4	2
Serietidning/album	1	2	1	11	1	1	0	—	0	1	0
Annan tidning	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1

Läsning av olika vecko-/månadstidningar

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

En dryg femtedel av befolkningen har tagit del av en veckotidning eller specialmagasin inriktade på olika intresseområden en genomsnittlig vecka. Magasin riktade till kvinnor/män läses av 7 procent av befolkningen.

Läsning av veckotidningar och livstilsmagasin riktade till kvinnor/män är högre bland kvinnor (33 respektive 11 procent) än bland män (10 respektive 2 procent). Veckotidningsläsningen är även högre bland äldre än yngre och högre bland lågutbildade än högutbildade.

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

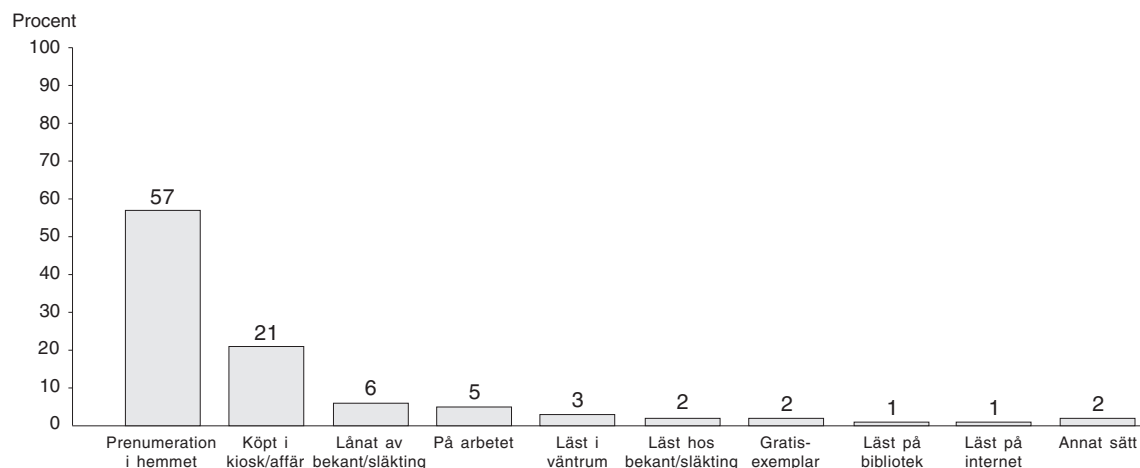
Bland de yngre står, inte oväntat, serie- och ungdomstidningar mycket starkt. Läsningen av ungdomstidningar har ökat något under senare år. Tillsammans når serie- och ungdomstidningarna ca 35 procent av barnen under en genomsnittlig vecka.

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 livsstil/magasin för kvinnor, damtidning och livsstil/magasin 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 2009 (procent)



Anskaffning av vecko-/månadstidningar bland dem som läst någon vecko-/månadstidning 9-79 år den senaste veckan 2009 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Anskaffning bland läsare</i>											
Prenumeration i hemmet	57	61	55	53	34	49	62	75	65	54	58
Köpt i kiosk/affär	21	17	23	26	38	25	18	10	18	23	18
Lånat av bekant/släkting	6	5	7	6	7	6	6	6	6	7	6
På arbetet	5	5	4	1	6	7	6	1	3	6	5
Läst i väntrum	3	2	3	1	1	3	4	2	2	3	4
Gratisexemplar	2	2	2	2	4	2	1	1	2	2	2
Läst hos bekant/släkting	2	1	2	4	3	2	2	1	2	2	1
Internet	1	1	1	1	2	1	0	0	0	1	1
Läst på bibliotek	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2
Annat sätt	2	3	2	5	3	3	1	2	2	2	2

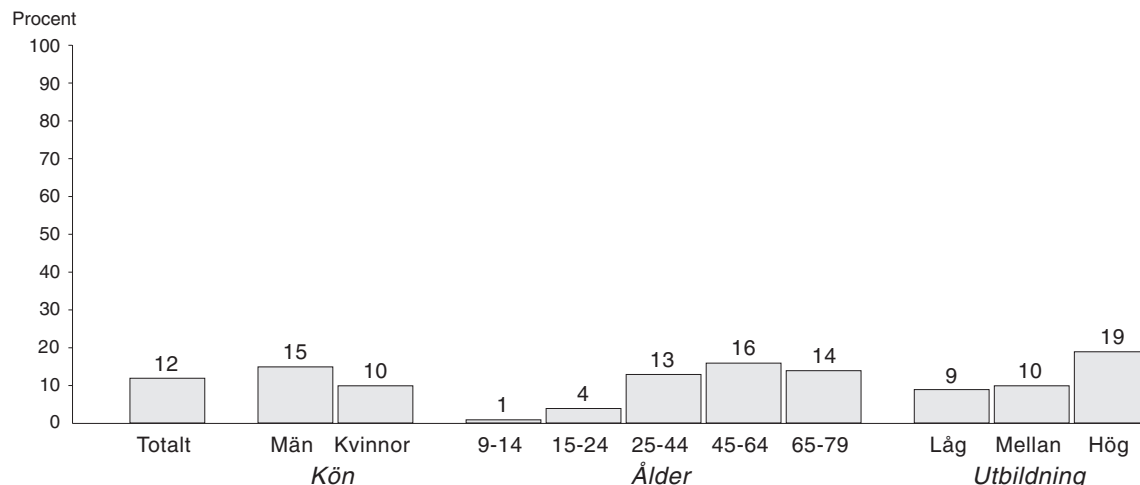
Anskaffning

Flertalet läsare av vecko-/månadstidningar prenumererar på en tidning (57 procent) eller köper den i kiosk/affär (21 procent). Prenumeration och lösnummerköp uppvisar skillnader vad gäller kön och mellan åldersgrupper. Män prenumererar oftare än kvinnor och kvinnor köper oftare lösnummer än män. Prenumeration är klart vanligare bland pensionärer (75 procent) och dem som är 45 till 64 år (62 procent). I dessa grupper ligger andelen lösnummerköpare på endast 10 respektive 18 procent. I åldersgruppen 15 till 24 år är lösnummerköparna fler än andelen prenumeranter (38 och 34 procent). Andelarna har varit relativt stabila under de senaste åren.

Andelen som läst en vecko-/månadstidning som lånats av bekant eller släkting ligger på 6 procent och 5 procent har haft tillgång till tidningen på arbetet.

Tillgång på arbetet är vanligare bland medel- och högutbildade 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 2009 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1981-2009 (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
2009 ¹	12	15	10	1	4	13	16	14	9	10	19

Läser special- och facktidskrifter

12 procent av befolkningen läser en genomsnittlig dag någon special- eller facktidskrift. Sådana tidskrifter var tidigare i första hand männens medium. De senaste årens resultat pekar dock på en utjämning mellan män och kvinnor. Läsningen är mest utbredd bland medelålders personer och pensionärer. Andelen läsare ökar med utbildning, 29 procent av alla högutbildade läser någon special- eller facktidskrift en genomsnittlig dag jämfört med 9 procent bland de lågutbildade. En liten nedgång i läsningen under senare år kan noteras och det är främst ungdomarnas läsning av special- och facktidskrifter en genomsnittlig dag som har minskat.

Anmärkning

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

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

Not

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

Special-/facktidskrift

Andel som läser en genomsnittlig dag 2009 (procent)

		%			%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	12	Sysselsättning	Arbetare	8
	Vuxna 18-79 år	14	(16-79 år)	Tjänstemän	17
	Barn/ungdom 9-17 år	2		Högre tjänstemän/akademiker	24
Kön				Egna företagare	21
	Män 9-79 år	15		Pensionärer	14
	Kvinnor 9-79 år	10		Studerande	9
				Arbetslösa	4
	Män 18-79 år	17	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	14
	Kvinnor 18-79 år	11	(18-79 år)	Två personer (18 år och äldre)	12
	Pojkar 9-17 år	3		Tre eller fler (18 år och äldre)	14
	Flickor 9-17 år	1			
Ålder			Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	10
	9-14 år	1		Äldre vuxna (45-79 år)	16
	15-19 år	3		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	11
	20-24 år	6		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	13
	25-34 år	13			
	35-44 år	13	Hushåll (9-79 år)	En person	13
	45-54 år	15		Två personer	15
	55-64 år	18		Tre personer	10
Utbildning (16-79 år)	65-79 år	14		Fyra personer eller fler	10
	Förgymnasial utbildning < 9 år	8	Hemort (9-79 år)	Stockholmsregionen	12
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	9		Malmöregionen	11
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	12		Göteborgsregionen	14
	Gymnasial utbildning > 2 år	9		Större städer	13
	Högskola/universitet ≤ 3 år	17		Pendlingskommuner	13
	Högskola/universitet > 3 år	21		Glesbygdskommuner	9
				Varuproducerande kommuner	10
				Övriga kommuner	12

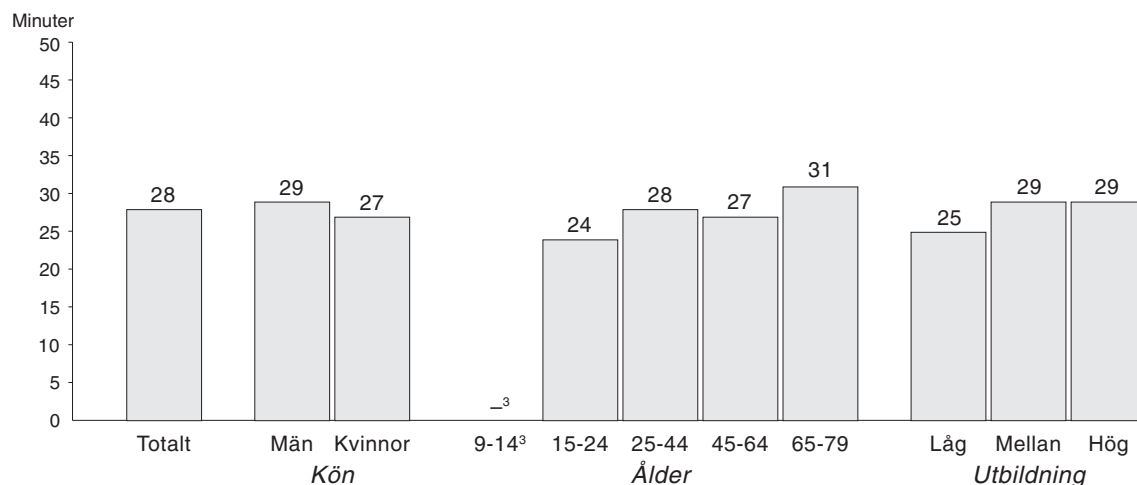
Special- och facktidskriftsläsaren

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 (24 procent). Höga andelar finner vi också bland högutbildade och egna företagare (vardera 21 procent) medan andelen bland studerande är 9 procent.

Anmärkning

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

Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (minuter)



Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2009 (minuter)

År	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1986	31	32	29	25	27	30	31	41	33	30	30
1987	31	32	31	35	27	30	33	37	31	29	34
1989	27	29	25	22	28	26	29	28	26	27	30
1991	28	30	24	18	32	26	30	27	27	28	29
1993	27	29	25	21	27	27	28	31	28	28	27
1995	28	29	27	32	32	26	27	34	27	27	30
1997	30	34	27	26	29	32	28	37	30	32	31
1999	28	28	29	18	23	28	28	37	30	26	31
2001 ²	26	27	24	25	19	23	26	34	27	23	27
2003 ²	26	27	25	24	28	25	25	30	29	26	25
2005 ²	23	24	24	20	22	22	23	27	23	24	24
2007 ²	29	30	28	— ³	29	30	26	35	31	29	28
2008 ²	26	26	26	— ³	35	23	25	30	27	25	26
2009 ²	28	29	27	— ³	24	28	27	31	25	29	29

Lästid bland läsarna

Den som läser special- och facktidsskrifter avsätter i genomsnitt 28 minuter åt dessa under en genomsnittlig dag. Lästiden varierar endast marginellt mellan olika grupper.

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

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.

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

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

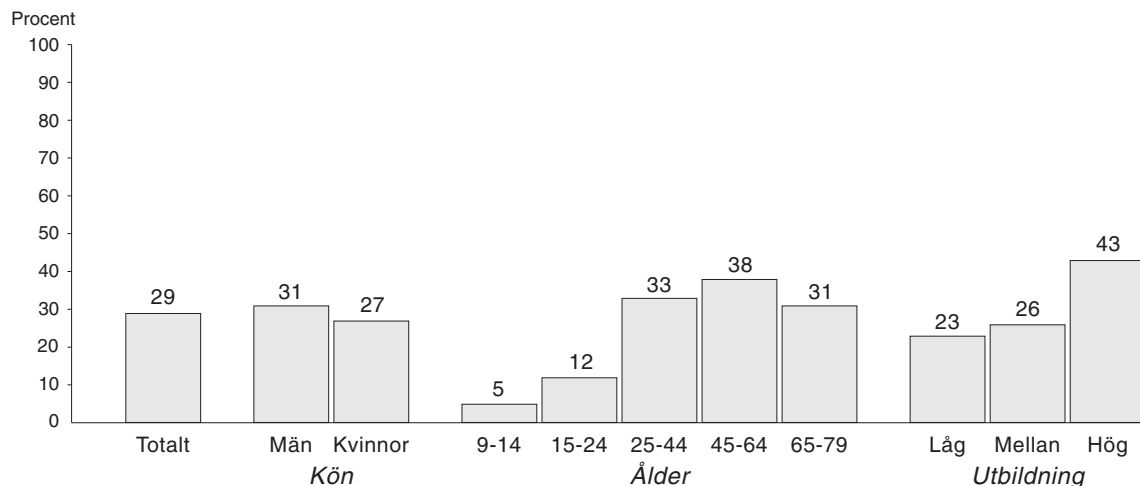
Observera att tabellen enbart baseras på dem som läst en genomsnittlig dag, vilket innebär att antalet svarspersoner är relativt litet och att siffrorna därför bör tolkas med försiktighet.

Noter

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

Special-/facktidskrift

Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2009 (procent)



Läsning av special- och facktidsskrifter

Närmare en tredjedel av befolkningen läser eller tittar i minst någon special- eller facktidsskrift en genomsnittlig vecka. Bland personer mellan 45 och 64 år och bland högtbildade är andelen "veckoläsare" (38 respektive 43 procent). Flertalet special- och tidskriftsläsare tittar i enbart en tidskrift en genomsnittlig dag.

8 procent av befolkningen läser special- och facktidsskrifter 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 51 procent. Variationerna mellan olika grupper är stor – från 16 procent i åldersgruppen 9 till 14 år till 69 procent bland de högtbildade.

Läsning 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2009 (procent)

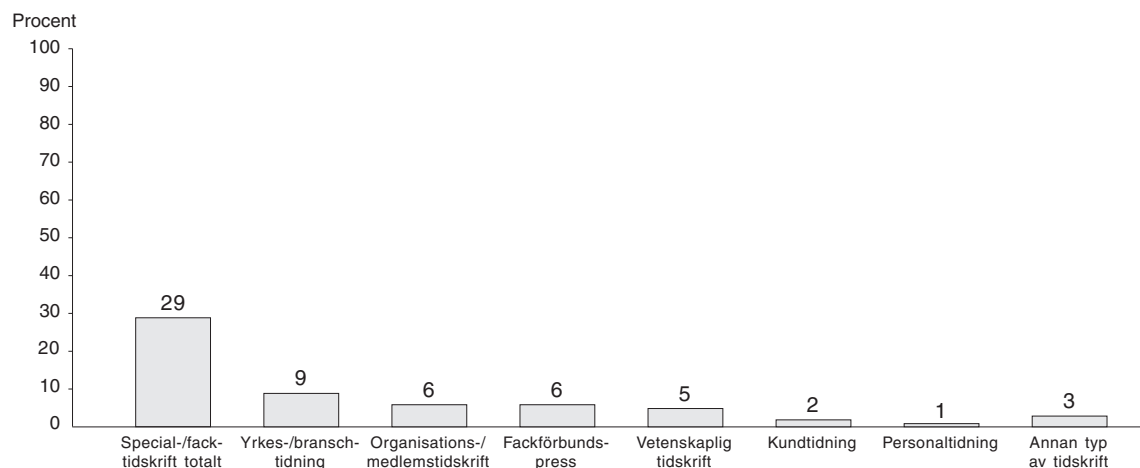
	Kön		Ålder						Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig dag</i>											
Enbart en special-/facktidsskrift	11	13	9	1	4	11	15	13	8	9	17
Två eller fler special-/facktidsskrifter	1	2	0	0	1	2	2	1	0	1	2
Mindre än ½ tim	8	9	7	1	3	9	11	7	6	7	13
½-1 tim	3	4	3	0	1	3	4	5	3	3	5
1-2 tim	1	1	0	–	0	1	1	1	0	1	1
Mer än 2 tim	0	0	0	–	–	0	0	–	–	0	0
<i>Genomsnittlig vecka</i>	29	31	27	5	12	33	38	31	23	26	43
<i>Genomsnittlig månad</i>	51	53	49	16	31	61	64	47	44	49	69

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

Special-/facktidskrift

Läsare av olika special-/facktidsskrifter 9-79 år en genomsnittlig vecka 2009 (procent)



Läsning av olika tidsskriftstyper

Special- och facktidsskriftsmarknaden rymmer bland annat tidsskrifter som är inriktade på olika yrkesområden, de något bredare organisations- och medlemstidsskrifterna och fackförbundstidningarna. Även vetenskapliga tidsskrifter samt kund- och personaltidningar ingår här. Yrkes-/branschtidningarna har störst veckoräckvidd (9 procent), därefter kommer organisations- och medlemstidsskrifterna och fackförbundstidningarna (6 procent).

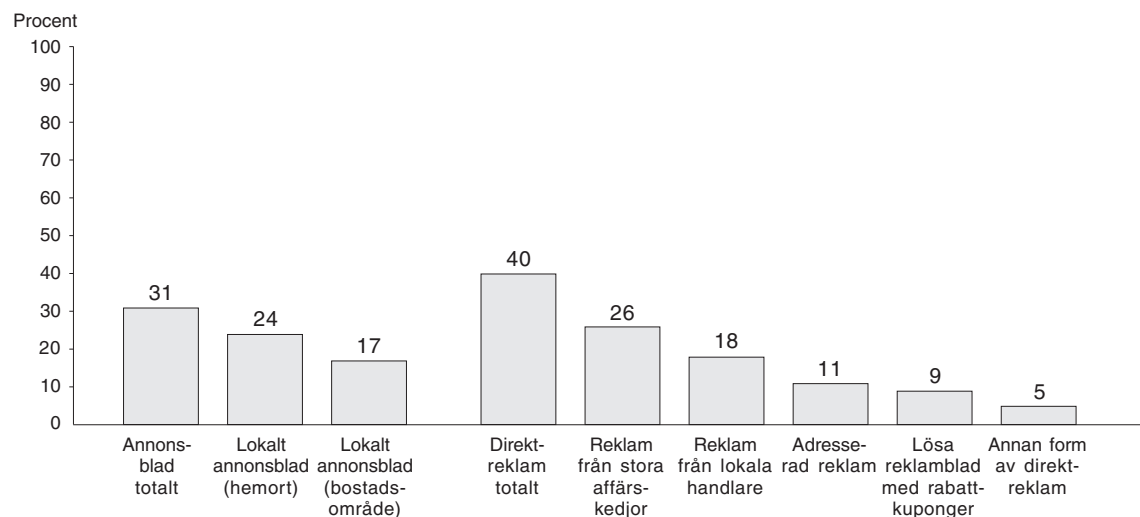
Bland 25 till 64 år och högutbildade är räckvidden för yrkes-/branschtidningarna klart störst (11 procent). Även organisations- och medlemstidsskrifterna, fackförbundstidningar och vetenskapliga tidsskrifter läses i något högre omfattning bland medelålders, äldre och högutbildade.

Läsare av olika special-/facktidsskrifter 9-79 år en genomsnittlig vecka 2009 (procent)

Typ av tidsskrift	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Yrkes-/branschtidning	9	11	7	1	2	11	11	8	6	8	13
Organisations-/medlemstidsskrift	6	6	6	1	2	6	8	8	4	5	10
Fackförbundstidning	6	4	7	—	1	7	9	5	5	5	9
Vetenskaplig tidsskrift	5	6	4	1	4	6	6	4	3	4	8
Kundtidning	2	2	1	0	0	2	2	1	1	2	2
Personaltidning	1	1	1	—	1	1	1	1	1	1	1
Annan typ av tidsskrift	3	4	2	1	1	2	4	5	3	2	4

Annonsblad/direktreklam

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Annonsblad	31	29	33	16	23	34	34	34	32	33	34
Lokalt annonsblad (hemort)	24	22	26	12	17	27	27	26	24	25	28
Lokalt annonsblad (bostadsområde)	17	16	18	6	12	17	20	21	19	18	19
Direktreklam	40	38	41	25	33	41	43	45	44	44	40
Reklam från stora affärskedjor	26	25	27	15	18	26	30	30	28	30	26
Reklam från lokala handlare	18	16	20	8	11	18	20	25	23	20	18
Adresserad reklam	11	11	11	6	10	13	11	12	10	12	12
Lösa reklamblad med rabattkuponger	9	9	10	4	8	9	10	13	13	9	9
Annan form av direktreklam	5	6	5	2	5	6	5	5	4	6	6

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.

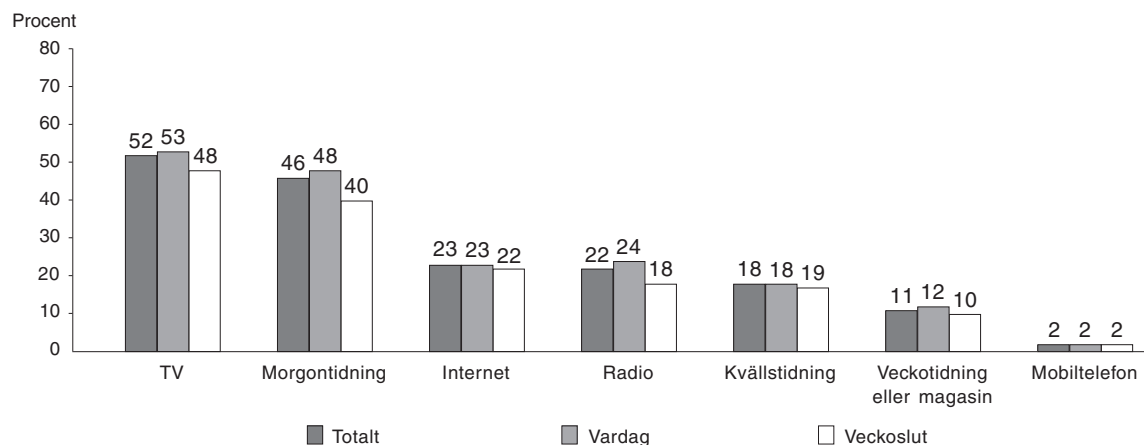
Användning av direktreklam från stora affärskedjor är vanligare än från lokala handlare. I fråga om annonsblad är det vanligare att man tar del av blad som täcker bostadsorten än de som täcker bara bostadsområdet. Adresserad reklam når 11 procent av befolkningen en genomsnittlig dag.

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

Definitionsproblem gör det något osäkert att bedöma räckvidden för reklammedier över tid. Andelarna för de senaste åren visar dock för flertalet reklammedier 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 2009 (procent)



Andel som tagit del av reklam i olika medier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
TV	52	51	53	50	50	52	53	51	52	55	49
Morgontidning	46	45	47	14	29	46	56	57	50	49	53
Internet	23	25	21	20	38	33	17	8	8	27	26
Radio	22	22	23	15	27	29	21	16	21	27	22
Kvällstidning	18	20	17	4	17	22	21	16	17	22	20
Veckotidning eller magasin	11	7	14	6	8	11	11	15	11	10	14
Mobiltelefon	2	2	2	3	5	3	1	0	1	3	2

Reklam i olika medier

Över halva befolkningen tar del av någon reklam i TV en genomsnittlig dag (52 procent) och 46 procent har tagit del av minst någon annons i morgonpressen. På vardagar är skillnaderna mindre mellan TV och morgonpress (53 procent respektive 48 procent) än på helgdagar (52 procent och 46 procent). TV-reklamen är relativt jämt spridd i olika grupper, medan andelen som tar del av reklam i morgontidningarna ökar med ålder.

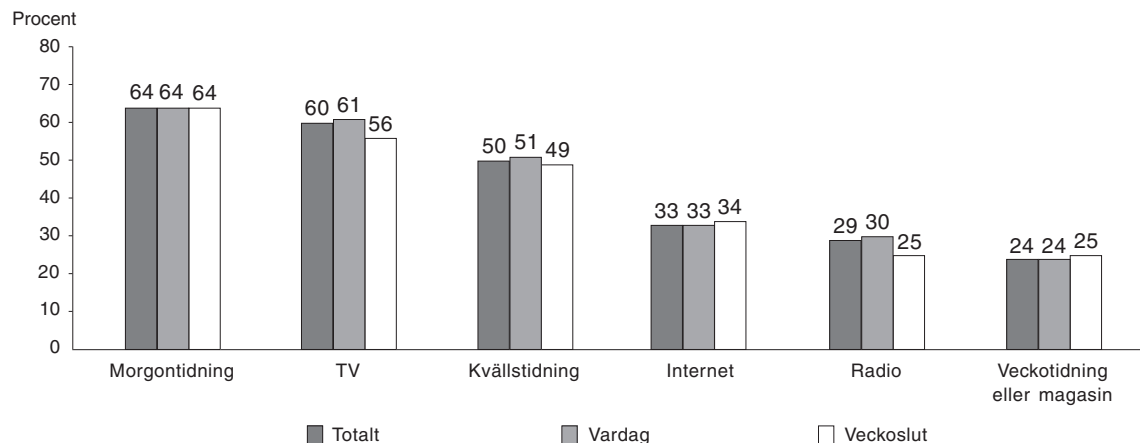
I övrigt ligger reklam på internet på 23 procent, i radio 22 procent, kvällspress 18 procent och veckotidning eller magasin 11 procent. Andelen som tog del av reklam på internet fördubblades mellan 2004 och 2008. Årets resultat antyder att ökningstakten avstannat. Andelarna är högst bland ungdomar (38 procent) och bland 25 till 44-åringar (33 procent). Män uppmärksammar i större utsträckning än kvinnor reklam på internet och högutbildade väljer internetreklam i större utsträckning än lågutbildade. I sammanhanget är det viktigt att påpeka att det kan vara svårt att urskilja vad som är information respektive reklam på internet.

Reklam i kvällspressen når 18 procent och veckotidning eller magasin 11 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.

Reklam

Andel som tagit del av reklam i olika medier *bland användare 9-79 år* en genomsnittlig vardag/veckoslut 2009 (procent)



Andel som tagit del av reklam i olika medier *bland användare 9-79 år* en genomsnittlig dag 2009 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Morgontidning	64	63	65	33	54	67	67	64	61	68	67
TV	60	58	61	55	60	62	61	56	58	63	59
Kvällstidning	50	51	49	24	51	53	52	46	42	54	54
Internet	33	34	32	28	43	40	26	21	20	38	33
Radio	29	27	30	26	38	38	25	19	24	33	27
Veckotidning eller magasin	28	22	31	13	25	32	32	27	25	28	35

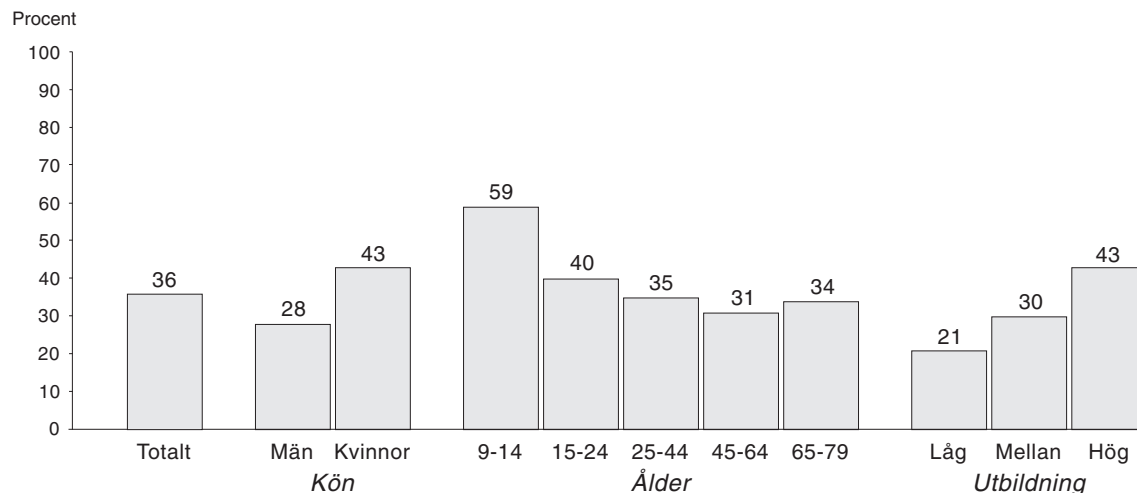
Reklam-användarna

Även när det gäller hur stor andel av dem som tar del av de enskilda medierna och som också uppmärksammar reklamen i dessa dominerar television och morgontidningar. Morgontidningsläsare uppmärksammar reklam i det egna mediet något mer än vad TV-tittare gör (64 respektive 60 procent). Skillnaden mellan vardag och veckoslut är liten.

Hälften av kvällstidningsläsarna tar del av reklamen i tidningen. Internet ligger totalt något högre (33 procent) än radio (29 procent). Vecko-/månadstidningar ligger lägre (28 procent).

Uppmärksamheten för reklam i TV och morgonpress är i stort sett densamma i alla grupper, morgontidningarnas annonser uppmärksammas dock i låg utsträckning av barn och ungdomar – och TV-reklamen uppmärksammas relativt sett mindre av de äldsta som till stor del är SVT-tittare. I ungdomsgruppen 15 till 24 år dominerar tittande på reklam i TV, 60 procent, och internet, 43 procent.

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)



Läser böcker

Andelen läsare en genomsnittlig dag uppgår till 36 procent. 43 procent av kvinnorna är bokläsare medan andelen bland män är 28 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, 59 procent. Högutbildade är flitigare bokläsare än andra grupper, 43 procent har läst eller tittat i en bok en genomsnittlig dag.

Under det senaste decenniet har den totala bokläsningen legat relativt stabil men små upp och nedgångar i flertalet grupper.

Anmärkning

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

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2009 (procent)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		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
2009 ²	36	28	43	59	40	35	31	34	21	30	43

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 2009 (procent)

		%			%
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	36	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	22
	Vuxna 18-79 år	33		Tjänstemän	39
	Barn/ungdom 9-17 år	56		Högre tjänstemän/akademiker	44
Kön	Män 9-79 år	28		Egna företagare	34
	Kvinnor 9-79 år	43		Pensionärer	45
				Studerande	32
				Arbetslösa	26
	Män 18-79 år	25	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	34
	Kvinnor 18-79 år	40		Två personer (18 år och äldre)	33
	Pojkar 9-17 år	47		Tre eller fler (18 år och äldre)	34
	Flickor 9-17 år	65			
Ålder	9-14 år	59	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	38
	15-19 år	45		Äldre vuxna (45-79 år)	31
	20-24 år	34		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	33
	25-34 år	37		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	34
	35-44 år	34	Hushåll (9-79 år)	En person	35
	45-54 år	32		Två personer	32
	55-64 år	30		Tre personer	38
	65-79 år	34		Fyra personer eller fler	41
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	19	Hemort (9-79 år)	Stockholmsregionen	46
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	24		Malmöregionen	41
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	26		Göteborgsregionen	41
	Gymnasial utbildning > 2 år	32		Större städer	37
	Högskola/universitet ≤ 3 år	41		Pendlingskommuner	33
	Högskola/universitet > 3 år	45		Glesbygdskommuner	27
				Varuproducerande kommuner	30
				Övriga kommuner	32

Bokläsaren

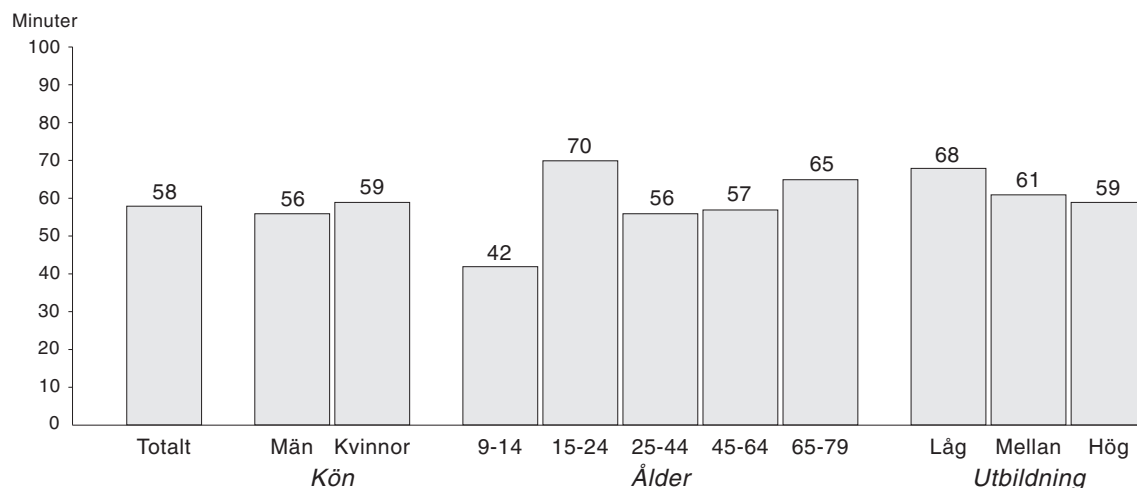
Den stora skillnaden i bokläsning går efter ålder och kön. De yngsta läser böcker i betydligt högre grad än äldre, inte minst genom skolan, och kvinnor läser böcker i större utsträckning än män (42 respektive 30 procent). Den verkliga gruppen högkonsumenter är unga flickor med 65 procent läsare en genomsnittlig dag. Även pojkar 9 till 17 år ligger över genomsnittet för bokläsning (47 procent). Utbildningsnivån har också betydelse för bokläsningen. Högutbildade är flitigare bokläsare än de med lägre utbildning. Bland högre tjänstemän/akademiker är bokläsning dubbelt så vanlig som bland arbetare. Bokläsningen är också något mera utbredd i storstadsområdena än i landsorten. Högst är den i Stockholm, 46 procent och lägst i glesbygdskommuner, 27 procent.

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.

Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (minuter)



Lästid bland läsare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2009 (minuter)

År	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1986 ²	68	68	69	46	82	71	64	65	64	79	71
1987 ²	64	62	65	44	72	62	70	72	60	76	66
1989 ²	61	58	64	41	68	63	69	59	68	57	70
1991 ²	58	64	53	46	72	53	52	68	49	58	74
1993 ²	59	60	58	42	75	57	57	61	58	57	66
1995	64	59	68	51	89	60	57	65	64	68	68
1997	61	57	64	51	72	60	57	69	67	61	61
1999	55	54	56	37	76	54	56	59	59	52	62
2001	62	57	66	52	77	60	58	66	56	64	65
2002	55	50	58	38	66	55	51	65	52	57	59
2003	55	54	57	44	61	56	56	62	59	57	58
2005	56	51	58	34	59	56	56	67	62	55	60
2006 ³	53	51	54	38	60	46	54	67	67	52	53
2007 ³	51	50	51	35	51	48	51	68	60	50	54
2008 ³	50	48	52	39	58	46	50	62	53	54	51
2009 ^{3,4}	58	56	59	42	70	56	57	65	68	61	59

Lästid bland läsarna

Lästiden bland dem som läst eller tittat i minst en bok ligger på 58 minuter en genomsnittlig dag. Lästiden varierar förhållandevis lite mellan olika grupper av befolkningen. Skolbarn 9 till 14 år, som alltså i större utsträckning än andra grupper läser böcker, avsätter dock kortare tid för bokläsning.

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

Anmärkning

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

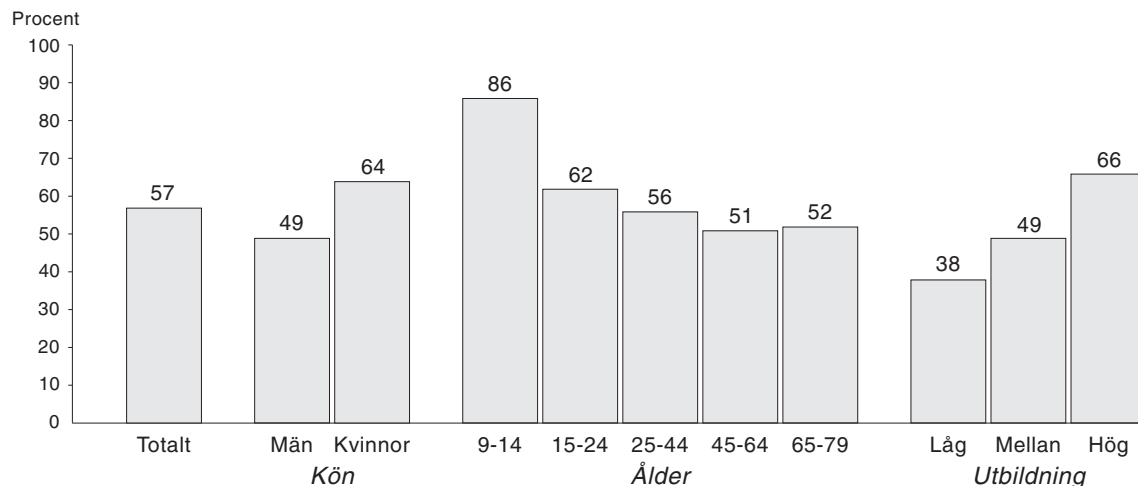
Lästiden är baserad på en fråga, där svarspersonerna utifrån på förhand angivna tidsintervall fått göra en uppskattning av sin lästid under gårdagen. Intervallen har sedan omräknats till genomsnittlig lästid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*).

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

Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2009 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka/dag 1995-2009 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig vecka</i>											
1995	63	57	69	96	74	63	54	47	43	61	83
1999	58	50	67	86	65	57	52	45	37	49	74
2003	56	46	66	88	58	54	54	47	36	50	69
2005	60	51	68	89	65	58	57	51	39	52	72
2007 ¹	58	48	68	85	62	57	54	51	37	50	69
2009 ¹	57	49	64	86	62	56	51	52	38	49	66
<i>Någon ljudbok</i>											
2009	6	7	6	4	3	7	8	7	5	8	7
<i>Genomsnittlig dag</i>											
Enbart en bok	33	26	39	53	34	32	29	32	21	28	38
Två böcker	2	2	2	2	3	2	1	2	0	1	3
Tre eller fler	1	1	2	3	3	1	1	0	0	1	2
Mindre än ½ tim	11	9	12	28	9	11	9	7	5	7	12
½-1 tim	15	12	18	21	15	15	14	14	8	13	17
1-2 tim	7	5	8	6	9	6	6	10	6	6	9
2-3 tim	3	2	3	1	3	2	2	3	2	2	3
Mer än 3 tim	1	1	2	2	3	1	1	1	1	1	2

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 (64 procent), de yngsta (86 procent) och högtutbildade (66 procent). De mönster som visat sig i läsning en genomsnittlig dag förstärks följaktligen i "veckoläsningen".

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

Nästan 30 procent av befolkningen ägnar böcker som mest en timma en genomsnittlig dag och 11 procent läser mer än en timma. Bland dem som ägnar en timma eller mer åt bokläsning är ungdomar, kvinnor, pensionärer och högtutbildade 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.

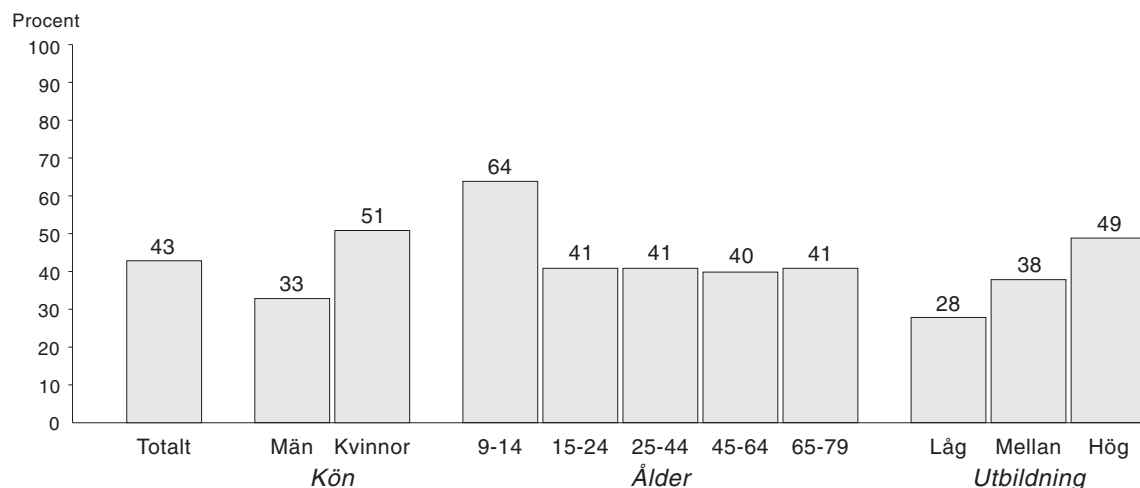
Anmärkning

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 2009 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2001-2009 (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
2009 ¹	37	27	45	18	34	38	40	40	27	36	47
<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
2009 ¹	6	6	7	47	8	3	1	1	1	1	2
<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
2009 ¹	43	33	51	64	41	41	40	41	28	38	49

Läsare av skönlitteratur, barn- och ungdomslitteratur

Skönlitteratur är den klart dominerande bokgenren i befolkningen, 37 procent läser skönlitteratur en genomsnittlig vecka. Om kategorin vidgas med barn- och ungdomslitteratur ökar andelen till 43 procent. Läsning av skönlitteratur har legat på en stabil nivå sedan slutet av 1990-talet. Även läsningen av barn- och ungdomslitteratur är oförändrat stabil.

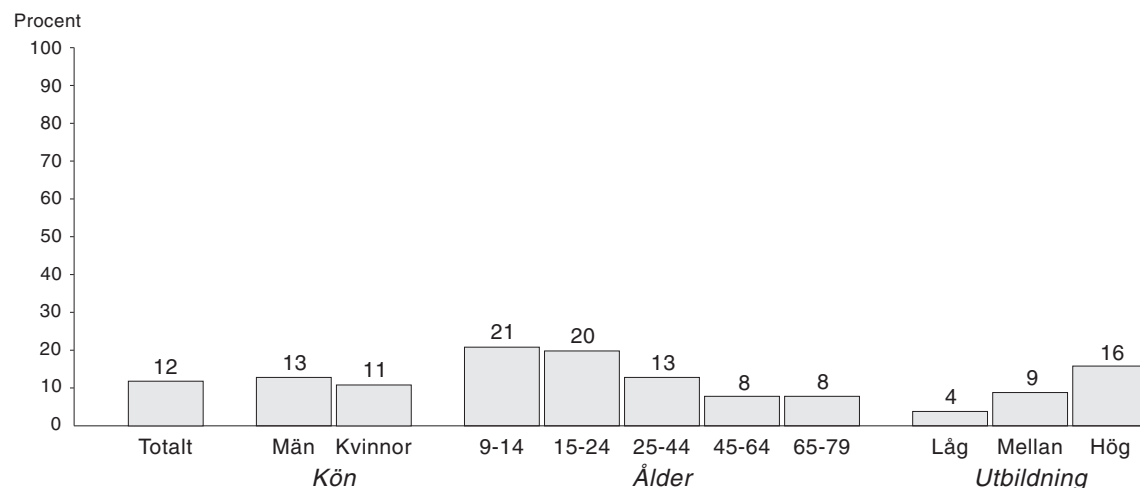
Läsning av skönlitteratur är betydligt mer utbredd bland kvinnor (51 procent) än män (33 procent). Barn- och ungdomsböcker läses framför allt av dem mellan 9 och 14 år (47 procent).

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

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 2009 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 1999-2009 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Facklitteratur/kurs-/lärobok</i>											
1999	22	22	22	37	39	23	14	9	9	16	30
2001	18	20	16	25	35	19	12	9	8	14	26
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
2009 ¹	12	13	11	21	20	13	8	8	4	9	16

Not

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

Läsare av facklitteratur

12 procent av befolkningen läser facklitteratur och/eller någon kurs-/lärobok en genomsnittlig vecka. Läsningen av facklitteratur/kurs-/lärobok har uppvisat en nedgång sedan slutet av 1990-talet, vilket säkerligen har att göra med att internet används i allt större utsträckning för motsvarande behov. Läsningen är högst bland barn och ungdomar (21 procent respektive 20 procent) vilket är en avspeglning av läroboksläsningen. Samtidigt är det i dessa grupper som nedgången i läsningen noterats de senaste åren. Med högre utbildning ökar vanan att läsa facklitteratur. För facklitteratur finns inga skillnader mellan könen.

Andel som läser skönlitteratur/barn- och ungdomslitteratur (S) samt facklitteratur/kurs- och lärobok (F) en genomsnittlig vecka 2009 (procent)

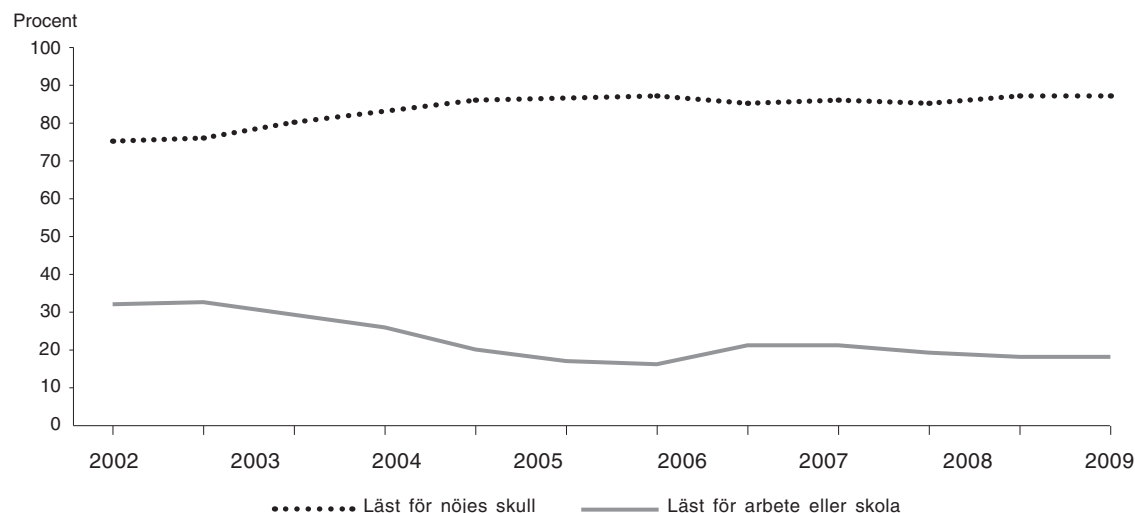
		S	F			S	F
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	43	12	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	32	6
	Vuxna 18-79 år	40	11		Tjänstemän	50	10
	Barn/ungdom 9-17 år	59	21		Högre tjänstemän/akademiker	54	18
Kön	Män 9-79 år	33	13		Egna företagare	44	13
	Kvinnor 9-79 år	51	11		Pensionärer	39	7
					Studerande	34	29
	Män 18-79 år	29	11		Arbetslösa	34	8
	Kvinnor 18-79 år	49	10				
	Pojkar 9-17 år	52	23				
	Flickor 9-17 år	65	20	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	37	13
					Två personer (18 år och äldre)	41	10
Ålder	9-14 år	64	21		Tre eller fler (18 år och äldre)	39	12
	15-19 år	44	21	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	39	19
	20-24 år	36	18		Äldre vuxna (45-79 år)	39	8
	25-34 år	40	17		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	43	10
	35-44 år	42	11		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	39	11
	45-54 år	41	8	Hushåll (9-79 år)	En person	38	13
	55-64 år	39	8		Två personer	40	9
	65-79 år	41	8		Tre personer	43	12
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	26	4		Fyra personer eller fler	47	15
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	33	3	Hemort (9-79 år)	Stockholmsregionen	49	14
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	35	6		Malmöregionen	49	12
	Gymnasial utbildning > 2 år	39	10		Göteborgsregionen	48	14
	Högskola/universitet ≤ 3 år	47	14		Större städer	43	12
	Högskola/universitet > 3 år	51	17		Pendlingskommuner	41	13
					Glesbygdskommuner	32	10
					Varuproducerande kommuner	38	11
					Övriga kommuner	39	10

Läsare av skön- och facklitteratur

Utmärkande för andelen läsare av skönlitteratur och/eller barn- och ungdomslitteratur är de höga andelarna bland barn och unga flickor (65 procent) samt högre tjänstemän/akademiker (54 procent) och den lägre läsningen bland lågutbildade med nioårig skola (26 procent) och vuxna män (29 procent).

Andelen läsare av facklitteratur/kurs- och läroböcker är 11 procent och uppvisar inte något lika entydigt mönster. De flitigaste läsarna återfinns bland barn och unga 9 till 19 år (21 procent) och naturligt nog studerande (29 procent). Lågutbildade läser i mindre omfattning (4 procent). Mönstret är i stort sett detsamma som under de senaste åren.

Andel som har läst bok för nöjes skull och för arbete eller skola bland bokläsare 9–79 år en genomsnittlig dag 2002-2009 (procent)



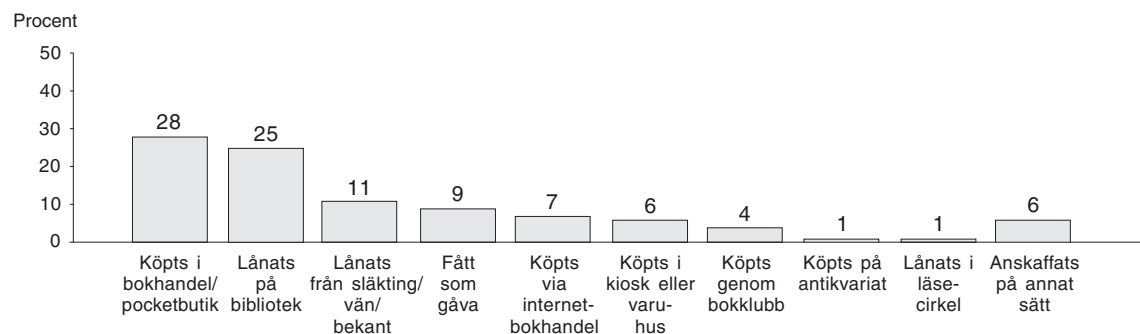
Nöjesläsning

Bokläsarna läser i stor utsträckning böcker för nöjes skull, andelen uppgår till 87 procent – för tio år sedan var motsvarande siffra 79 procent. Samtidigt som nöjesläsningen ökat under senare år har läsningen för arbetet/skola minskat från 33 procent 1999 till 18 procent 2009. Andelen nöjesläsare är lägre bland barn och ungdomar jämfört med övriga grupper medan andelen som läst för arbete eller skola är förhållandevis hög bland barn och ungdomar.

Andel som har läst bok för nöjes skull och för arbete eller skola bland bokläsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1999-2009 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Läst för nöjes skull											
1999	76	73	78	64	51	78	87	99	90	84	77
2001	83	83	83	71	59	85	93	99	98	83	89
2003	87	84	89	73	69	88	96	98	96	91	90
2005	85	82	87	70	62	86	94	98	95	89	87
2007	85	83	87	67	61	89	95	98	98	89	91
2009	87	84	90	68	67	91	96	99	97	92	92
Läst för arbete eller skola											
1999	33	36	30	50	63	29	20	2	9	22	34
2001	26	27	26	46	59	25	12	1	7	22	22
2003	17	20	15	36	37	18	7	2	5	12	16
2005	21	24	18	37	49	20	10	3	6	15	20
2007	19	22	17	40	45	16	9	3	4	14	15
2008	18	21	16	40	47	14	9	3	6	13	14
2009	18	22	16	46	41	13	8	2	3	11	13

Anskaffning av böcker *bland dem som läst någon bok 9-79 år* den senaste veckan 2009 (procent)



Anskaffning av böcker *bland dem som läst någon bok 9-79 år* den senaste veckan 2009 (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	28	28	27	11	22	32	34	27	25	31	33
Lånats på bibliotek	25	26	24	51	32	17	17	24	22	18	18
Lånats från släkt/ vän/bekant	11	8	14	5	9	12	12	16	16	13	12
Fått som gåva	9	10	9	12	9	9	9	7	8	8	9
Köpts via internet- bokhandel	7	7	8	1	8	12	8	3	5	8	11
Köpts i kiosk eller i varuhus	6	7	6	4	5	9	7	5	5	8	6
Köpts genom bokklubb	4	4	5	2	0	3	6	8	7	5	5
Köpts på antikvariat	1	2	1	–	1	1	1	3	4	1	1
Laddats ned från internet	1	2	0	0	1	1	1	0	1	2	1
Lånats i läsecirkel	1	0	1	–	0	1	1	2	1	1	1
Anskaffats på annat sätt	6	6	5	12	11	2	4	5	5	6	3

Anskaffning

De flesta bokläsare skaffar böcker från bokhandel (28 procent) och bibliotek (25 procent). Bibliotekens roll försvagades efter 1999, men nedgången förefaller ha avstannat. I övrigt är anskaffningsmönstren stabila över tid.

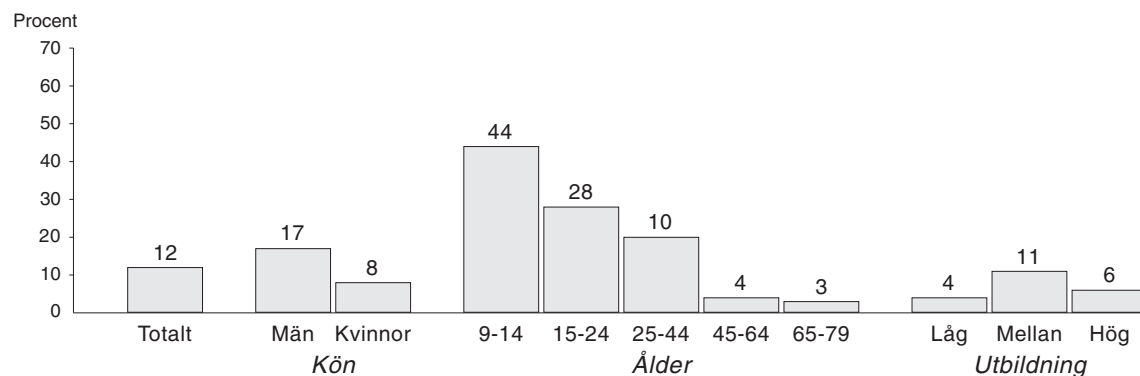
Medel- och högutbildade samt medelålders personer köper i förhållandevis stor utsträckning böcker i bokhandeln medan barn och ungdomar lånar på bibliotek.

Andelen som läser en bok som man har lånat från vänner och bekanta är 11 procent medan andelen som läser böcker de har fått som gåva är 9 procent. Att köpa via internetbokhandel har blivit något vanligare, andelen är 7 procent och är högst bland yngre medelålders och högutbildade (12 respektive 11 procent). Köp via kiosk eller bokklubb ligger på 6 respektive 4 procent. Få personer införskaffar böcker via läsecirkel, antikvariat eller genom att ladda ned böcker från internet.

Dator-/TV-/internetspel

12%

Dator-/TV-/internetspelanvändare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)



Dator-/TV-/internetspelanvändare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2004-2009 (procent/minuter)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>TV- och internetspel: Genomsnittlig dag</i>											
2004	7	10	4	24	16	6	2	2	3	6	3
2005	9	14	5	39	18	7	3	3	3	7	5
2007	14	18	10	52	32	10	5	3	6	11	7
2008	13	18	9	48	28	12	5	4	6	11	8
2009	12	17	8	44	28	10	4	3	4	11	6
<i>Genomsnittlig vecka</i>											
2004	17	24	11	69	38	15	6	4	6	15	8
2005	20	28	12	75	39	18	7	6	9	17	11
2007	28	33	22	86	55	26	14	6	12	26	17
2008	26	33	19	71	52	25	13	7	11	24	19
2009	25	32	19	71	53	26	10	7	10	24	17
<i>Speltid bland spelare (minuter)</i>											
2007	87	105	55	95	109	73	43	— ¹	— ¹	94	53
2008	75	86	50	77	103	60	48	— ¹	— ¹	76	52
2009	76	92	46	75	96	64	53	46	98	69	63

Dator-/TV- och internetspel

En genomsnittlig vecka spelar 25 procent av befolkningen något dator-/TV- eller internetbaserat spel. En genomsnittlig dag är andelen 12 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. En genomsnittlig vecka har även en fjärdedel av 25 till 44-åringarna spelat något spel. Endast 3 procent av pensionärerna spelar en genomsnittlig dag och under veckan ligger andelen på 7 procent. Spelandet är också vanligare bland män än bland kvinnor och medelutbildade spelar i större utsträckning än låg- och högutbildade.

Anmärkning

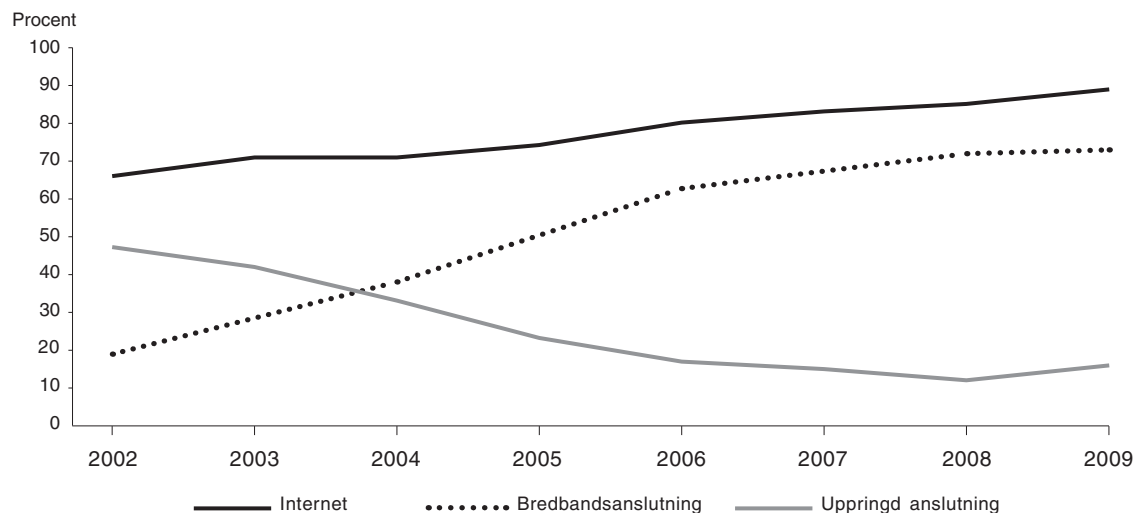
Svarspersonerna har utifrån på förhand angivna intervall fått ange hur länge de spelade under gårdagen. Intervallen har sedan omräknats till genomsnittlig speltid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*). Tabellen redovisar genomsnittlig speltid bland dem som spelar dator-/TV- eller internetspel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

Not

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

Internet

Andel 9-79 år som har tillgång till internet via dator i hemmet 2002-2009 (procent)



Tillgång till internet och bredband i hemmet

Närmare 90 procent av befolkningen har tillgång till internet via dator i hemmet. Nästan alla högre tjänstemän/akademiker, studerande, små- och skolbarnsföräldrar samt ungdomar har tillgång till internet i hemmet. Lågst är tillgången till internet bland pensionärer (66 procent) och lågutbildade (67 procent).

Omfattningen av internetanvändningen är i hög grad kopplad till tillgången till bredband. Andelen som har tillgång till internet via bredband har ökat från 19 procent år 2002 till 73 procent 2009.

Tillgången till bredband är högst, bland ungdomar och medelålders, 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 fortfarande märkbar.

Andel 9-79 år som har tillgång till internet i hemmet 2009 (procent)

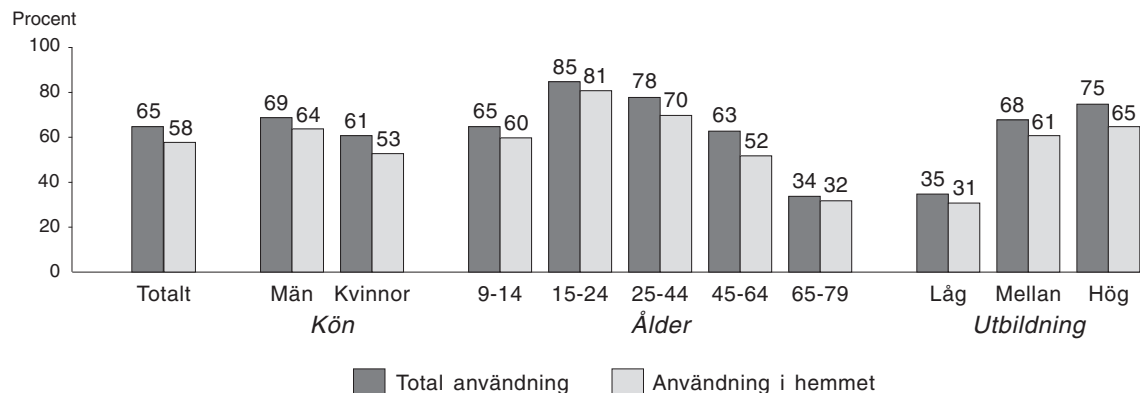
	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Internet totalt	90	91	89	98	99	98	91	67	68	93	95
Internet via dator	89	91	88	96	98	97	90	66	67	93	95
Bredbandsanslutning	73	75	72	79	80	82	73	54	55	77	77
Uppringd anslutning	16	16	16	17	18	15	17	13	12	16	18
Internet via annan apparat	26	28	23	32	39	35	20	9	11	27	29

Internet

Andel som har tillgång till internet i hemmet (A) och bredband (B) i befolkningen 2009 (procent)

		A	B			A	B
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	89	73	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	91	74
	Vuxna 18-79 år	88	72		Tjänstemän	98	80
	Barn/ungdom 9-17 år	97	79		Högre tjänstemän/akademiker	98	81
Kön					Egna företagare	97	83
	Män 9-79 år	91	75		Pensionärer	69	56
	Kvinnor 9-79 år	88	72		Studerande	98	81
					Arbetslösa	91	74
	Män 18-79 år	90	74	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	74	62
	Kvinnor 18-79 år	87	71		Två personer (18 år och äldre)	90	74
	Pojkar 9-17 år	98	77		Tre eller fler (18 år och äldre)	97	79
Ålder	Flickor 9-17 år	97	81				
				Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	95	83
	9-14 år	96	79		Äldre vuxna (45-79 år)	78	63
	15-19 år	99	80		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	98	80
	20-24 år	96	80		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	99	81
	25-34 år	96	82	Hushåll (9-79 år)	En person	71	60
	35-44 år	98	82		Två personer	85	70
	45-54 år	94	77		Tre personer	96	78
	55-64 år	87	70		Fyra personer eller fler	98	80
	65-79 år	66	54				
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	62	51	Hemort (9-79 år)	Stockholmsregionen	92	75
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	76	64		Malmöregionen	95	81
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	92	76		Göteborgsregionen	94	79
	Gymnasial utbildning > 2 år	93	77		Större städer	90	74
	Högskola/universitet ≤ 3 år	93	75		Pendlingskommuner	90	73
	Högskola/universitet > 3 år	96	79		Glesbygdskommuner	78	62
					Varuproducerande kommuner	86	67
					Övriga kommuner	87	72

Användare 9-79 år totalt och i hemmet en genomsnittlig dag 2009 (procent)



Användare 9-79 år totalt och i hemmet en genomsnittlig dag/vecka 1999-2009 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Total användning</i>											
1999	31	35	26	31	45	40	29	4	10	31	50
2001	35	41	30	29	49	50	31	7	13	37	51
2003	33	38	29	28	42	43	34	9	14	37	43
2005	42	46	38	34	54	54	44	15	21	46	53
2007 ¹	64	68	60	64	86	77	65	29	33	68	75
2008 ¹	68	72	64	66	86	80	66	39	38	71	78
2009 ¹	65	69	61	65	85	78	63	34	35	68	75
<i>Användning i hemmet</i>											
1999	12	15	9	13	16	17	10	3	5	14	18
2001	25	29	21	20	35	36	21	7	9	26	35
2003	21	24	18	19	23	26	21	8	10	23	26
2005	27	30	24	23	32	32	27	13	15	28	32
2007 ¹	56	62	51	59	81	66	54	27	29	59	64
2008 ¹	60	65	56	60	82	70	55	38	33	63	69
2009 ¹	58	64	53	60	81	70	52	32	31	61	65

Internetanvändningen

65 procent av befolkningen använder internet en genomsnittlig dag. Detta avser den totala användningen oavsett om den sker i bostaden, på arbetet/skolan eller annan plats, och oavsett om den ingår i ett arbete eller om den är av privat karaktär. Det är fler män än kvinnor bland internetanvändarna, fler unga än äldre och fler högtbildade än lågtbildade. I ungdomsgruppen använder 81 procent internet en genomsnittlig dag medan motsvarande siffra för äldre är 34 procent. Bland högtbildade är andelen 75 procent och bland lågtbildade 35 procent. Den sociala ojämlikheten är fortfarande klart märkbar.

Andelen som en genomsnittlig dag använder internet i hemmet är 58 procent. Under senare år har användningen av internet i hemmet ökat, 1999 var andelen 12 procent, en ökning som till stora delar kan rubriceras som en bredbandseffekt men även en ökad användning av internet bland pensionärer bidrar till resultatet. Mönstren i användningen liknar i huvudsak de som redovisas för den totala internetanvändningen.

Anmärkning

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

Internet

Andel användare totalt (A) och i hemmet (B) en genomsnittlig dag 2009 (procent)

		A	B			A	B
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	65	58	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	63	54
	Vuxna 18-79 år	64	56		Tjänstemän	77	63
	Barn/ungdom 9-17 år	73	68		Högre tjänstemän/akademiker	82	71
Kön					Egna företagare	76	63
	Män 9-79 år	69	64		Pensionärer	36	36
	Kvinnor 9-79 år	61	53		Studerande	89	86
					Arbetslösa	72	69
	Män 18-79 år	68	62	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	56	49
	Kvinnor 18-79 år	60	51		Två personer (18 år och äldre)	63	55
	Pojkar 9-17 år	77	73		Tre eller fler (18 år och äldre)	76	69
Ålder	Flickor 9-17 år	68	62	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	81	74
					Äldre vuxna (45-79 år)	48	42
	9-14 år	65	60		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	77	67
	15-19 år	87	83		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	77	70
	20-24 år	83	79	Hushåll (9-79 år)	En person	52	45
	25-34 år	81	75		Två personer	55	49
	35-44 år	76	67		Tre personer	74	66
	45-54 år	68	55		Fyra personer eller fler	76	69
Utbildning (16-79 år)	55-64 år	59	49	Hemort (9-79 år)	Stockholmsregionen	71	63
	65-79 år	34	32		Malmöregionen	75	68
	Förgymnasial utbildning < 9 år	30	27		Göteborgsregionen	69	60
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	46	39		Större städer	66	59
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	61	55		Pendlingskommuner	66	58
	Gymnasial utbildning > 2 år	71	63		Glesbygdskommuner	50	44
	Högskola/universitet ≤ 3 år	72	62		Varuproducerande kommuner	57	49
	Högskola/universitet > 3 år	78	68		Övriga kommuner	62	55

Andelen internetanvändare

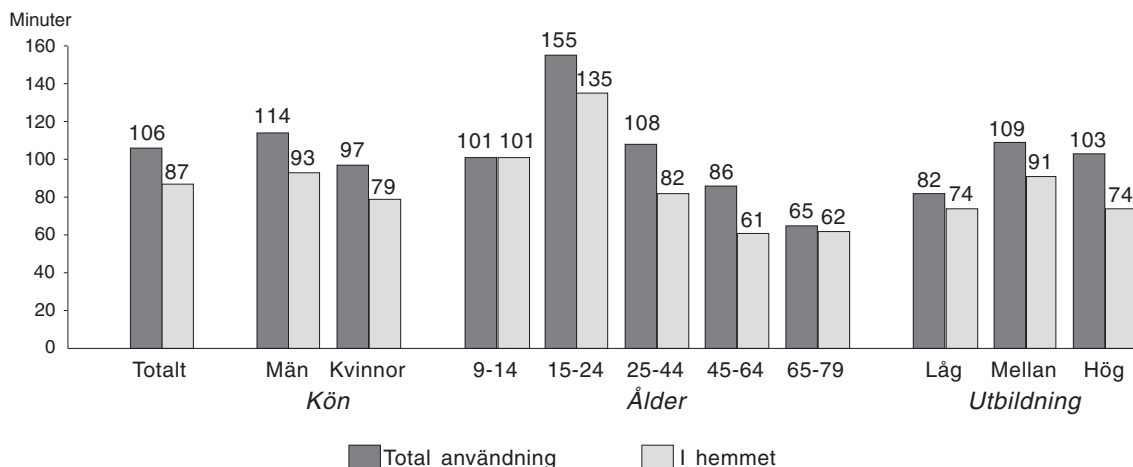
Den totala internetanvändningen en genomsnittlig dag skiljer sig markant mellan olika grupper. De högsta andelarna användare finns bland unga 20 till 24 år (87 procent) och högre tjänstemän/akademiker (82 procent). De lägsta andelarna användare återfinns bland lågutbildade och pensionärer (30 och 34 procent). Storstadsområden och pendlingskommuner har en något högre andel internetanvändare än övriga landet.

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

Anmärkning

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

Användartid bland internetanvändare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (minuter)



Användartid bland internetanvändare¹ 9-79 år totalt och i hemmet en genomsnittlig dag 1999-2009 (minuter)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg ³	Mellan	Hög
<i>Total användning</i>											
1999	62	65	57	46 ²	63	69	60	— ³	62 ²	61	68
2001	65	71	58	54 ²	77	66	61	39 ²	55 ²	63	71
2003	72	76	65	50 ²	76	80	68	39 ²	53 ²	81	71
2005	75	85	64	62 ²	85	79	73	51 ²	58 ²	78	77
2006	90	100	79	77	132	94	76	50	77	89	90
2007	96	105	83	82	128	104	85	53	74	95	99
2008	101	112	90	83	141	112	86	58	90	97	106
2009	106	114	97	101	155	108	86	65	82	109	103
<i>Användning i hemmet</i>											
1999	41	43	37	39 ²	49	42	37	— ³	44 ²	37	41
2001	47	52	40	58 ²	63	46	38	22 ²	49 ²	47	42
2003	48	56	39	47 ²	84	49	35	36 ²	41 ²	60	36
2005	55	60	48	73 ²	88	53	39	48 ²	46 ²	51	48
2006	73	83	61	75	121	70	52	48	68	70	66
2007	71	80	61	81	114	65	54	50	58	73	62
2008	77	86	67	80	123	77	56	54	73	75	72
2009	87	93	79	101	136	82	61	62	74	91	74

Den totala tiden för internetanvändning

Den totala tiden för internetanvändning bland nätanvändare – oavsett användningsplats och användningsområde – är 106 minuter en genomsnittlig dag. Motsvarande siffra för internetanvändning i hemmet är 87 minuter. Den totala tiden för internetanvändning fortsätter att öka i samtliga grupper 2009 trots att andelen användare stagnerat jämfört med 2007.

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

Anmärkning

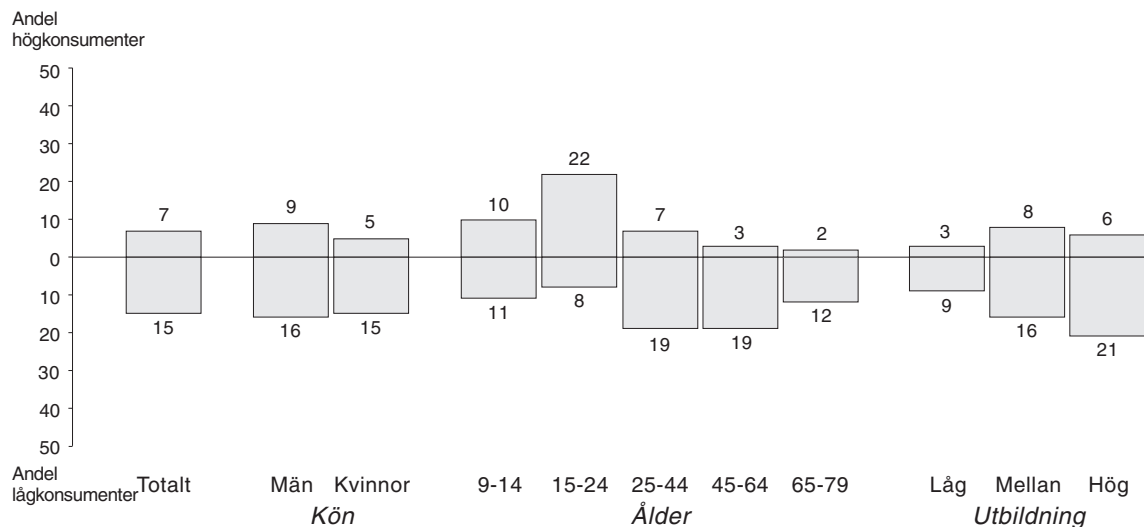
Svarspersonerna har utifrån på förhand angivna svarsintervall fått ange hur länge de använt Internet under gårdagen. Intervallen har sedan omräknats till en genomsnittlig användartid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*) bland dem som använt internet en genomsnittlig dag. Den genomsnittliga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

Internet

Hög- och lågkonsumenter¹ 9-79 år i hemmet en genomsnittlig dag 2009 (procent)



Internetanvändningen

Det finns betydligt fler lågkonsumenter av internet än högkonsumenter. Andelen relativa högkonsumenter av internet i hemmet – de som en vanlig dag använder internet tre timmar eller mer – är 7 procent. Flest högkonsumenter återfinns bland unga (22 procent) och barn (10 procent) samt män (9 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 2009 (procent)

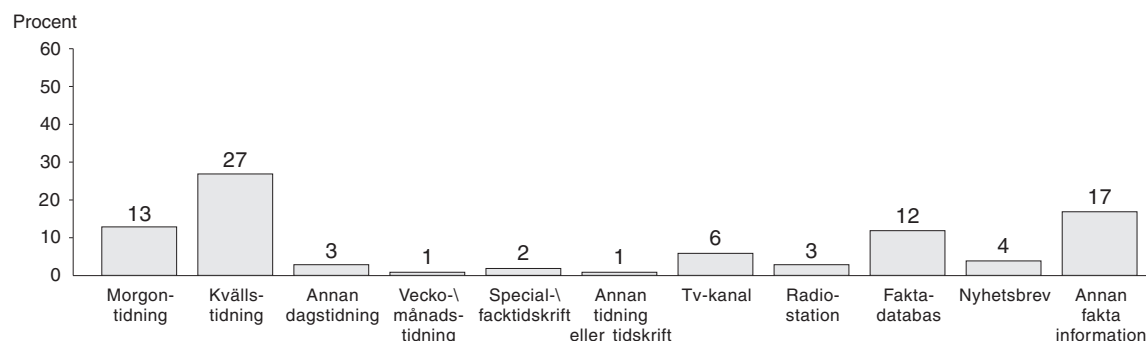
	Kön		Ålder						Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig dag i hemmet</i>											
Mindre än ½ tim	15	16	15	11	8	19	19	12	9	16	21
½-1 tim	17	17	16	15	16	22	17	11	10	17	20
1-2 tim	12	14	10	15	21	14	9	5	6	12	13
2-3 tim	6	7	6	8	14	7	4	3	3	7	6
3-4 tim	3	4	3	5	9	3	2	1	1	3	2
4-5 tim	2	2	1	3	5	2	0	0	0	2	1
Mer än 5 tim	2	4	1	2	8	3	1	1	1	3	2

Not

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

Internet

Användningsområden *bland användare* i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)



Användningsområden *bland användare* i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Morgontidning	13	15	11	1	7	18	15	13	12	13	18
Kvällstidning	27	29	24	3	23	36	28	19	25	32	30
Annan dagstidning	3	4	3	–	2	4	5	5	3	3	5
Vecko-/månadstidning	1	2	1	1	2	2	1	1	0	1	2
Special-/facktidsskrift	2	2	1	0	1	2	2	1	1	1	3
Annan tidning eller tidskrift	1	1	1	–	1	2	1	1	1	2	1
Tv-kanal	6	7	6	4	9	8	4	4	5	8	6
Radiostation	3	5	2	2	4	4	3	3	2	4	4
Faktadatabas	12	14	11	9	16	13	11	10	7	11	15
Nyhetsbrev	4	5	3	0	2	4	5	5	3	3	5
Annan fakta/information	17	17	17	7	13	19	21	21	17	18	20

Användningsområden bland användare

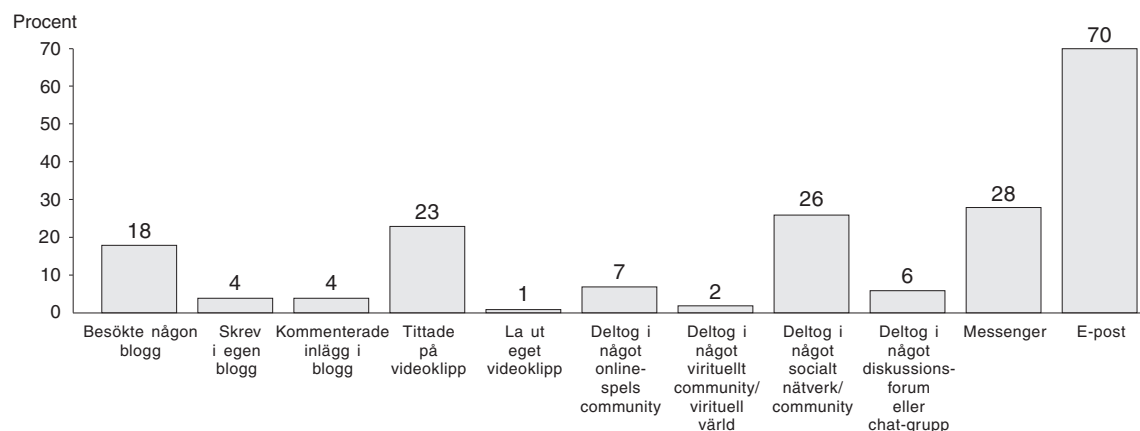
Internet är en arena som erbjuder fora för kommunikation, information, kunskap, konsumtion, shopping, underhållning, spel, opinionsbildning m m. Våra vanliga massmedier – tv, film, radio, musik, dagstidningen – återfinns på nätet, delvis i ny form med inslag av interaktivitet, på olika plattformar. Det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

Den dagliga internetanvändningen gäller främst e-post, 70 procent, och 28 procent har tagit del av någon "messenger"-tjänst. Andelen som använder e-post är högst bland kvinnor, medelålders samt medel- och högutbildade medan messengeranvändarna är yngre och medelutbildade. Av de traditionella medierna är det kvällspressen som har flest läsare på internet. Andelen som läst någon kvällstidning är 27 procent medan 13 procent har tagit del av en morgontidning. Få personer tar del av veckotidningar och tidskrifter på internet. Andelen som har varit inne på någon TV-kanals sida är 6 procent.

Den yngre och den äldre generationens användningsmönster är skiljer sig i hög grad från varandra. De unga kommunicerar direkt med varandra i nätverk och de är flitigare än äldre med att ta del av olika ljud- och bildmedier via nätet. Ungdomar använder internet för sociala nätverk (59 procent), videoklipp (51 procent) och bloggar (37 procent).

Internet

Användningsområden *bland användare* i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)



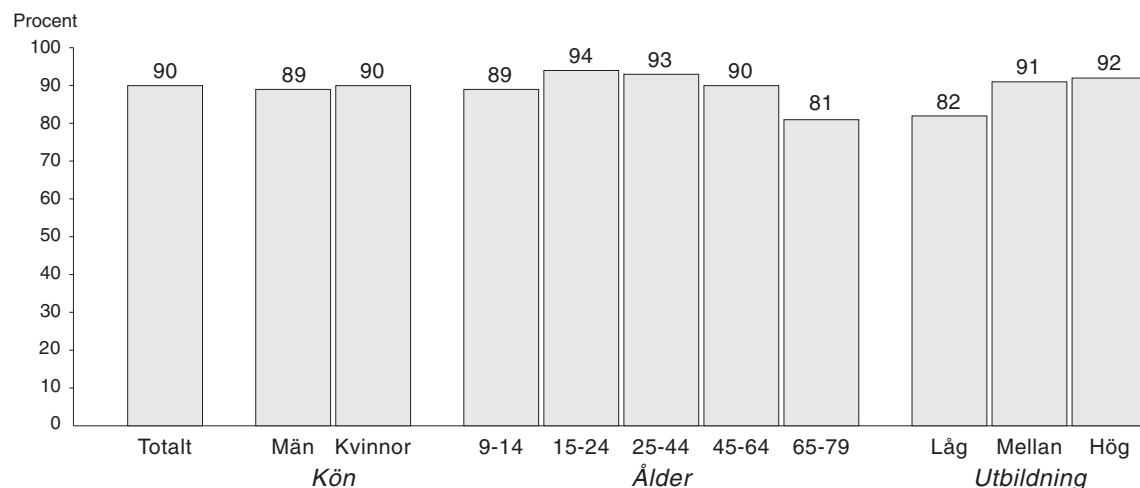
När det gäller de nya interaktiva aktiviteterna på internet märks vissa könsskillnader. Kvinnor besöker bloggar och sociala nätverk i större utsträckning än män och män ser videoklipp och deltar i diskussionsforum oftare än kvinnor. Att medelutbildade är flitigare användare av det interaktiva internet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

Användningsområden *bland användare* i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Besökte någon blogg	18	12	23	29	37	15	9	6	9	18	13
Skrev i egen blogg	4	2	6	10	8	4	1	0	2	4	2
Kommenterade inlägg i blogg	4	2	6	10	8	3	1	0	1	4	3
Tittade på videoklipp	23	29	18	55	51	19	8	6	13	22	15
Lade ut eget videoklipp	1	1	1	—	3	0	0	0	0	1	0
Deltog i något online-spels community	7	10	4	25	15	5	1	3	4	6	3
Deltog i något virtuellt community/virtuell värld	2	2	1	7	4	1	0	1	1	1	1
Deltog i något socialt nätverk/community	26	22	30	30	59	30	8	3	13	30	20
Deltog i något diskussionsforum eller chat-grupp	6	7	4	7	11	7	2	2	3	6	5
Messenger	28	29	28	64	66	23	8	6	17	30	16
E-post	70	67	74	34	66	78	75	69	65	74	79

Mobiltelefon

Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till mobiltelefon 2009 (procent)



Mobiltelefon

Mobiltelefonen innehåller en rad mediefunktioner – mp3-spelare, radio och internet. 62 procent har tillgång till radio i mobiltelefonen, 56 procent kan lyssna på mp3-filer och 9 procent kan titta på TV.

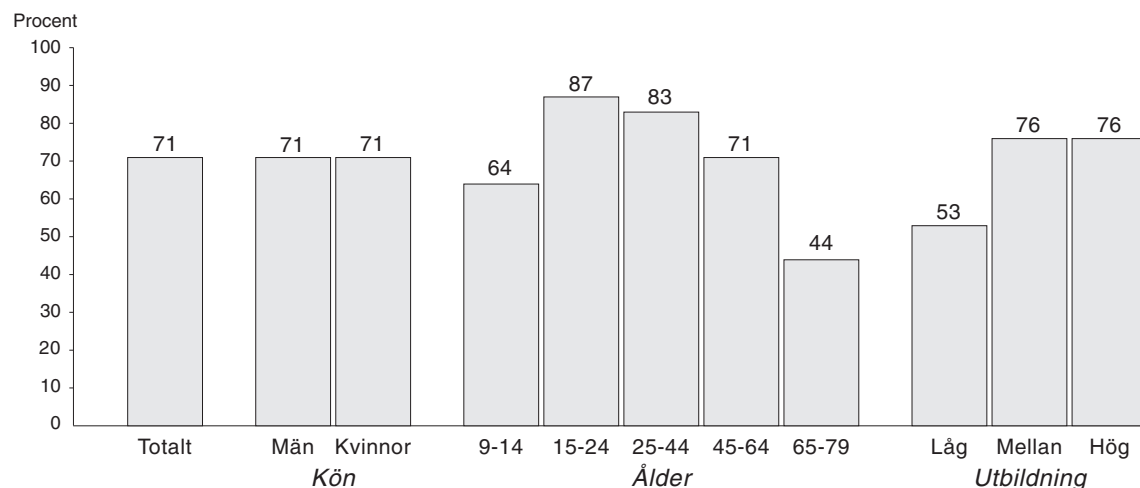
Skillnader i tillgång till olika funktioner är kopplade såväl till kön och ålder som till utbildning. Män, medelålders samt medel- och högutbildade har telefoner som kombinerar olika medier i högre utsträckning än äldre, lågutbildade och kvinnor.

Tillgång till olika mobiltelefonfunktioner bland innehavare 9-79 år 2009 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
SMS	100	100	100	100	99	100	100	99	100	100	99
Kamera	84	85	84	91	94	92	81	54	67	87	85
Spel	80	80	80	94	93	86	74	49	64	82	78
MMS	83	84	81	92	92	90	78	53	64	86	83
Internet	60	64	56	70	76	71	53	17	36	63	61
FM-radio	62	65	59	71	75	70	56	28	45	66	59
Mp3-filer	56	61	51	82	85	64	40	11	30	59	51
Elektronisk post	38	43	34	35	53	46	33	13	24	42	39
Videosamtal	34	39	29	40	50	40	26	8	21	37	31
Messenger/MSN	25	28	22	25	28	31	23	6	18	25	25
GPS-mottagare	14	19	10	7	20	18	12	4	8	16	15
Mobil-TV	9	13	5	10	11	11	7	2	6	9	9

Mobiltelefon

Mobiltelefonanvändare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (procent)



Använder mobiltelefon

80 procent av användarna använder mobiltelefonen för vanliga telefonsamtal en genomsnittlig dag och 72 procent skickar SMS. Unga använder telefonen i större utsträckning till SMS (93 procent) än till vanliga telefonsamtal (76 procent). 38 procent av barnen använder mobiltelefonen som musikspelare och 21 procent spelar spel. Den medierelaterade 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 2009 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Vanligt telefonsamtal	80	81	78	56	76	81	85	85	82	84	82
SMS	72	68	76	77	93	81	62	40	49	73	75
Mp3-filer	11	12	10	38	29	7	2	0	3	9	5
MMS	8	8	9	7	10	13	5	3	5	9	9
Spel	6	7	4	21	12	4	1	0	1	6	2
FM-radio	4	3	4	4	6	4	2	2	3	3	4
Elektronisk post	3	5	1	1	2	5	3	1	1	2	5
Messenger/MSN	1	2	1	2	3	1	1	0	1	1	1
Videoklipp	2	2	1	4	2	2	0	1	1	2	1
Videosamtal	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
Nyhetsjämsn	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1
GPS	1	2	0	–	2	2	1	–	–	2	1
Mobil-TV	0	0	–	–	0	0	–	–	–	0	0
Andra internetfunktioner	2	3	1	2	4	3	1	–	0	2	3

Tillgång till olika medier

Medieinnehav 2009

Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till olika medier i hemmet 2009 (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	66	64	67	55	55	53	75	81	71	63	69
enbart en	59	58	60	52	52	49	66	71	65	59	59
två eller fler	7	6	7	3	4	4	9	10	5	4	10
Radio	100	99	100	99	99	100	100	100	100	100	99
vanlig radioapparat	92	90	93	89	81	86	97	99	96	91	91
via internet	56	59	54	51	77	71	54	26	31	61	64
i mobil/mp3/ipod	56	59	54	71	77	66	52	28	38	61	55
bilradio	85	86	84	88	81	84	89	81	79	87	84
TV	97	97	98	100	97	95	98	99	98	97	97
vanlig TV-apparat	97	96	97	100	96	94	97	99	97	96	96
enbart en	33	31	35	11	21	38	33	46	43	31	38
två	34	35	34	34	28	30	37	41	38	34	34
tre eller fler	29	31	28	54	47	25	28	12	16	32	24
via internet	29	29	29	28	37	35	28	17	18	30	33
i mobil/mp3/ipod	5	7	3	6	7	6	4	2	4	5	5
i annan apparat	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Text-TV	93	93	93	90	94	91	95	93	92	94	92
via tv-apparat	92	91	92	90	92	89	94	93	92	92	91
via internet	22	28	18	16	30	29	21	13	15	26	23
i mobil/mp3/ipod	5	7	3	6	7	6	4	2	4	5	5
Multi-TV totalt	90	90	90	72	87	91	94	93	93	92	91
via kabel	41	39	43	30	40	43	43	42	40	42	45
via parabol	30	30	29	28	31	24	33	30	32	31	26
via mark	33	32	33	29	30	34	32	35	35	33	32
via bredband/IP-TV	10	9	10	9	10	11	10	8	8	10	10
DVD-spelare	86	87	85	97	94	91	88	65	69	90	88
enbart en	59	57	60	54	51	60	63	56	55	61	61
två eller fler	28	30	26	43	43	32	25	9	13	29	28
Video	53	52	53	66	53	47	54	50	49	51	51
enbart en	45	45	46	56	44	42	46	46	44	43	44
två eller fler	7	7	7	10	10	6	8	4	6	7	7
PVR/hårddiskmottagare	15	16	13	15	16	18	15	7	8	15	17
Persondator totalt	91	88	89	96	98	97	90	66	67	93	95
enbart en	33	36	34	17	20	34	38	47	42	39	34
två eller fler	58	52	55	79	78	63	52	19	25	54	61
Portabel dator	63	61	62	70	77	75	60	30	34	61	72
Internet via dator	89	91	88	96	98	97	90	66	67	93	95
Internet via annan apparat	26	28	23	32	39	35	20	9	11	27	29
Bredbandsanslutning	73	75	72	79	80	82	73	54	55	77	77
Mp3-spelare	46	43	45	68	81	54	32	14	20	46	46
Konsol för TV-spel	44	36	40	85	68	53	25	4	13	42	36
Bärbart spel	11	9	10	24	17	14	5	0	3	10	9

Medieinnehav 1995-2009

Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till olika medier i hemmet 1995-2009 (%)

Har tillgång i hemmet till	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Prenumeration på dagstidning	..	74	75	74	71	72	73	72	73	72	74	72	70	67	66
enbart en	..	68	68	67	64	64	66	66	68	67	67	65	63	61	59
två eller fler	..	6	7	7	7	8	6	6	5	4	6	7	7	7	7
Radio	..	..	..	..	..	..	99	98	98	98	97	98	100	100	100
vanlig radioapparat	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	93	92
via internet	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	56	56
i mobil/mp3/ipod	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	52	56
i bilen	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	86	85
TV-apparat	..	..	..	..	98	97	97	97	98	97	98	98	97	98	97
vanlig tv-apparat	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	97	97
enbart en	..	..	..	..	37	33	34	37	33	32	30	30	32	32	33
två	..	..	..	..	39	40	39	36	36	38	36	36	36	36	34
tre eller fler	..	..	..	..	20	24	24	24	29	27	32	32	30	29	29
via internet	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	26	29
i mobil/mp3/ipod	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	5	5
i annan apparat	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	1	1
Text-TV	75	80	82	85	85	88	88	88	91	90	92	93	94	94	94
via tv-apparat	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	93	92
via internet	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	20	22
i mobil/mp3/ipod	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	6	6
Multi-TV totalt	55	58	56	60	58	59	59	60	60	65	74	84	89	..	..
via kabel	35	35	33	37	37	38	37	37	38	31	35	36	45	43	41
via parabol	20	23	23	23	23	23	24	22	22	21	23	23	29	31	30
via mark (Boxer)	..	..	..	..	..	..	..	..	..	13	18	23	29	31	33
via bredband	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	3	7	10
DVD-spelare	..	..	..	..	..	7	12	22	37	53	67	78	84	85	86
enbart en	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	55	58	57	54	59
två eller fler	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	12	20	27	31	28
Video	75	81	80	83	85	85	86	83	87	86	84	81	65	57	53
enbart en	..	..	68	70	69	65	63	69	73	74	70	65	55	48	46
två eller fler	..	..	13	13	16	20	22	15	15	12	14	16	11	9	7
PVR/hårddiskmottagare	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	2	12	12	15
Persondator totalt	27	38	42	50	63	64	69	73	79	82	83	85	87	89	89
enbart en	..	..	33	41	45	44	48	47	47	48	43	41	38	36	34
två eller fler	..	..	9	9	18	20	21	26	32	34	39	45	49	53	55
Portabel dator	..	..	..	9	9	9	13	20	21	24	30	38	44	54	62
Internet via dator	3	8	17	31	47	52	60	66	71	71	74	80	83	85	89
Internet via annan apparat	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	26	26
Bredbandsanslutna	..	..	..	..	..	..	..	19	29	38	51	63	68	72	73
Mp3-spelare	..	..	..	..	..	..	..	..	..	21	32	47	54	55	45
Konsol för TV-spel	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	35	37	41	40
Bärbart spel	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	10

Fakta om undersökningen Mediebarometern

Undersökningen 2009

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

Nordicom-Sverige har sedan 1994 samordningsansvar för Mediebarometern. Datainsamlingen har efter sedvanlig upphandling genomförts av Pilen AB. Mediebarometern 2009 innefattar de medier som redovisas i det följande.

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

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

Mp3: Avser lyssnande på mp3-spelare, vilket 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. Även PVR/hårddiskmottagare ingår här.

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

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

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

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

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

Special-/facktidsskrift: Avser såväl facktidsskrifter inriktade på fack- och yrkesområden som organisationsutgivna specialtidsskrifter. Tryckt version eller 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 5/2 till 17/6 och 9/8 till 11/12 2009. 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 8 145 personer boende i Sverige. Bortfall bestående av ej telefonnummersatta urvalsenheter, felaktiga nummer, ej målgrupp och bortresta under hela perioden osv, gav ett nettourval på 7 122 personer. Av dessa har intervjuer genomförts med 4 699 personer. Detta betyder att undersökningen har en svarsfrekvens på 66 procent. Andelen uttalade svarsvägrare uppgick till 18 procent medan resterande bortfall består av ej anträffade, korttidssjuka m.m.

Beräkning av genomsnittlig användartid

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

Radio

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

CD-skiva och mp3

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

Television

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

Text-TV

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

Video

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

Morgon- och kvällstidning (tryckt version)

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

Vecko-/månadstidningar, special-/facktidsskrifter (tryckt version)

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

Morgon-/ kvällstidning, vecko-/månadstidningar, special-/facktidsskrifter (på internet)

Ej läst = 0 minuter
Läst mindre än 5 minuter = 2,5 minuter
Läst 5 - 15 minuter = 10 minuter
Läst 15 - 30 minuter = 22,5 minuter
Läst 30 - 45 minuter = 37,5 minuter
Läst 45 - 60 minuter = 52,5 minuter
Läst 60 - 120 minuter = 90 minuter
Läst mer än 120 minuter = 180 minuter

Böcker (tryckt eller digital bok)

Ej läst = 0 minuter
Läst mindre än 30 minuter = 15 minuter
Läst 30 - 60 minuter = 45 minuter
Läst 60 - 120 minuter = 90 minuter
Läst 120 - 180 minuter = 150 minuter
Läst mer än 180 minuter = 210 minuter

Böcker

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

Dator/TV-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 = 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

Hemort: K-regioner

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

Stockholmsregionen = Stockholms kommun samt förortskommuner.

Malmöregionen = Malmö kommun samt förortskommuner.

Göteborgsregionen = Göteborgs kommun samt förortskommuner.

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

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

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

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

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

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

Antal svar i olika grupper av befolkningen

Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	4 699	Sysselsättning	Arbetare	1 058	
			(16-79 år)	Tjänstemän	705	
	Vuxna 18-79 år	4 071		Högre tjänstemän/akademiker	424	
	Barn/ungdom 9-17 år	628		Egna företagare	211	
Kön				Jordbrukare	20	
	Män 9-79 år	2 170		Pensionärer	904	
	Kvinnor 9-79 år	2 529		Studerande	314	
				Arbetslösa	113	
	Män 18-79 år	1 855				
	Kvinnor 18-79 år	2 216	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	822	
	Pojkar 9-17 år	315	(18-79 år)	Två personer (18 år och äldre)	2 522	
	Flickor 9-17 år	313		Tre eller fler (18 år och äldre)	720	
	Ålder	9-14 år	393	Familj	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	681
		15-19 år	406	(18-79 år)	Äldre vuxna (45-79 år)	1 975
20-24 år		280		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	849	
25-34 år		484		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	551	
35-44 år		747				
45-54 år		708	Hushåll	En person	715	
55-64 år		811	(16-79 år)	Två personer	1 619	
65-79 år		870		Tre personer	719	
				Fyra personer eller fler	1 639	
Utbildning (16-79 år)		Förgymnasial utbildning < 9 år	520			
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	296	Hemort	Stockholmsregionen	679	
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	506	(9-79 år)	Malmöregionen	1 67	
	Gymnasial utbildning > 2 år	1 032		Göteborgsregionen	415	
	Högskola/universitet ≤ 3 år	855		Större städer	1 395	
	Högskola/universitet > 3 år	801		Pendlingskommuner	325	
				Glesbygdskommuner	165	
				Varuproducerande kommuner	341	
				Övriga kommuner	1 212	

Mediebarometern 1979-2009

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 mättdagen 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 4 700 per undersökningsår.

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

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

Lathund för uträkning av statistiska felmarginaler

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

— Förutsättningar för att räkna ut felmarginalen föreligger ej.

Källa: SR/PUB.

Kommentar: Lathunden skall läsas enligt följande: Om antalet 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 webbandsvarig:
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

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 00
cecilia.von.feilitzen@sh.se

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

Nationella centraler

Nordicom-Danmark

Statsbiblioteket
Universitetsparken
DK-8000 Aarhus C

Medie- och kommunikationsforskning

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

Nordicom-Finland

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

Medie- och kommunikationsforskning

Eija Poteri
Telefon: +358 3 215 70 45
Fax: +358 3 215 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
N-5020 Bergen

Medie- och kommunikationsforskning

Ragnhild Mølster
Telefon: +47 55 58 91 40
Fax: +47 55 58 91 49
ragnhild.molster@infomedia.
uib.no

Medieutveckling och mediestatistik

medienorge

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

Nordicom-Sverige

Göteborgs universitet
Box 713
SE 405 30 Göteborg

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 978-91-86523-03-9



norden



GÖTEBORGS
UNIVERSITET

