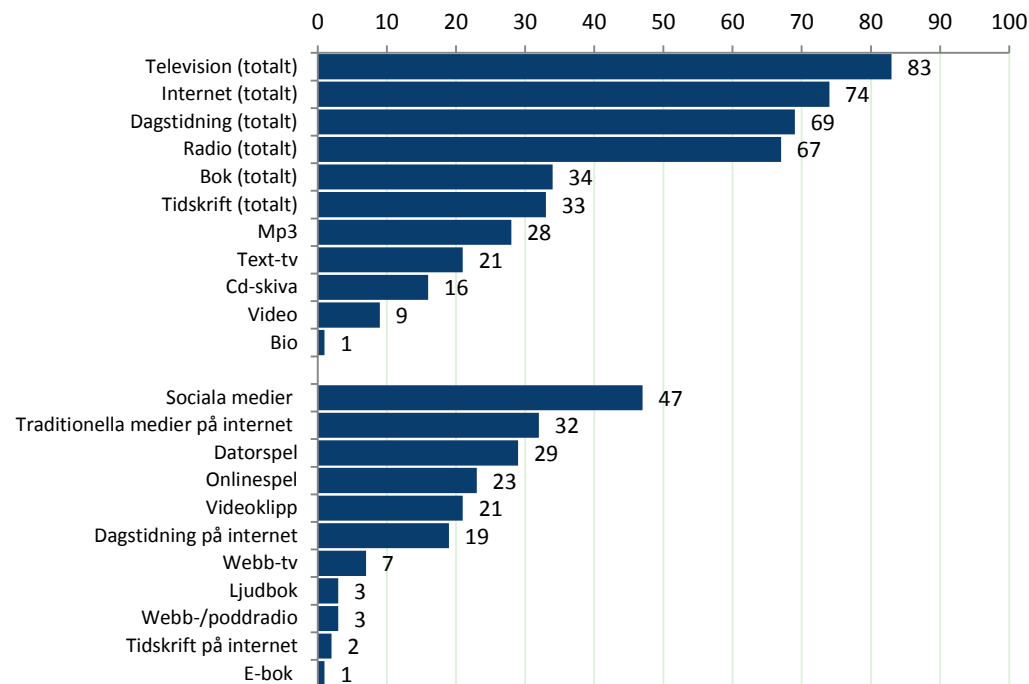


Internetbarometer 2012

En bearbetning av Mediebarometern 2012

September 2013



MedieNotiser

Nr. 2 • 2013
Nordicom-Sverige
Göteborgs universitet

Tabell- och figurförteckning

Medieinnehav	Tabell 1. Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till olika medier i hemmet 1995-2012 (procent)	6
Samlad medieanvändning		
Mediedagen	Figur 1. Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 2012 (procent)	7
	Tabell 2. Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 2012 (procent)	8
	Figur 2. Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 1979-2012 (procent)	9
	Tabell 3. Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 1979-2012 (procent)	10
Dagliga medier och tidpunkter för användning 2012	Figur 3. Användning av medier i hela befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2012 (procent)	11
	Tabell 4. Användning av internet i hela befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2012 (procent)	11
	Figur 4. Användning av internet och tv i hela befolkningen 9-79 år under kvällen en genomsnittlig dag 2001-2012 (procent)	12
Mediedagen	Tabell 5. Användning av internet i hela befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2001-2012 (procent)	12
	Figur 5. Användningstid för medier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (minuter)	13
	Figur 6. Den bruttotid som befolkningen 9-79 år ägnar medier fördelat på olika medier 2012 (procent)	14
Medier och internet		
Dagstidning	Figur 7. Andel läsare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2002-2012 (procent)	15
	Tabell 6. Andel läsare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	15
Morgontidning	Figur 8. Andel läsare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2002-2012 (procent)	16
	Tabell 7. Andel läsare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	16
Kvällstidning	Figur 9. Andel läsare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2002-2012 (procent)	17
	Tabell 8. Andel läsare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	17
Tidskrift	Figur 10. Andel läsare på nätet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	18
	Tabell 9. Andel läsare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	18
Radio	Figur 11. Andel lyssnare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2006-2012 (procent)	19
	Tabell 10. Andel lyssnare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	19
Cd och mp3	Figur 12. Andel lyssnare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2006-2012 (procent)	20
	Tabell 11. Andel lyssnare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	20
Tv	Figur 13. Andel tittare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2007-2012 (procent)	21
	Tabell 12. Andel tittare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	21
Film och videoklipp	Figur 14. Andel tittare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2007-2012 (procent)	22
	Tabell 13. Andel tittare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	22
Blogg och Twitter	Figur 15. Andel bloggare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009-2012 (procent)	23
	Tabell 14. Andel bloggare och twittrare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	23
	Figur 16. Andel i befolkningen 9-79 år som läser blogg en genomsnittlig dag 2012 (procent)	24
	Figur 17. Andel i befolkningen 9-79 år som skrivit i egen eller kommenterat en blogg en genomsnittlig dag 2012 (procent)	24
Onlinespel	Figur 18. Andel spelare samt andel som deltar i onlinespels community i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	25
	Tabell 15. Andel spelare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	25
	Figur 19. Andel som spelat onlinespel på internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	26
	Figur 20. Andel som varit aktiv på onlinespels community i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	26
Textbaserade medier på internet	Tabell 16. Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	27
Ljud och rörlig bild via internet	Tabell 17. Lyssnare/tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	28

Internet i befolkningen

**Traditionella och sociala
medier på internet**

Figur 21. Användare av sociala och traditionella medier på internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009-2012 (procent)	29
Tabell 18. Användare av sociala och traditionella medier på internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009-2012 (procent)	29
Figur 22. Användningsområde i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	30
Tabell 19. Användare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2010-2012 (procent)	31
Tabell 20. Användare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2010-2012 (procent)	32

Internetanvändarna

**Traditionella och sociala
medier på internet**

Figur 23. Användningsområde bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	33
Tabell 21. Användningsområde bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	33
Figur 24. Användningsområde bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	34
Tabell 22. Användningsområde bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	34
Figur 25. Användningsområde bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	35
Tabell 23. Användningsområde bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 procent	35
Figur 26. Användningsområde bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	36
Tabell 24. Användningsområde bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	36

Nyheter

Figur 27. Andel i befolkningen 9-79 år som tagit del av onlinenyheter en genomsnittlig dag 2012 (procent)	37
Tabell 25. Andel i befolkningen 9-79 år som tagit del av onlinenyheter en genomsnittlig dag 2012 (procent)	37
Figur 28. Internetanvändare 9-79 år som tagit del av onlinenyheter en genomsnittlig dag 2012 (procent)	38
Tabell 26. Internetanvändare 9-79 år som tagit del av onlinenyheter en genomsnittlig dag 2012 (procent)	38

Barn och unga

Figur 29. Andel av befolkningen 9-14 år och 15-24 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 2012 (procent)	39
Figur 30. Användningstid för olika medier i befolkningen 9-24 år en genomsnittlig dag 2012 (minuter)	40
Figur 31. Den bruttotid som befolkningen 9-24 år ägnar olika medier en genomsnittlig dag 2003 och 2012 (procent)	41
Figur 32. Den tid som befolkningen 9-24 år ägnar olika medier en genomsnittlig dag 2003 och 2012 (minuter)	41
Figur 33. Den tid som befolkningen 9-24 år ägnar olika medier en genomsnittlig dag 2003 och 2012 (minuter)	42
Tabell 27. Den tid som befolkningen 9-24 år ägnar olika medier en genomsnittlig dag 2003 och 2012 (minuter)	42
Figur 34. Andel av befolkningen 9-24 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 2012 (procent)	43
Figur 35. Vanliga online-aktiviteter bland internetanvändare 9-24 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	44
Figur 36. Andel i befolkningen 9-14 och 15- 24 år som läser blogg och andel som spelar onlinespel en genomsnittlig dag 2012 (procent)	45

Pensionärer

Figur 37. Andel av befolkningen 65-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 2012 (procent)	46-47
Figur 38. Användningstid för olika medier i befolkningen 65-79 år en genomsnittlig dag 2012 (minuter)	48
Figur 39. Den tid som befolkningen 65-79 år ägnar olika medier en genomsnittlig dag (minuter)	49
Figur 40. Användningsområde bland användare 65-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	50
Tabell 28. Användningsområde bland användare 65-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	50
Figur 41. Användningsområde bland användare 65-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	51
Tabell 29. Användningsområde bland användare 65-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	51
Tabell 30. Andel av befolkningen 65-79 år som har tillgång till olika medier i hemmet 2012 (procent)	52

Smartphone

Figur 42. Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till smartphone 2010-2012 (procent)	53
Tabell 31. Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till smartphone 2010-2012 (procent)	53
Figur 43. Användningsområden bland smartphoneinnehavare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	54
Tabell 32. Användning av olika funktioner bland smartphoneinnehavare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	55

Medieinnehav

Tabell 33. Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till olika medier i hemmet 2012 (procent)	56
Figur 44. Figur 44. Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till internet, tv, radio och prenumeration på morgontidning i hemmet 2012 (procent)	57
Tabell 34. Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till internet, tv, radio och prenumeration på morgontidning i hemmet 2012 (procent)	58
Figur 45. Andel tv-tittare och tillgång till tv och internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	59
Tabell 35. Andel tv-tittare och tillgång till tv och internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	59
Figur 46. Andel radiolyssnare och tillgång till radio och internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	60
Tabell 36. Andel radiolyssnare och tillgång till radio och internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	60
Figur 47. Andel läsare av morgontidning och tillgång i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	61
Tabell 37. Andel läsare av morgontidning och tillgång till prenumeration och internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)	61

Mediebarometern

Fakta om undersökningen Mediebarometern	62-67
---	-------

Teckenförklaring

- * Inte applicerbart
- .. Ingen fråga har ställts
 - Noll
- 0 Mindre än 0,5

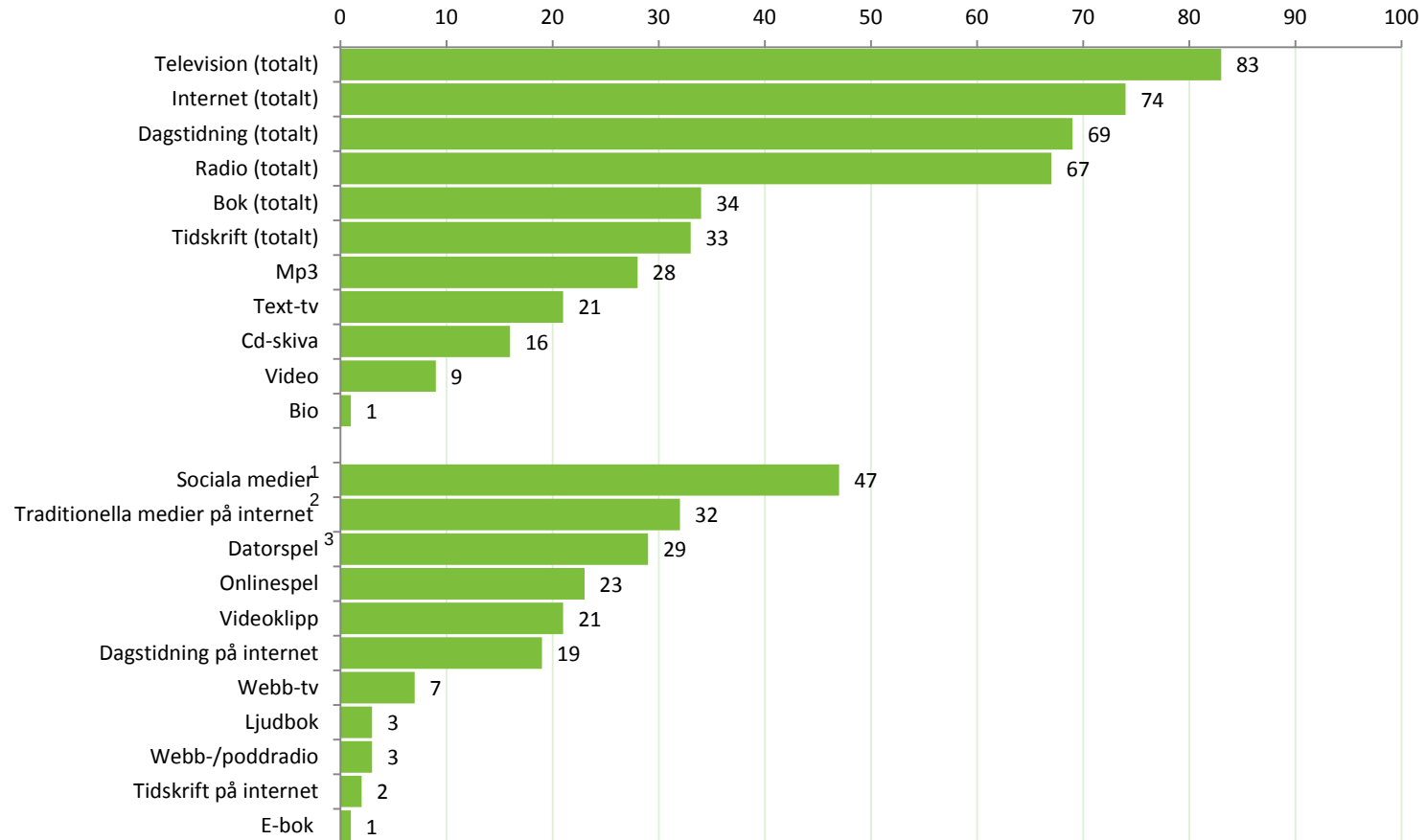
Medieinnehav 1995-2012

Tabell 1. Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till olika medier i hemmet 1995-2012 (procent)

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

Mediedagen 2012

Figur 1. Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Noter

1. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.
2. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, tidskrift, radio eller tv.
3. Med datorspel avses spel på dator, spelkonsol, mobiltelefon, Ipod och onlinespel på internet.

Mediedagen 2012

Tabell 2. Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 2012 (procent)

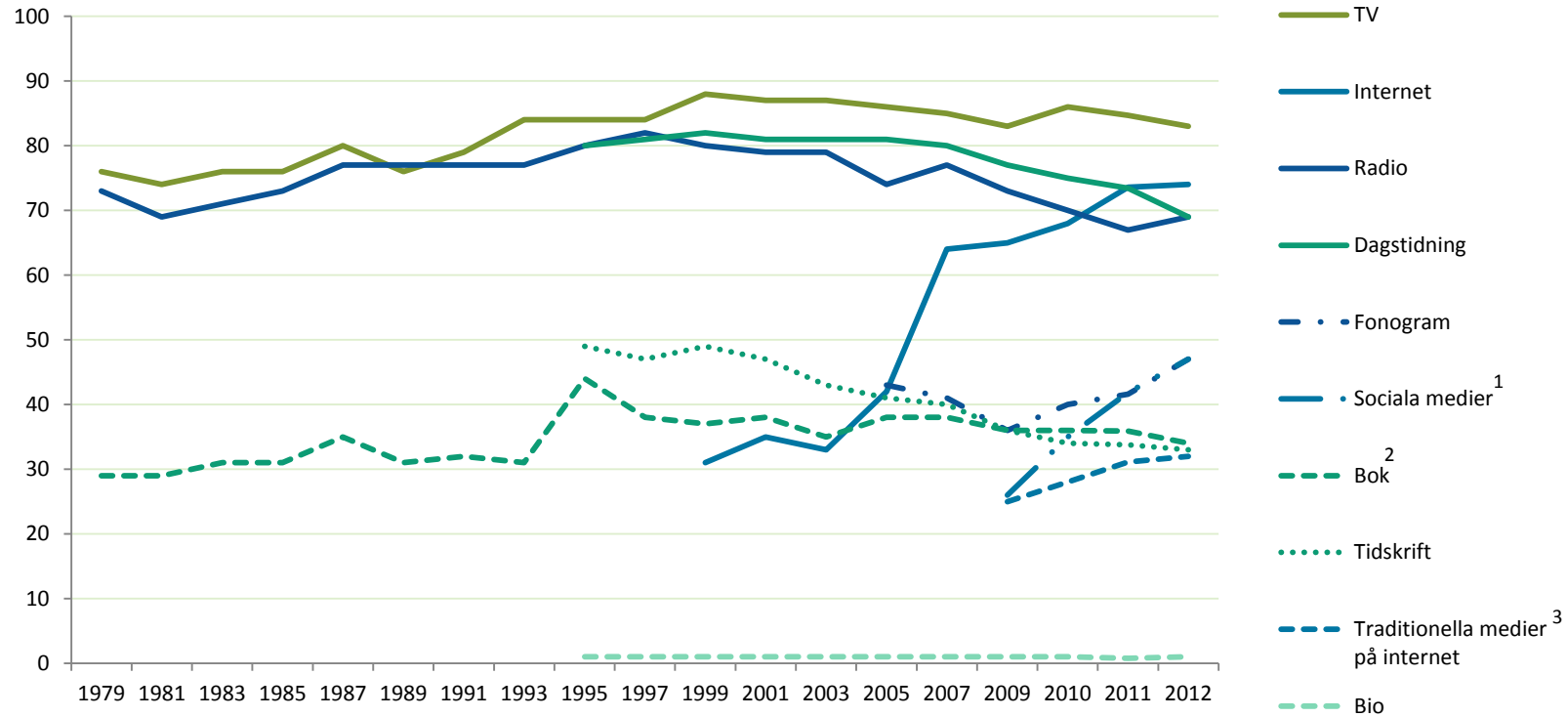
	Kön			Ålder					Utbildning (16-79 år)		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Television (totalt)	83	83	82	88	75	77	84	89	86	82	80
Internet (totalt)	74	76	71	71	91	88	75	48	45	77	81
Dagstidning (totalt)	69	68	69	29	47	67	79	88	79	70	77
Radio (totalt)	67	67	67	41	47	68	75	78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

Noter

1. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.
2. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, tidskrift, radio eller tv.
3. Med datorspel avses spel på dator, spelkonsol, mobiltelefon, ipod och onlinespel på internet.

Mediedagen 1979-2012

Figur 2. Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 1979-2012 (procent)



Noter

1. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.

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

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

Mediedagen 2012

Tabell 3. Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 1979-2012 (procent)

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

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

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

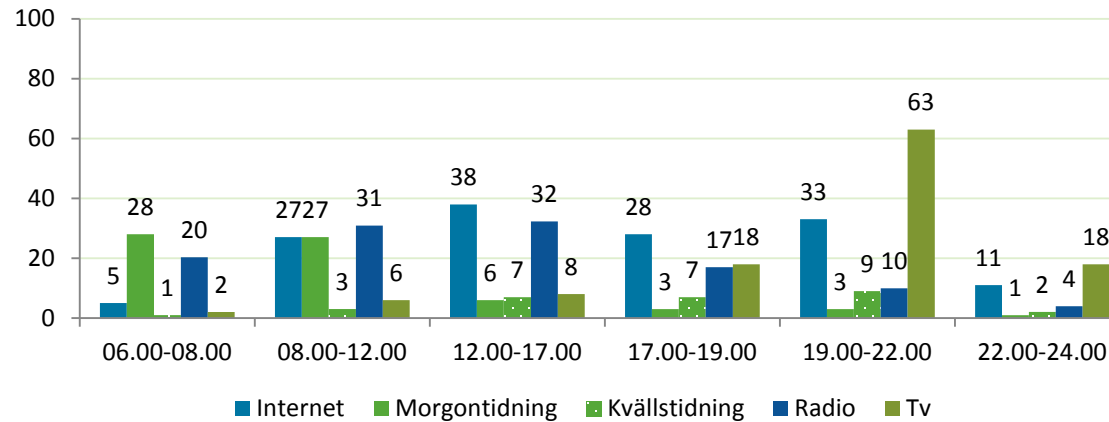
3. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, tidskrift, radio eller tv.

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

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

Dagliga medier och tidpunkter för användning 2012

Figur 3. Användning av medier i hela befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2012 (procent)



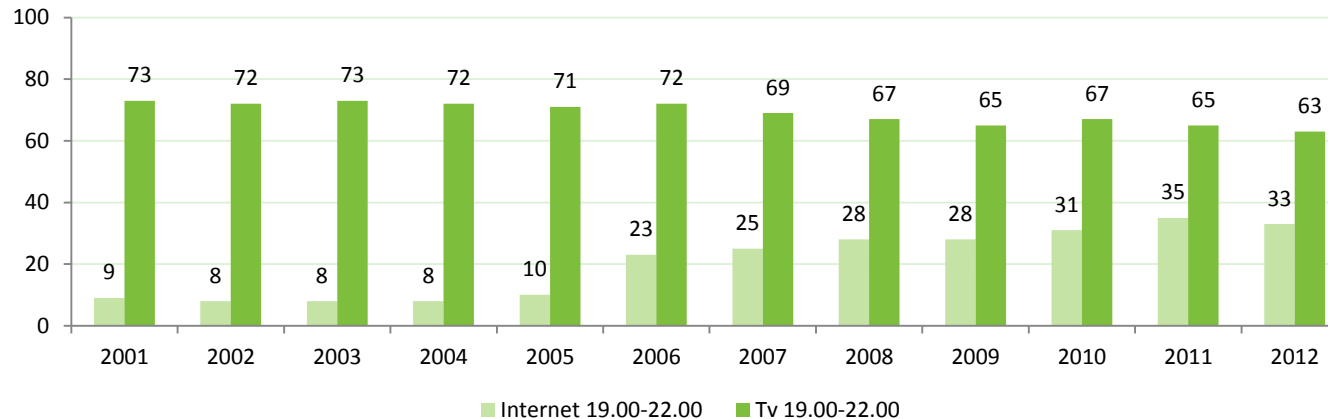
Anm: Staplarna för morgontidning, kvällstidning, radio och tv gäller all användning oavsett plattform.

Tabell 4. Användning av internet i hela befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2012 (procent)

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

Internet och tidpunkter för användning 2012

Figur 4. Användning av internet och tv i hela befolkningen 9-79 år under kvällen en genomsnittlig dag 2001-2012 (procent)



Anm: Staplarna gäller all tv och all internetanvändning.

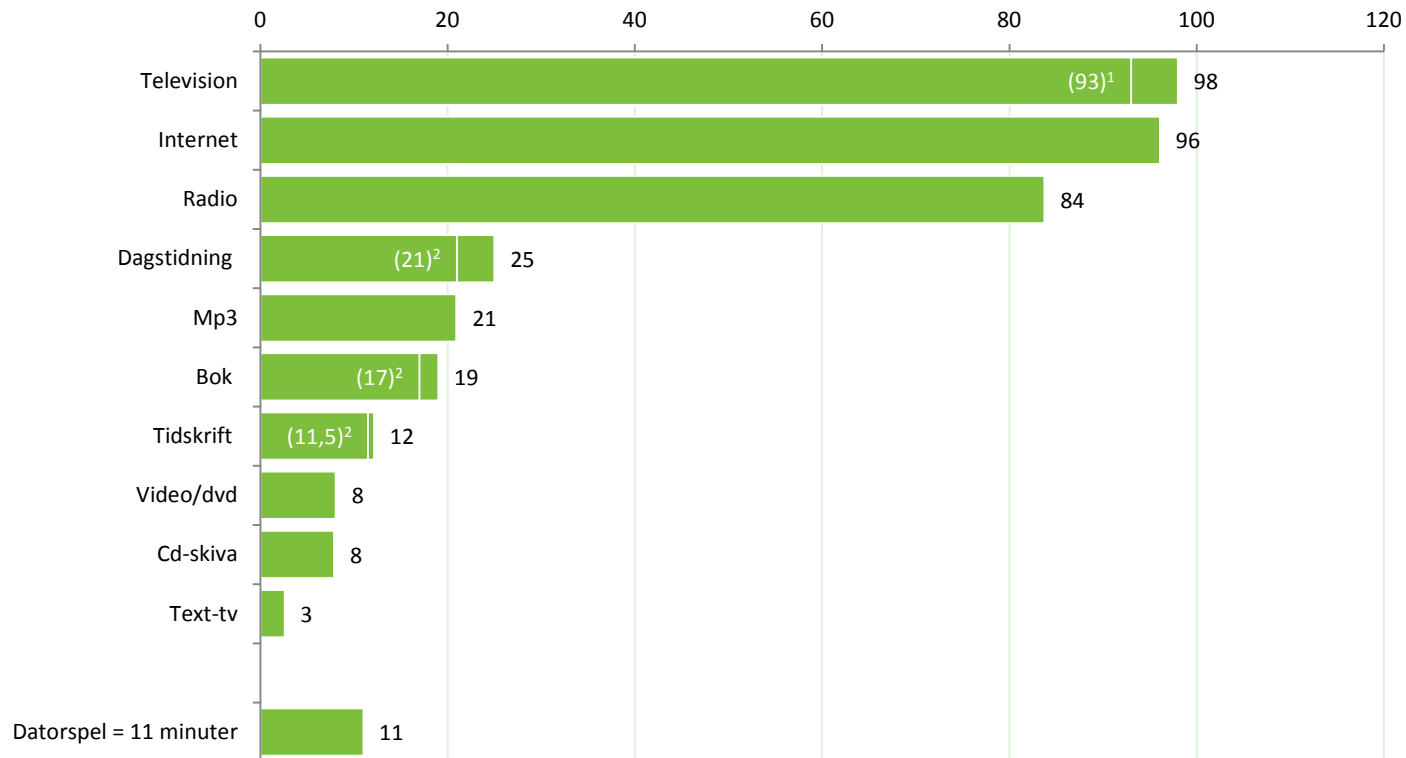
Tabell 5. Användning av internet i hela befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2001-2012 (procent)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
06.00-08.00	..	..	..	..	..	..	..	4	4	4	6	5
08.00-12.00	..	..	..	..	..	..	..	25	22	24	27	27
12.00-17.00	..	..	..	..	..	..	..	32	30	33	37	38
17.00-19.00	6	5	5	7	9	19	19	22	22	24	29	28
19.00-22.00	9	8	8	8	10	23	25	28	28	31	35	33
22.00-24.00	3	2	3	2	3	8	8	9	10	10	12	11

Anm: Fram t o m 2007 avser siffrorna internetanvändning i hemmet under kvällstid. Från och med 2008 avses tidpunkt för internetanvändning oavsett plats.

Mediedagen 2012

Figur 5. Användningstid för medier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (minuter)



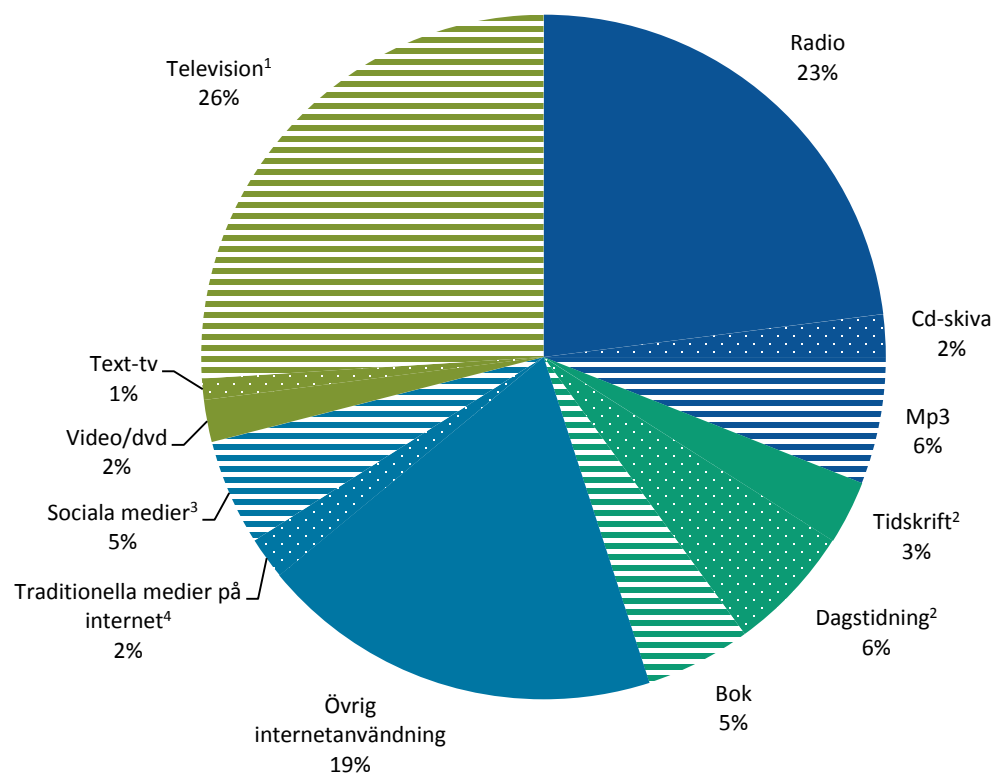
Noter

1. Siffran inom parentes avser genomsnittlig tid för vanlig tv.

2. Siffran inom parentes avser genomsnittlig tid för läsning på papper.

Mediedagen 2012: Brutto 6 timmar och 5 minuter

Figur 6. Den bruttotid som befolkningen 9-79 år ägnar medier fördelat på olika medier 2012 (procent)



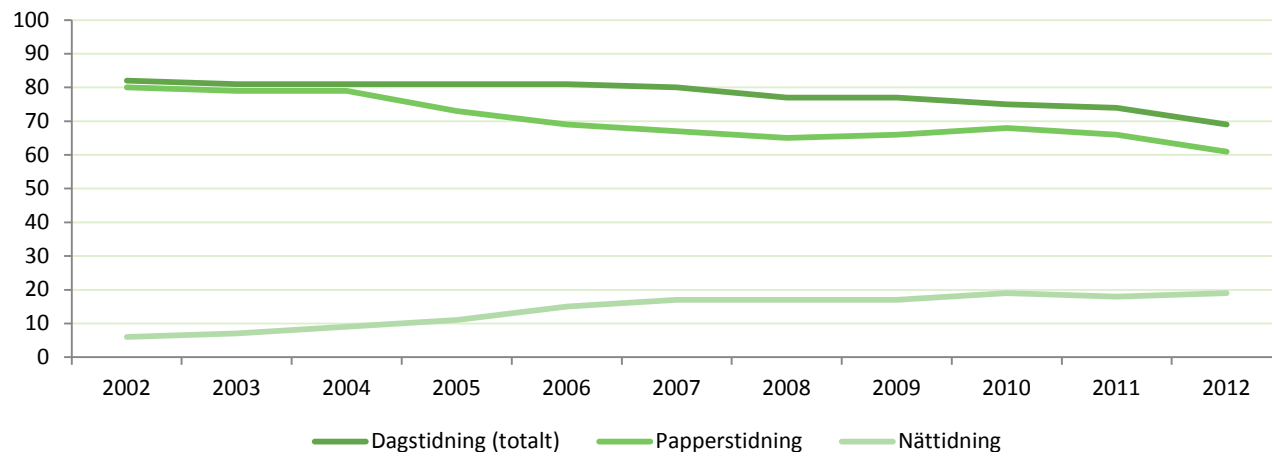
Noter

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

Anm: Bruttotiden på 365 minuter är en summering av den tid som avsättes för varje medium. Den totala tiden tar följaktligen inte hänsyn till att flera medier kan användas samtidigt.

Dagstidning

Figur 7. Andel läsare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2002-2012 (procent)



Tabell 6. Andel läsare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

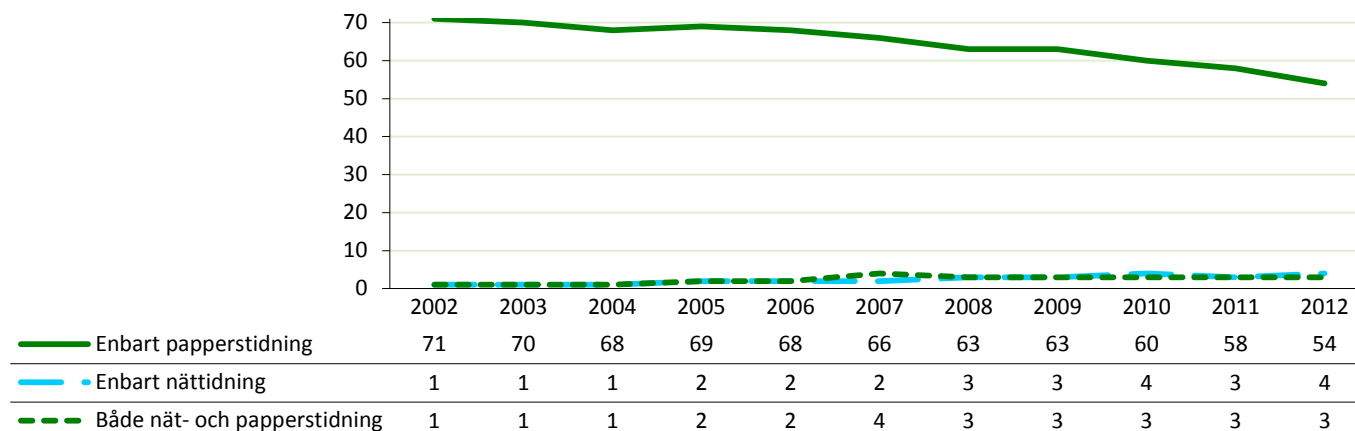
	Kön			Ålder					Utbildning (16-79 år)		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Någon papperstidning	61	59	63	26	33	52	72	86	76	61	67
Någon nättidning ¹	19	21	17	6	22	30	20	11	9	22	24
Digital tidning via app	4	4	4	1	8	7	3	2	1	5	5

Not

1. Inkluderar även digital tidning via app.

Morgontidning

Figur 8. Andel läsare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2002-2012 (procent)



Tabell 7. Andel läsare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

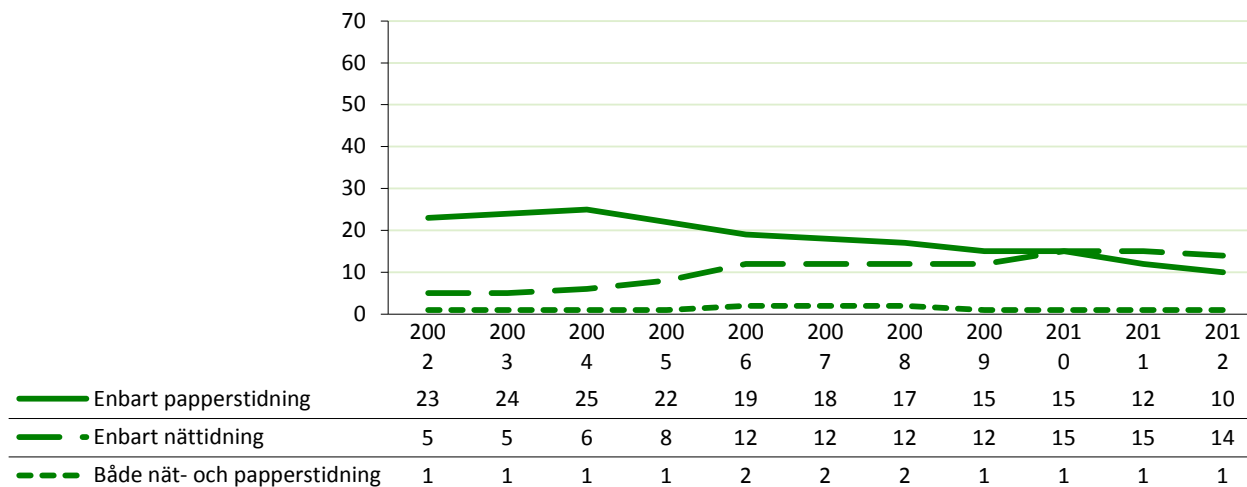
	Kön			Ålder					Utbildning (16-79 år)		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Någon papperstidning	57	55	59	23	30	47	68	81	71	55	63
Någon nättidning ¹	7	9	6	–	8	11	8	5	4	8	10
Enbart papperstidning	54	51	56	23	27	43	64	78	69	51	59
Enbart nättidning ¹	4	5	3	–	5	7	4	2	2	4	6
Både nät ¹ - och papperstidning	3	4	3	–	3	4	4	3	2	4	4
Digital tidning via app	1	1	1	0	2	2	1	1	0	1	1

Not

1. Inkluderar även digital tidning via app.

Kvällstidning

Figur 9. Andel läsare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2002-2012 (procent)



Tabell 8. Andel läsare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

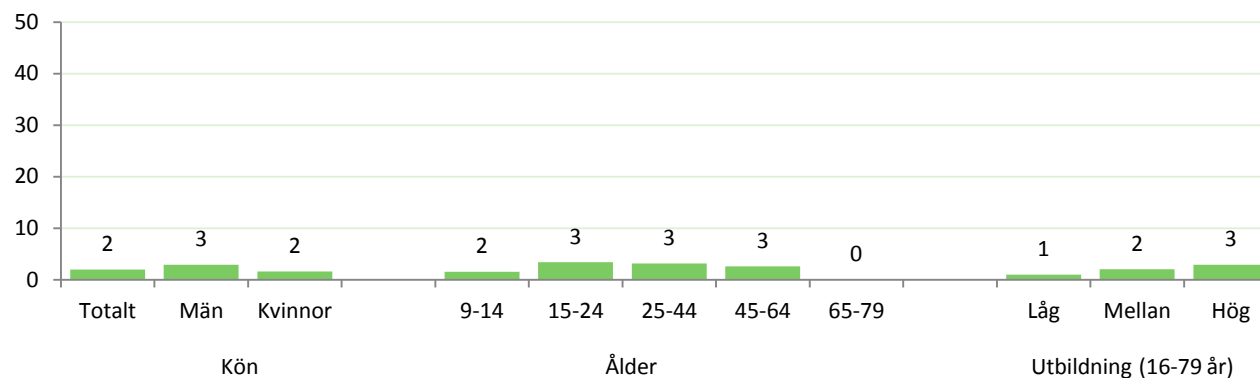
	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Någon papperstidning	11	12	11	3	5	7	14	20	18	13	10
Någon nättidning ¹	15	16	13	5	16	24	15	8	7	16	18
Enbart papperstidning	10	11	10	3	4	6	12	19	17	12	9
Enbart nättidning ¹	14	15	12	5	15	23	13	7	6	15	17
Både nät ¹ - och papperstidning	1	1	1	—	1	1	2	1	1	1	1
Digital tidning via app	4	3	4	1	6	7	3	1	1	5	4

Not

1. Inkluderar även digital tidning via app.

Tidskrift

Figur 10. Andel läsare på nätet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

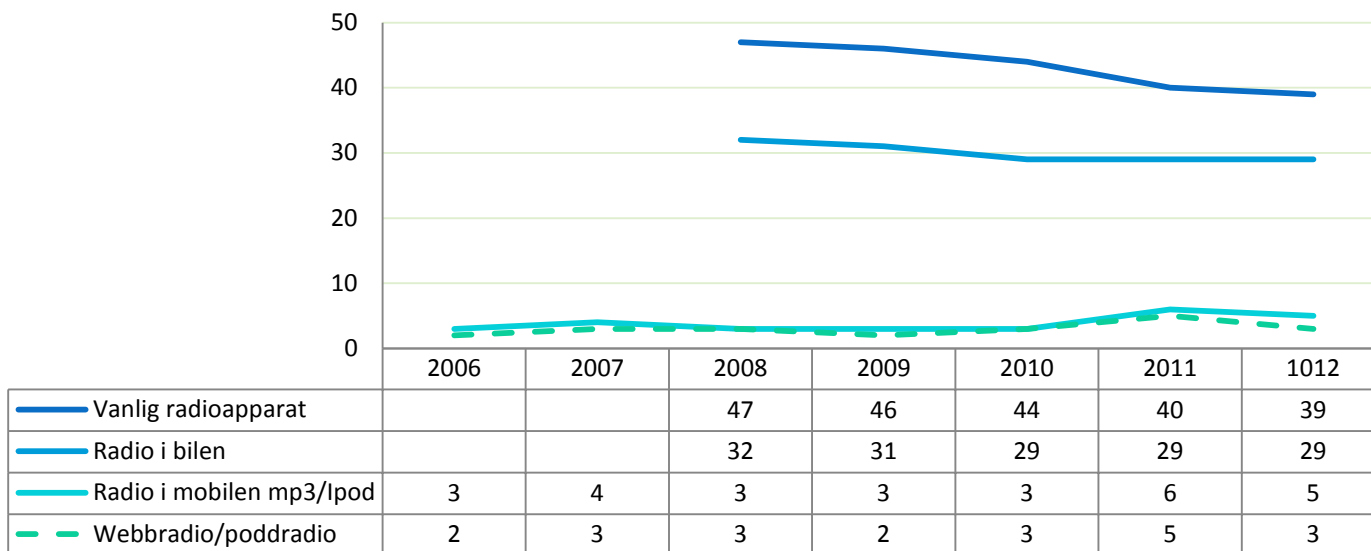


Tabell 9. Andel läsare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning (16-79 år)		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Någon tidskrift på papper	33	29	37	19	18	32	36	45	39	29	39
Någon tidskrift på nätet	2	3	2	2	3	3	3	0	1	2	3
Någon vecko-/månadstidning på papper	26	21	31	16	14	24	27	38	34	23	29
Någon vecko-/månadstidning på nätet	1	1	1	1	2	2	1	0	1	1	1
Någon special-/facktidsskrift på papper	11	13	10	3	5	13	15	12	7	9	17
Någon special-/facktidsskrift på nätet	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2

Radio

Figur 11. Andel lyssnare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2006-2012 (procent)

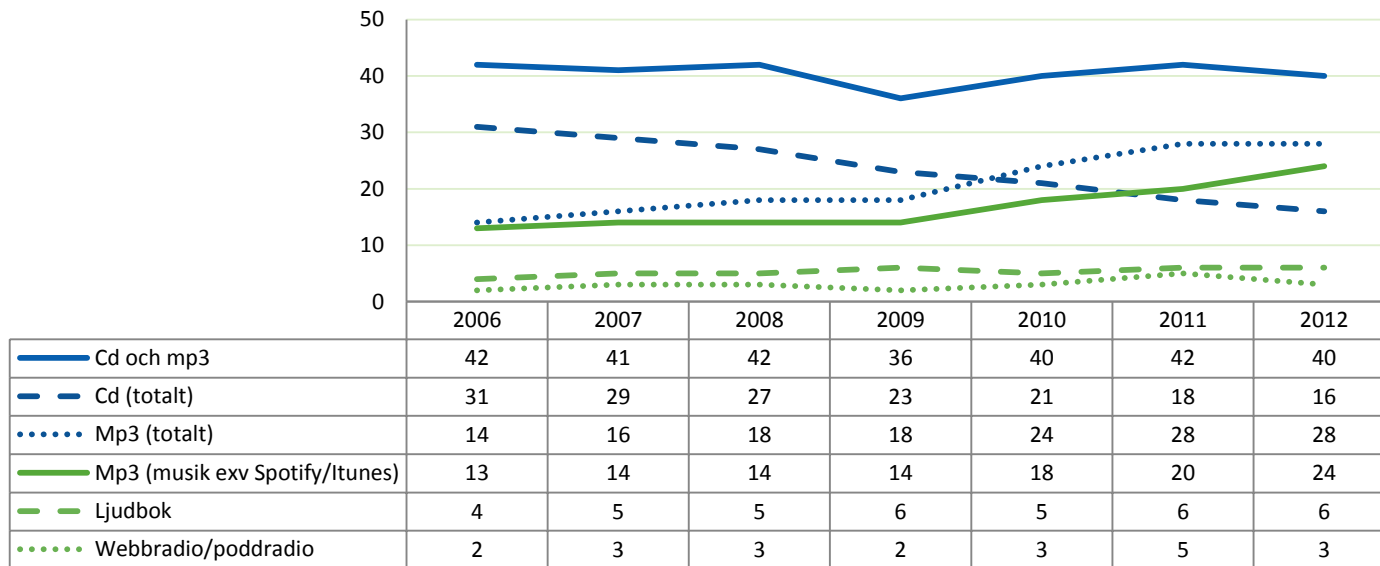


Tabell 10. Andel lyssnare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning (16-79 år)		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Vanlig radioapparat	39	36	43	16	18	29	44	66	58	40	40
Radio i bilen	29	33	26	24	24	37	36	17	21	33	32
Radio i mobilen/mp3/Ipod	5	4	5	4	7	8	4	1	1	6	5
Webbradio/poddradio	3	3	3	1	4	5	3	1	2	3	4

Cd och mp3

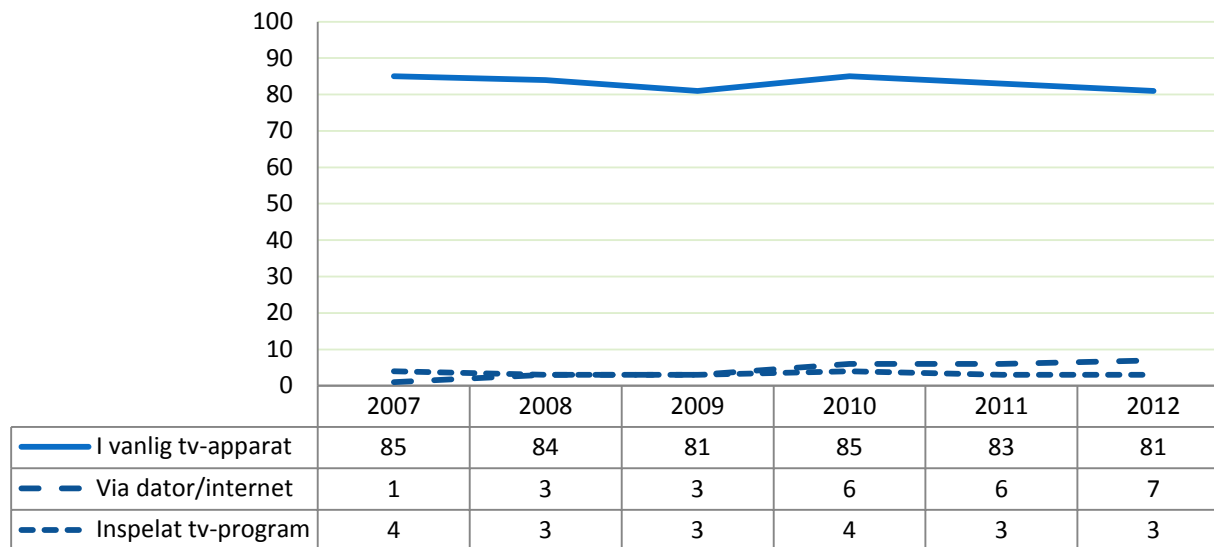
Figur 12. Andel lyssnare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2006-2012 (procent)



Tabell 11. Andel lyssnare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning (16-79 år)		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Cd och mp3	40	41	39	58	68	46	32	21	24	39	39
Cd (totalt)	16	16	17	14	9	16	20	16	16	16	18
Mp3 (totalt)	28	30	25	50	65	34	15	7	9	27	25
Mp3 (musik exv Spotify/Itunes)	24	26	21	39	59	31	11	4	7	24	21
Ljudbok	3	3	4	3	3	4	3	3	1	3	4
Webbradio/poddradio	3	3	3	1	4	5	3	1	2	3	4

Figur 13. Andel tittare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2007-2012 (procent)

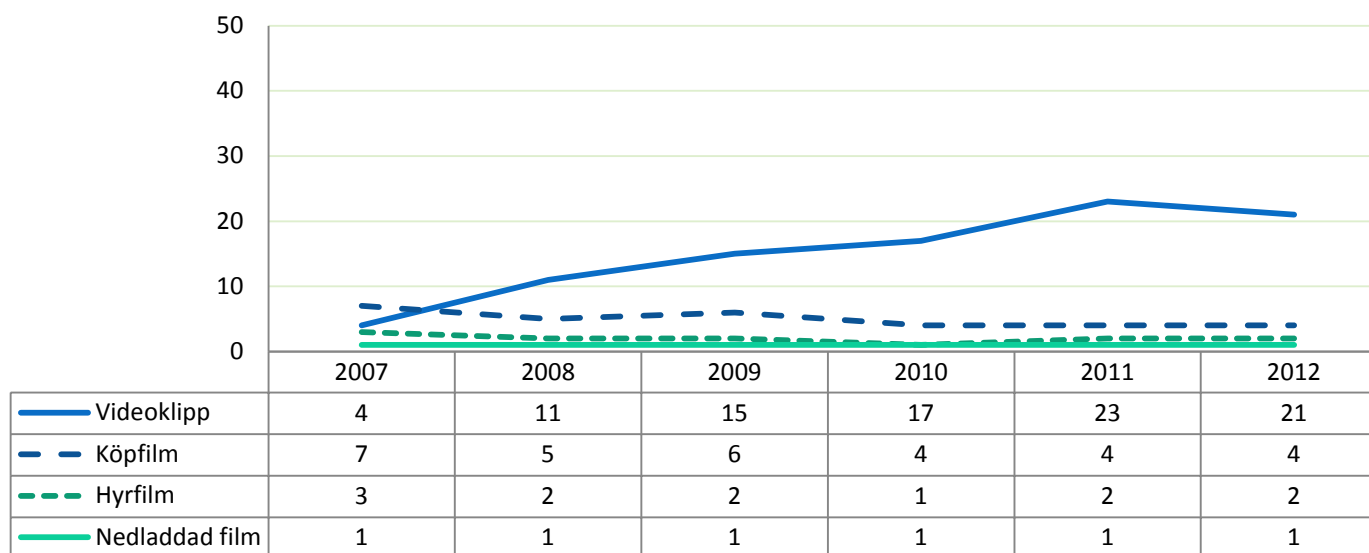


Tabell 12. Andel tittare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning (16-79 år)		
	Totalt	Män	Kvinnor	19-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
I vanlig tv-apparat	81	81	80	87	70	75	83	88	86	80	78
Via dator/internet	7	7	7	8	13	10	5	5	4	7	9
Inspelat tv-program	3	3	3	1	2	3	3	4	3	3	3

Film och videoklipp

Figur 14. Andel tittare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2007-2012 (procent)

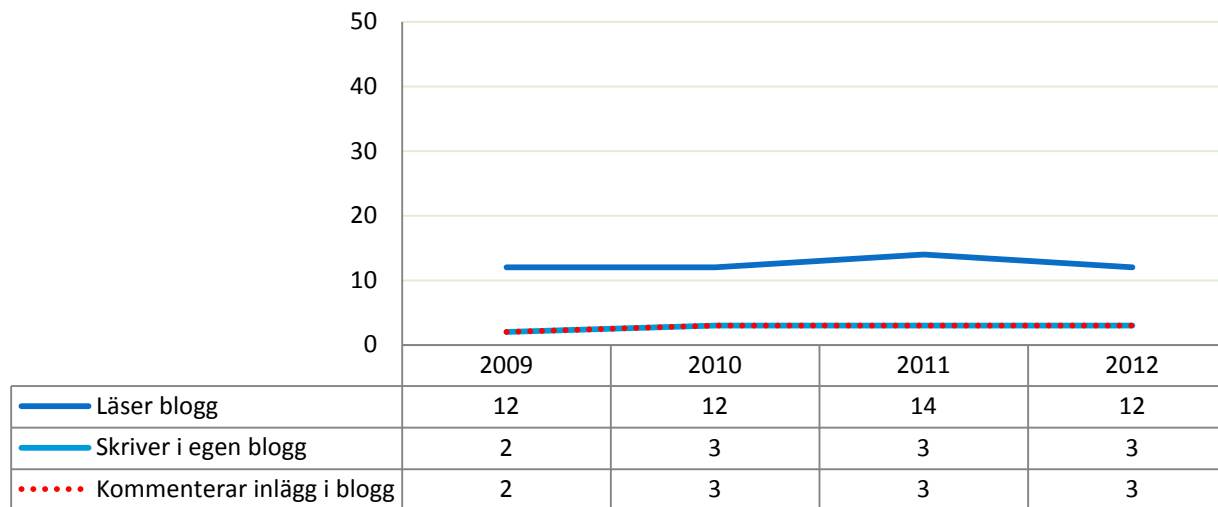


Tabell 13. Andel tittare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning (16-79 år)		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Videoklipp	21	26	16	42	53	25	10	4	6	19	18
Köpfilm	4	4	4	6	5	7	2	1	2	5	4
Hyrfilm	2	2	2	4	2	4	1	0	0	3	2
Nedladdad film	1	1	0	0	2	1	0	0	0	1	0

Blogg och Twitter

Figur 15. Andel bloggare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009-2012 (procent)

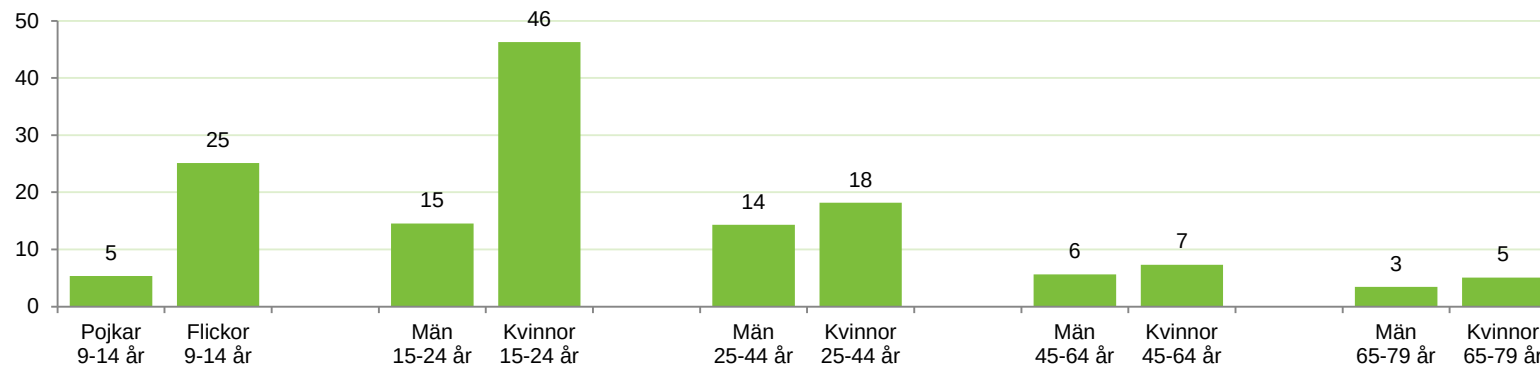


Tabell 14. Andel bloggare och twittrare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

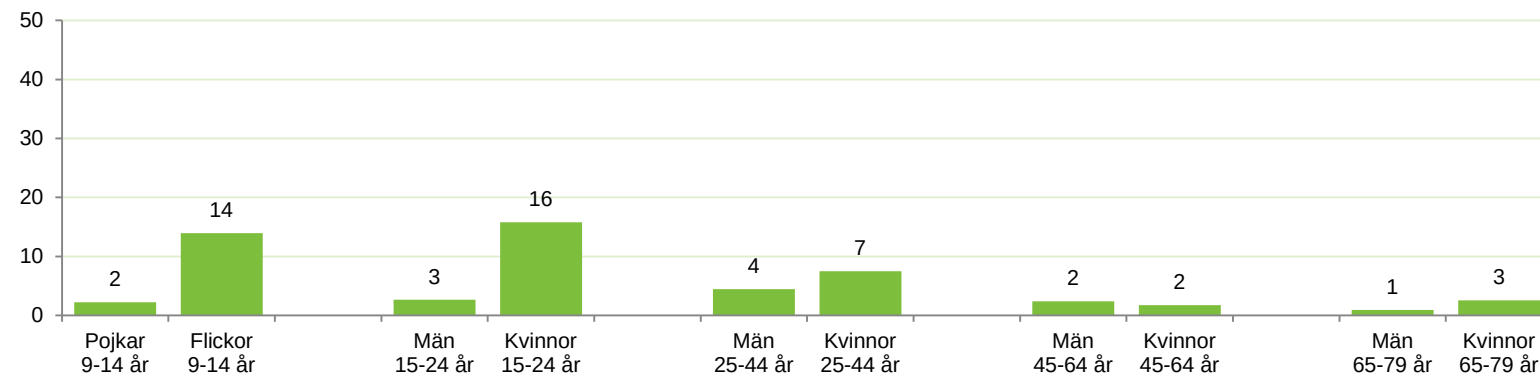
	Kön				Ålder				Utbildning (16-79 år)		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Läser blogg	12	8	16	15	29	16	7	4	4	10	13
Skriver i egen blogg	3	1	4	7	6	3	1	1	1	2	2
Kommenterar inlägg i blogg	3	2	4	5	5	4	2	1	0	2	3
Besöker Twitter	4	4	3	4	12	5	1	1	2	4	4
Twittrar	2	2	2	2	6	3	1	0	0	2	2

Blogg

Figur 16. Andel i befolkningen 9-79 år som läser blogg en genomsnittlig dag 2012 (procent)

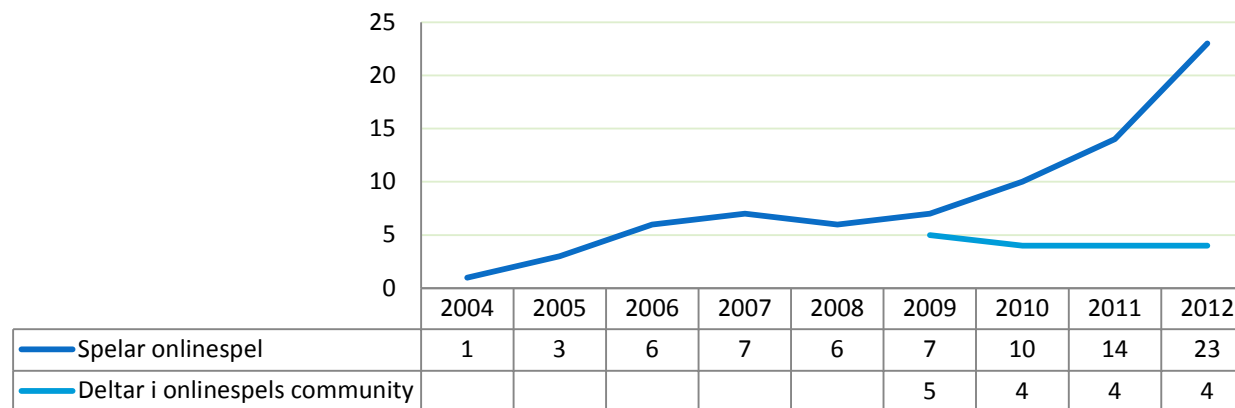


Figur 17. Andel i befolkningen 9-79 år som skrivit i egen eller kommenterat en blogg en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Onlinespel

Figur 18. Andel spelare samt andel som deltar i onlinespels community i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

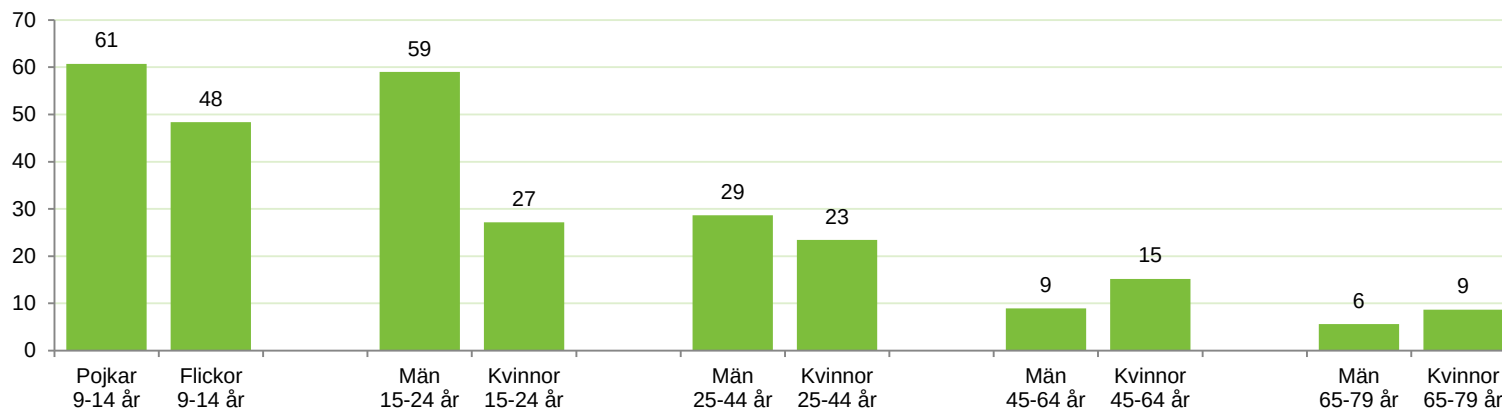


Tabell 15. Andel spelare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

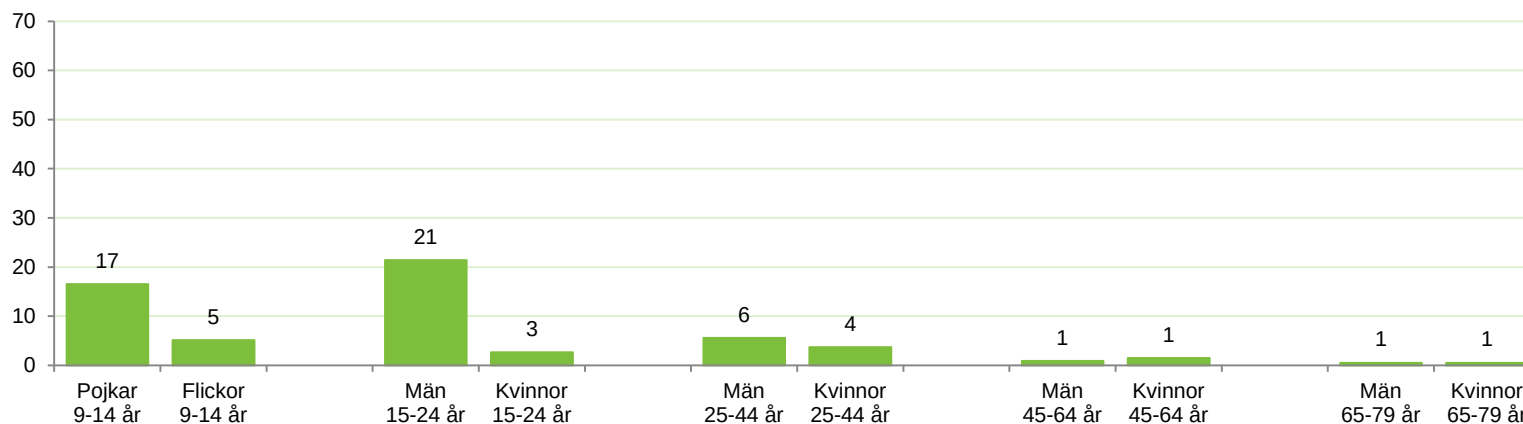
	Kön			Ålder					Utbildning (16-79 år)		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-34	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Onlinespel											
2005	3	4	1	9	5	2	1	1	1	1	1
2007	7	9	4	27	18	4	2	1	2	5	2
2009	7	10	4	26	19	5	2	1	7	10	4
2011	14	19	10	33	33	15	7	3	7	15	10
2012	23	26	20	55	45	26	12	7	9	22	17
Deltar i online-spels community											
2012	4	7	2	11	13	5	1	1	1	5	2

Onlinespel

Figur 19. Andel som spelat onlinespel på internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Figur 20. Andel som varit aktiv på onlinespels community i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Textbaserade medier på internet

Tabell 16. Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		Dagspress	Tidskrift	E-bok	Ljudbok*	Blogg
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	19	2	1	3	12
Kön	Vuxna män 18-79 år	23	3	1	3	8
	Vuxna kvinnor 18-79 år	18	1	1	4	13
	Pojkar 9-17 år	9	2	0	3	9
	Flickor 9-17 år	7	3	0	3	38
Boende	Lantgård/ensamliggande villa på landet	16	2	0	3	10
(9-79 år)	Villa i tätort	19	2	1	4	12
	Radhus i tätort	19	3	0	4	14
	Lägenhet/flerfamiljshus	20	3	1	3	13
Sysselsättning	Arbetare	21	1	0	3	10
(16-79 år)	Tjänstemän	28	3	1	4	11
	Högre tjänstemän/akademiker	28	3	1	5	13
	Egna företagare	23	3	0	2	11
	Pensionärer	10	1	0	3	4
	Studerande	27	5	2	4	27
	Arbetslösa	18	5	0	1	13
Hemort (9-79 år)	Stockholm	21	3	1	3	12
	Malmö	18	2	1	4	14
	Göteborg	19	2	1	4	15
	Större städer	19	2	1	3	14
	Pendlingskommuner	18	3	1	3	11
	Glesbygdskommuner	19	1	0	3	11
	Varuproducerande kommuner	17	1	0	5	10
	Övriga kommuner	19	2	1	3	10

*I tabellen redovisas även lyssnande på ljudbok eftersom ljudbok är alternativ till tryckt bok.

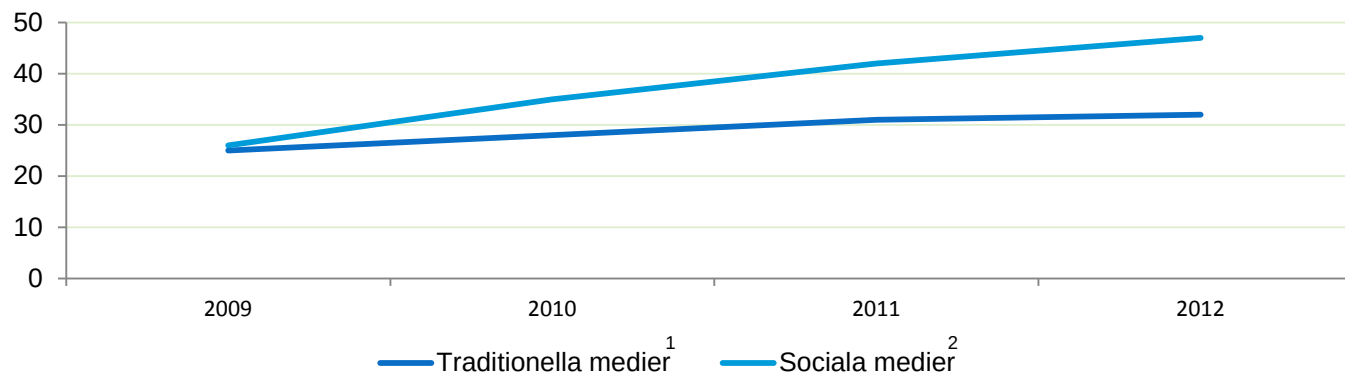
Ljud och rörlig bild via internet

Tabell 17. Lyssnare/tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		Webbradio/ poddradio	Spotify/ Itunes dator/internet	Tv via dator/internet	Video- klipp	Nedladdad film	Online- spel
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	3	23	7	21	1	23
Kön	Vuxna män 18-79 år	3	22	8	22	1	19
	Vuxna kvinnor 18-79 år	3	17	6	12	0	17
	Pojkar 9-17 år	1	45	7	55	0	66
	Flickor 9-17 år	1	51	12	43	0	45
Boende (9-79 år)	Lantgård/ensamliggande villa på landet	2	19	5	17	0	20
	Villa i tätort	3	23	7	21	1	23
	Radhus i tätort	3	26	7	21	0	25
	Lägenhet/flerfamiljshus	3	26	9	24	1	23
Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	3	22	7	18	1	20
	Tjänstemän	4	21	6	17	1	22
	Högre tjänstemän/akademiker	6	22	11	19	0	16
	Egna företagare	5	22	7	17	1	17
	Pensionärer	1	3	4	4	0	7
	Studerande	3	55	12	49	1	35
	Arbetslösa	2	35	5	34	1	41
Hemort (9-79 år)	Stockholm	3	25	8	24	0	23
	Malmö	7	26	12	22	1	23
	Göteborg	3	28	9	23	0	25
	Större städer	3	25	8	23	1	24
	Pendlingskommuner	1	21	5	19	1	23
	Glesbygdskommuner	5	22	6	18	1	21
	Varuproducerande kommuner	2	23	5	22	1	24
	Övriga kommuner	2	19	6	18	0	20

Traditionella och sociala medier

Figur 21. Användare av sociala och traditionella medier på internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009-2012 (procent)



Tabell 18. Användare av sociala och traditionella medier på internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009-2012 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning (16-79 år)		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Traditionella medier ¹											
2009	25	30	22	5	29	39	26	13	13	30	34
2010	28	32	25	9	35	42	30	16	16	35	35
2011	31	37	26	8	36	47	32	19	18	34	41
2012	32	37	28	14	38	48	32	20	19	35	40
Sociala medier ²											
2009	26	25	26	44	64	32	11	4	8	28	23
2010	35	34	35	40	79	49	20	7	13	38	34
2011	42	40	44	49	86	58	26	11	16	43	44
2012	47	45	48	54	84	64	35	18	20	48	49

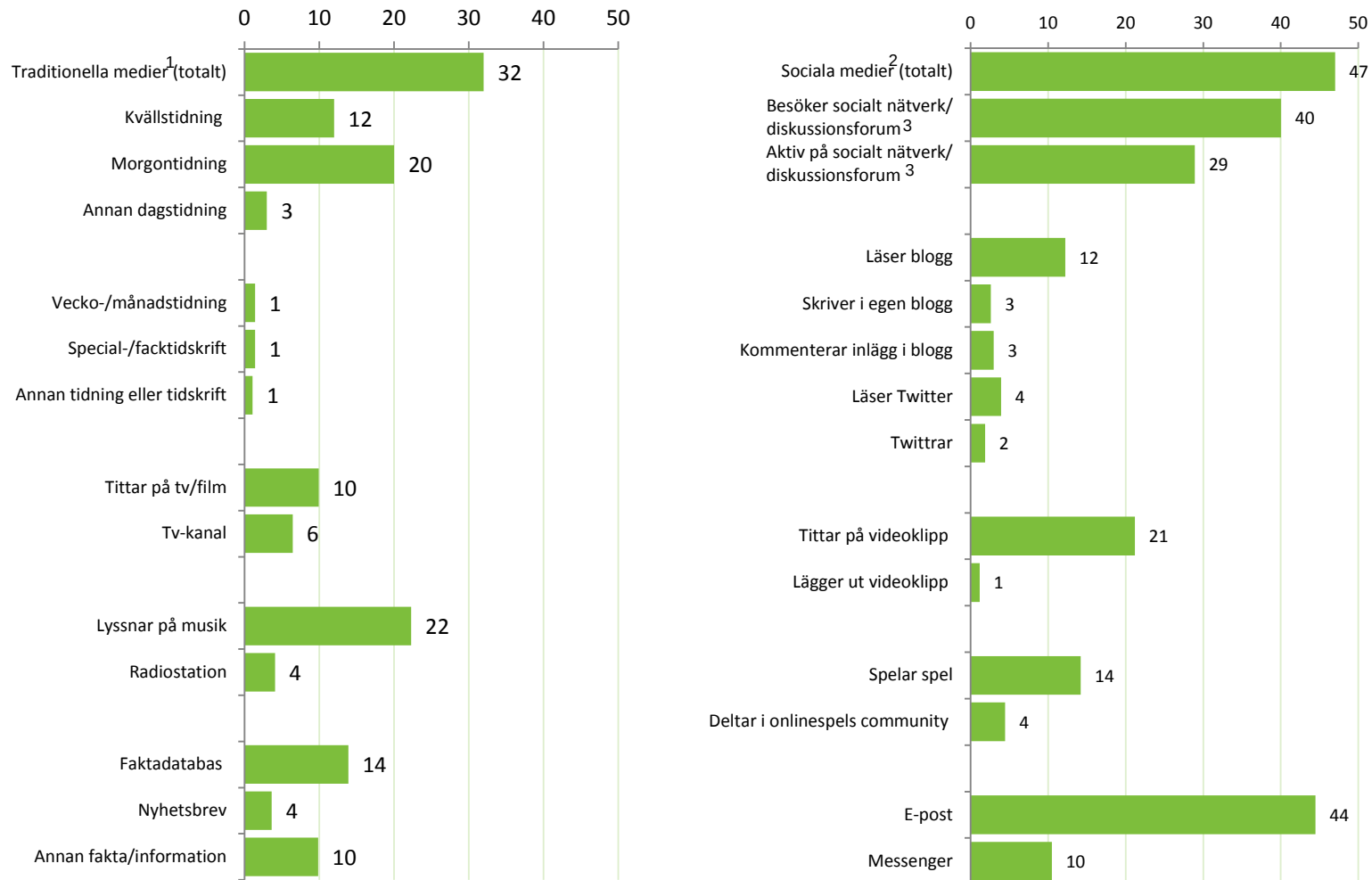
Noter

1. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, annan dagstidning, vecko-/månadstidning, special-/facktidning, annan tidning eller tidskrift, tv-kanal eller radiostation.

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

Traditionella och sociala medier på internet

Figur 22. Användningsområde i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Noter

1. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, annan dagstidning, vecko-/månadstidning, special-/facktidsskrift, annan tidning eller tidskrift, tv-kanal eller radiostation.
2. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.
3. Med socialt nätverk/diskussionsforum avses något socialt nätverk/community, diskussionsforum/chatt-grupp eller virtuellt community/virtuell värld.

Traditionella medier på internet

Tabell 19. Användare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2010-2012 (procent)

		2010	2011	2012			2010	2011	2012
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	28	31	32	Sysselsättning	Arbetare	30	33	31
	Vuxna 18-79 år	31	34	35	(16-79 år)	Tjänstemän	40	44	38
	Barn/ungdom 9-17 år	12	13	17		Högre tjänstemän/akademiker	42	44	44
						Egna företagare	36	41	39
Kön	Män 9-79 år	32	37	37		Pensionärer	17	19	20
	Kvinnor 9-79 år	25	26	28		Studerande	43	38	47
						Arbetslösa	33	46	34
	Män 18-79 år	36	41	40					
	Kvinnor 18-79 år	27	28	29	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	28	31	30
					(18-79 år)	Två personer (18 år och äldre)	31	33	35
	Pojkar 9-17 år	14	14	17		Tre eller fler (18 år och äldre)	36	41	38
	Flickor 9-17 år	10	12	18					
					Familj	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	45	48	50
Ålder	9-14 år	9	8	13	(18-79 år)	Äldre vuxna (45-79 år)	22	24	25
	15-19 år	28	28	32		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	36	42	39
	20-24 år	44	45	44		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	41	44	47
	25-34 år	48	50	53					
	35-44 år	37	45	45	Hushåll	En person	27	30	29
	45-54 år	34	38	36	(16-79 år)	Två personer	28	28	31
	55-64 år	27	26	28		Tre personer	31	36	37
	65-79 år	16	19	20		Fyra personer eller fler	29	33	34
Utbildning	Förgymnasial < 9 år	13	14	14	Hemort	Stockholm	32	35	33
(16-79 år)	Förgymnasial 9-10 år	21	25	28	(9-79 år)	Malmö	32	33	31
	Gymnasial ≤ 2 år	30	27	31		Göteborg	31	34	34
	Gymnasial > 2 år	36	37	37		Större städer	31	33	34
	Högskola/universitet ≤ 3 år	35	40	39		Pendlingskommuner	23	28	30
	Högskola/universitet > 3 år	36	42	41		Glesbygdskommuner	25	23	33
						Varuproducerande kommuner	29	26	29
						Övriga kommuner	24	28	31

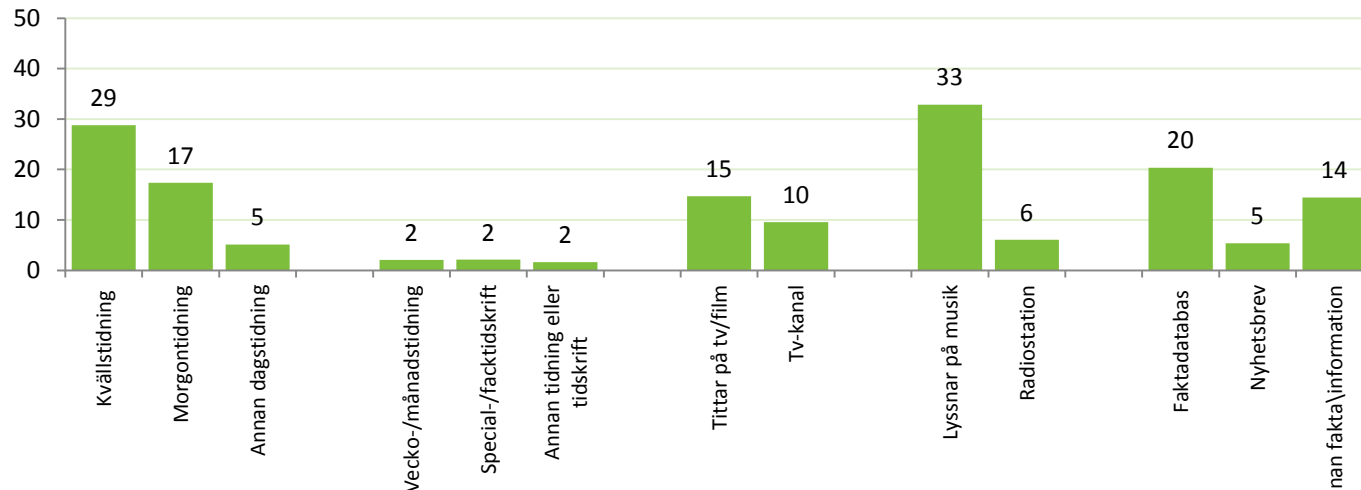
Sociala medier

Tabell 20. Användare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2010-2012 (procent)

		2010	2011	2012			2010	2011	2012
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	35	42	47	Sysselsättning	Arbetare	34	40	46
	Vuxna 18-79 år	31	38	44	(16-79 år)	Tjänstemän	34	43	41
	Barn/ungdom 9-17 år	54	63	65		Högre tjänstemän/akademiker	36	44	51
Kön						Egna företagare	27	40	47
	Män 9-79 år	34	40	45		Pensionärer	8	11	17
	Kvinnor 9-79 år	35	44	48		Studerande	79	82	86
						Arbetslösa	53	62	63
	Män 18-79 år	30	36	42					
	Kvinnor 18-79 år	33	41	46	Vuxna i hushållet	En person (18 år och äldre)	28	35	39
Ålder					(18-79 år)	Två personer (18 år och äldre)	29	35	43
	Pojkar 9-17 år	55	62	64		Tre eller fler (18 år och äldre)	45	53	54
	Flickor 9-17 år	53	65	67					
					Familj	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	67	75	73
	9-14 år	40	49	54	(18-79 år)	Äldre vuxna (45-79 år)	12	17	25
	15-19 år	79	88	88		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	46	50	57
	20-24 år	79	84	79		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	47	57	60
	25-34 år	60	73	72					
	35-44 år	40	46	58	Hushåll	En person	28	32	37
	45-54 år	27	35	44	(16-79 år)	Två personer	21	28	36
Utbildning (16-79 år)	55-64 år	14	18	28		Tre personer	46	57	61
	65-79 år	7	11	18		Fyra personer eller fler	49	54	57
	Förgymnasial < 9 år	10	11	16	Hemort	Stockholm	41	46	50
	Förgymnasial 9-10 år	21	25	32	(9-79 år)	Malmö	34	48	53
	Gymnasial < 2 år	27	26	40		Göteborg	41	47	49
	Gymnasial > 2 år	43	50	53		Större städer	35	43	49
	Högskola/universitet < 3 år	34	45	49		Pendlingskommuner	28	38	45
	Högskola/universitet > 3 år	34	44	49		Glesbygdskommuner	33	31	45
						Varuproducerande kommuner	34	35	41
						Övriga kommuner	31	40	43

Traditionella medier på internet

Figur 23. Användningsområde bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

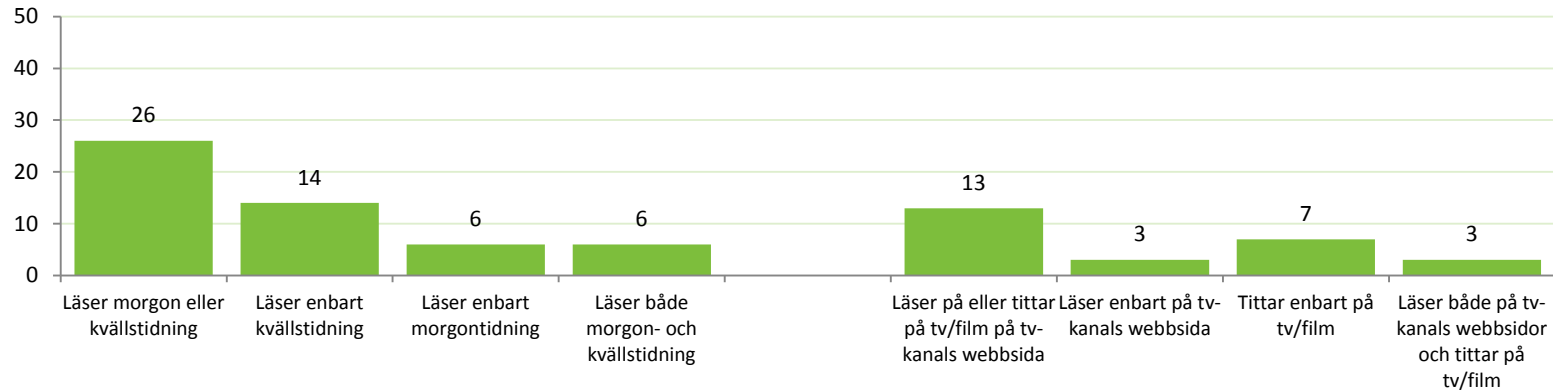


Tabell 21. Användningsområde bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Kvällstidning	29	32	25	8	25	39	30	26	27	34	32
Morgontidning	17	20	14	3	13	24	18	19	15	18	23
Annan dagstidning	5	6	4	1	3	6	7	6	3	5	7
Vecko-/månadstidning	2	2	2	1	2	3	2	2	3	1	3
Special-/facktidsskrift	2	3	1	0	1	3	3	3	2	2	3
Annan tidning eller tidskrift	2	2	1	0	2	2	2	1	0	2	2
Tittar på tv/film	15	15	14	22	28	12	10	8	8	13	13
Tv-kanal	10	9	10	10	12	11	8	7	5	8	11
Lyssnar på musik	33	34	32	57	65	36	15	8	15	32	26
Radiostation	6	6	6	3	7	9	5	3	6	5	7
Faktadatabas	20	22	19	13	28	24	20	12	8	18	26
Nyhetsbrev	5	6	5	1	3	6	6	7	5	5	8
Annan fakta/information	14	14	15	7	10	17	19	11	11	12	19

Traditionella medier på internet

Figur 24. Användningsområde bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

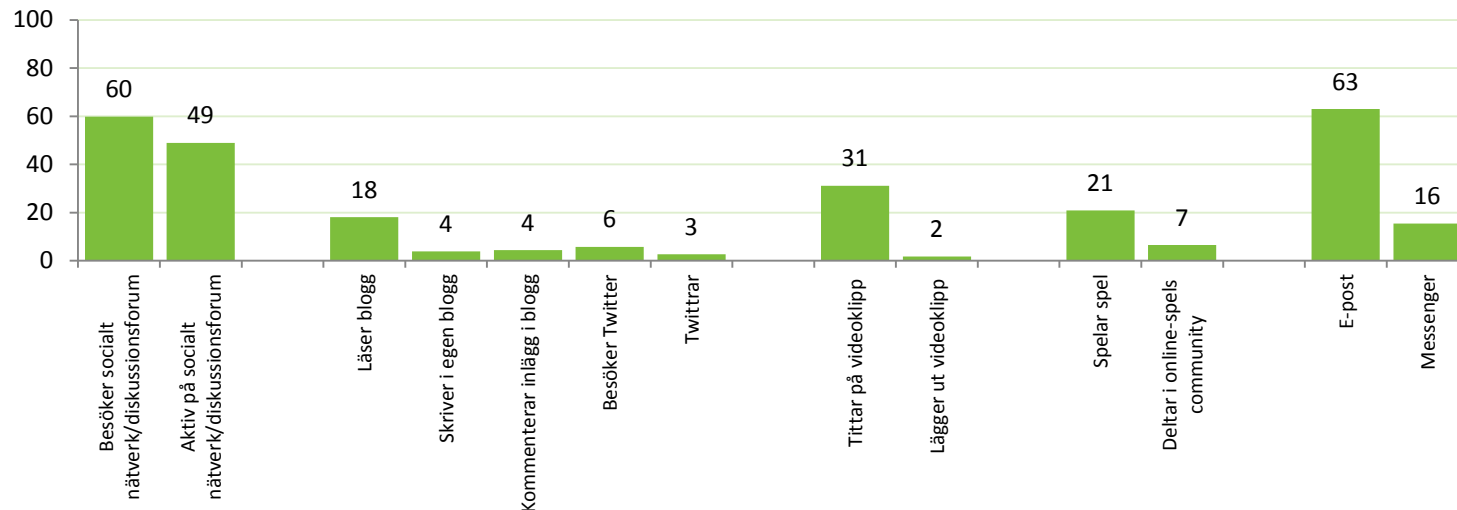


Tabell 22. Användningsområde bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning (16-79 år)		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Läser morgon eller kvällstidning	26	29	21	7	28	40	26	16	14	29	33
Läser enbart kvällstidning	14	15	12	5	16	21	14	7	8	17	16
Läser enbart morgontidning	6	6	5	1	6	8	6	4	3	5	9
Läser både morgon- och kvällstidning	6	8	4	1	6	11	6	5	3	7	8
Läser på eller tittar på tv/film på tv-kanals webbsida	13	14	12	18	29	15	9	5	6	12	13
Läser enbart på tv-kanals webbsida	3	3	3	3	4	5	3	2	2	3	4
Tittar enbart på tv/film	7	8	6	11	19	6	4	2	3	6	5
Läser både på tv-kanals webbsidor och tittar på tv/film	3	3	3	4	6	4	2	1	1	3	4

Sociala medier

Figur 25. Användningsområde bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Tabell 23. Användningsområde bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 procent

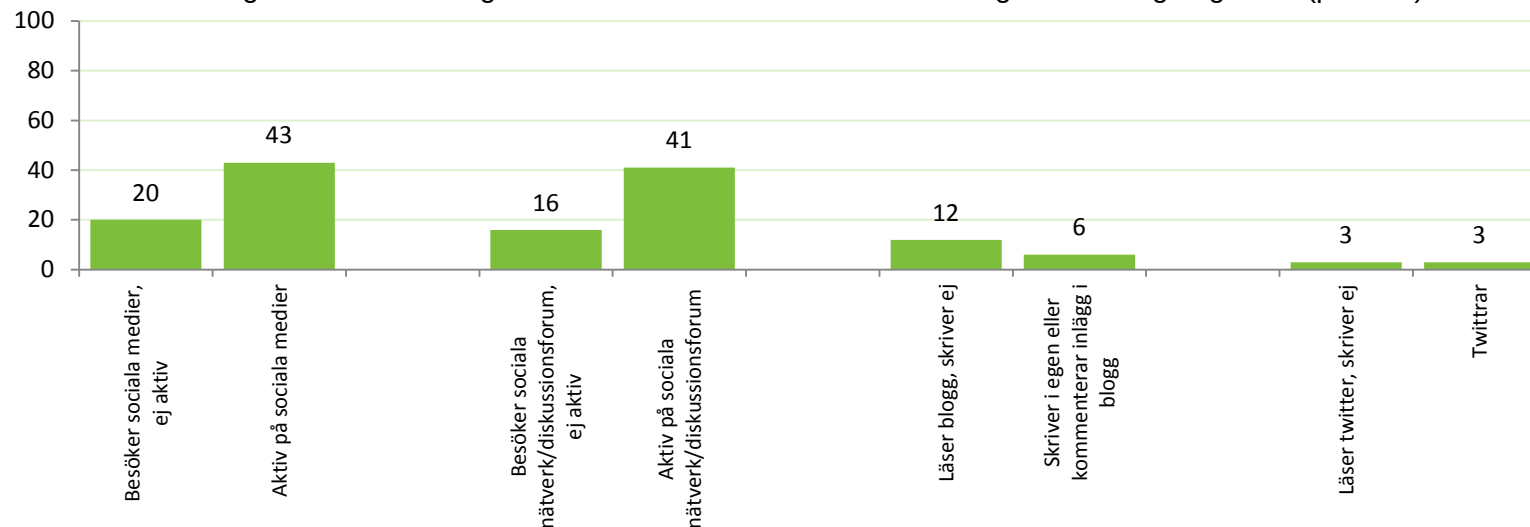
	Kön			Ålder					Utbildning (16-79 år)		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Besöker socialt nätverk/diskussionsforum ¹	60	54	66	62	87	70	47	32	41	63	57
Aktiv på socialt nätverk/diskussionsforum ¹	49	46	53	62	78	57	34	22	32	50	44
Läser blogg	18	12	25	22	33	20	10	9	10	14	18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

Not

1. Med socialt nätverk/diskussionsforum avses något socialt nätverk/community, diskussionsforum/chattgrupp eller virtuellt community/virtuell värld.

Sociala medier

Figur 26. Användningsområde bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Tabell 24. Användningsområde bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning (16-79 år)		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Besöker sociala medier ¹ , ej aktiv	20	20	20	23	21	20	19	17	15	19	21
Aktiv på sociala medier ¹	43	39	48	53	71	53	27	21	30	44	39
Besöker sociala nätverk/diskussionsforum ² , ej aktiv	16	15	18	13	19	18	16	14	14	17	17
Aktiv på sociala nätverk/diskussionsforum ²	41	37	45	49	68	50	26	19	28	42	37
Läser blogg, skriver ej	12	9	16	13	23	13	7	7	8	9	13
Skriver i egen eller kommenterar inlägg i blogg	6	3	9	11	9	7	3	4	3	4	5
Besöker Twitter, twittrar ej	3	3	3	4	8	4	1	2	3	3	3
Twittrar	3	3	2	2	7	3	1	0	1	2	2

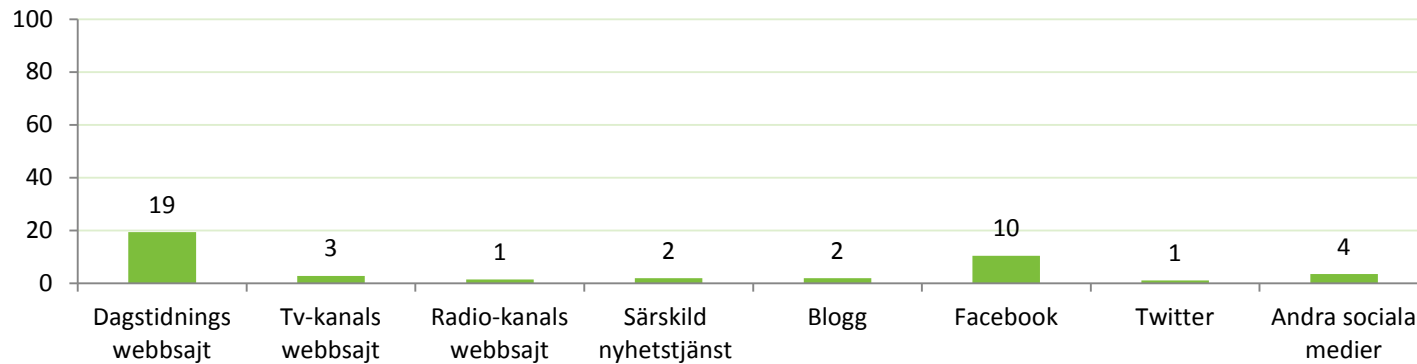
Noter

1. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.

2. Med socialt nätverk/diskussionsforum avses här något socialt nätverk/community, diskussionsforum/chattgrupp.

Nyheter online

Figur 27. Andel i befolkningen 9-79 år som tagit del av onlinenyheter en genomsnittlig dag 2012 (procent)

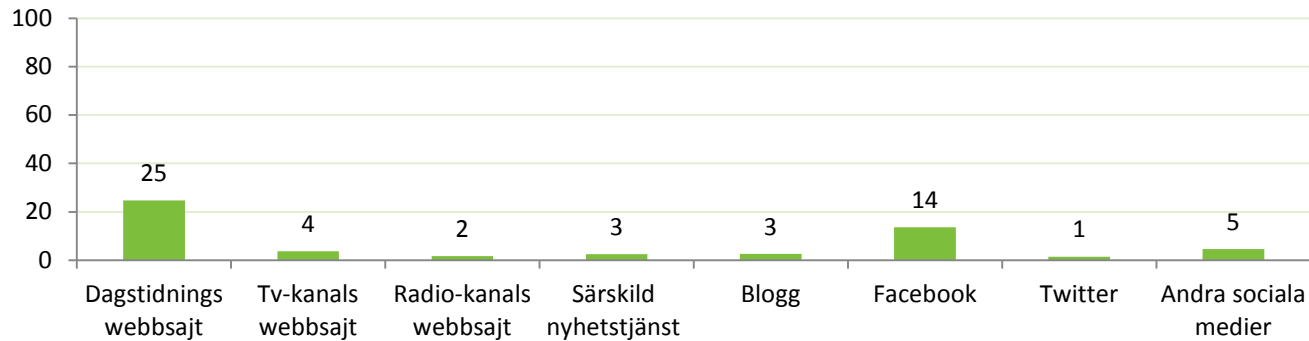


Tabell 25. Andel i befolkningen 9-79 år som tagit del av onlinenyheter en genomsnittlig dag 2012 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning (16-79 år)		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Dagstidnings webbsajt	19	22	17	3	19	30	22	12	8	21	28
Tv-kanals webbsajt	3	4	2	1	3	4	3	2	2	3	4
Radio-kanals webbsajt	1	2	1		2	2	2	1	1	2	2
Särskild nyhetstjänst	2	2	1	1	2	3	2	1	1	3	2
Blogg	2	1	2	1	4	4	1	1	1	2	2
Facebook	10	10	11	8	26	16	6	3	4	11	11
Twitter	1	2	1		3	2	1			1	1
Andra sociala medier	4	4	3	1	5	5	3	2	1	4	4
Nej, tog inte del av online nyheter	64	60	67	79	49	50	65	79	81	61	56

Nyheter online

Figur 28. Internetanvändare 9-79 år som tagit del av onlinenyheter en genomsnittlig dag 2012 (procent)

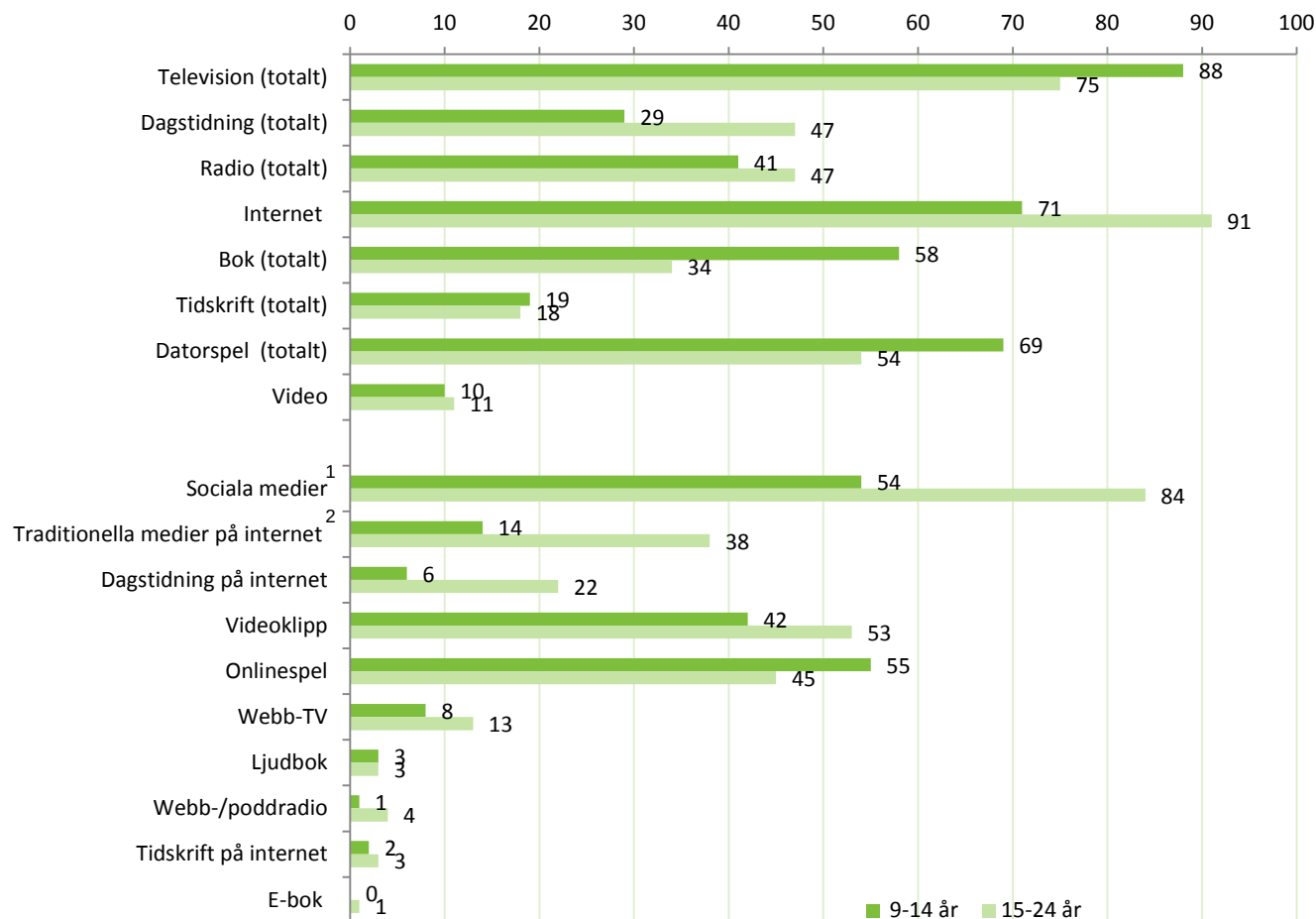


Tabell 26. Internetanvändare 9-79 år som tagit del av onlinenyheter en genomsnittlig dag 2012 (procent)

	Kön			Ålder				Utbildning (16-79 år)			
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Dagstidnings webbsajt	25	28	22	4	20	32	28	23	17	25	33
Tv-kanals webbsajt	4	5	3	1	3	4	4	4	3	3	5
Radiokanals webbsajt	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2
Särskild nyhetstjänst	3	3	2	1	2	3	3	2	1	3	3
Blogg	3	2	3	1	5	4	1	1	1	2	3
Facebook	14	13	14	10	28	17	7	5	9	14	13
Twitter	1	2	1		3	2	1		1	1	2
Andra sociala medier	5	5	4	2	6	6	4	4	3	5	5
Nej, tog inte del av online nyheter	54	51	58	75	47	45	57	62	64	53	48

Barn och unga

Figur 29. Andel av befolkningen 9-14 år och 15-24 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 2012 (procent)



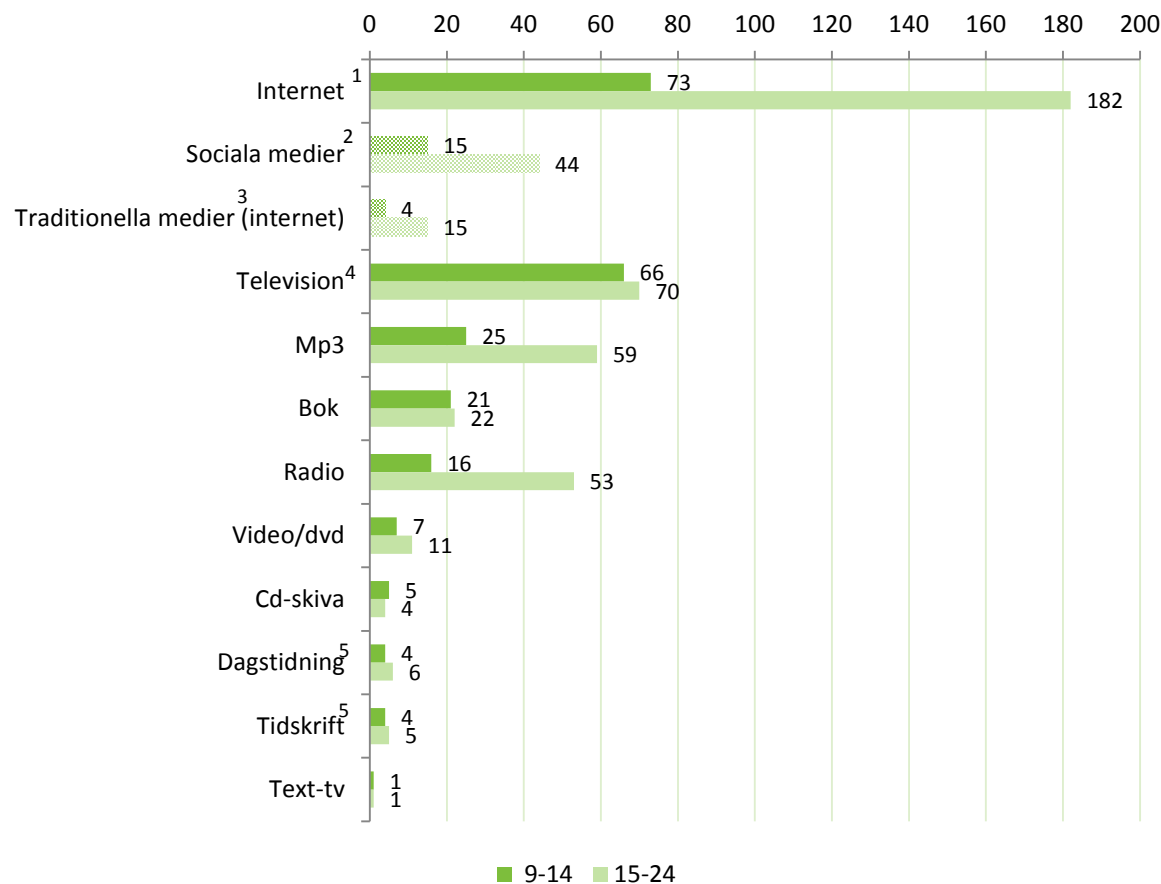
Noter

1. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.

2. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, annan dagstidning, vecko-/månadstidning, special-/facktidskrift, annan tidning eller tidskrift, tv-kanal eller radiostation.

Barn och unga

Figur 30. Användningstid för olika medier i befolkningen 9-14 år och 15-24 år en genomsnittlig dag 2012 (minuter)

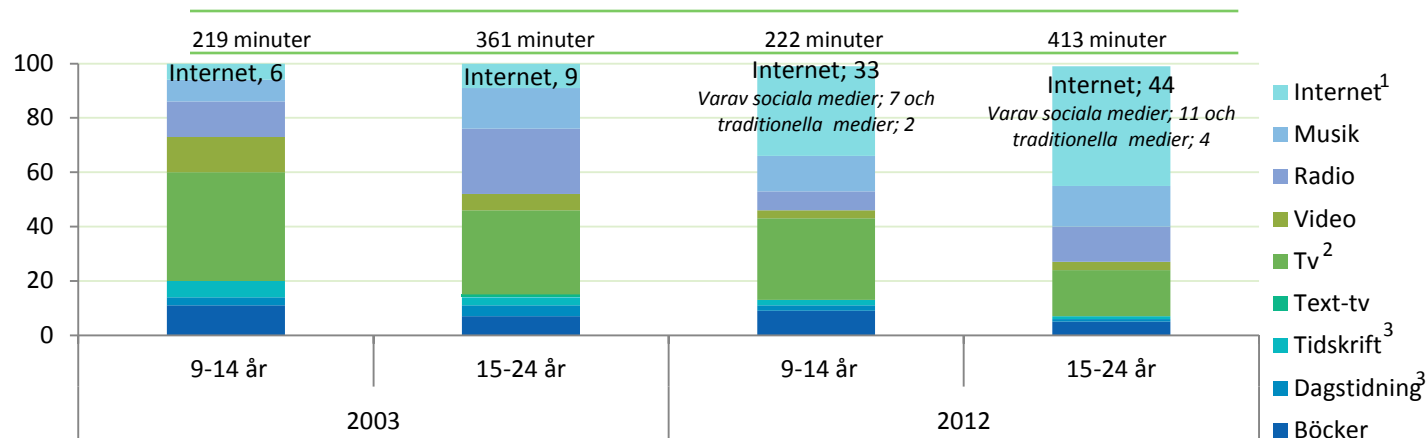


Noter

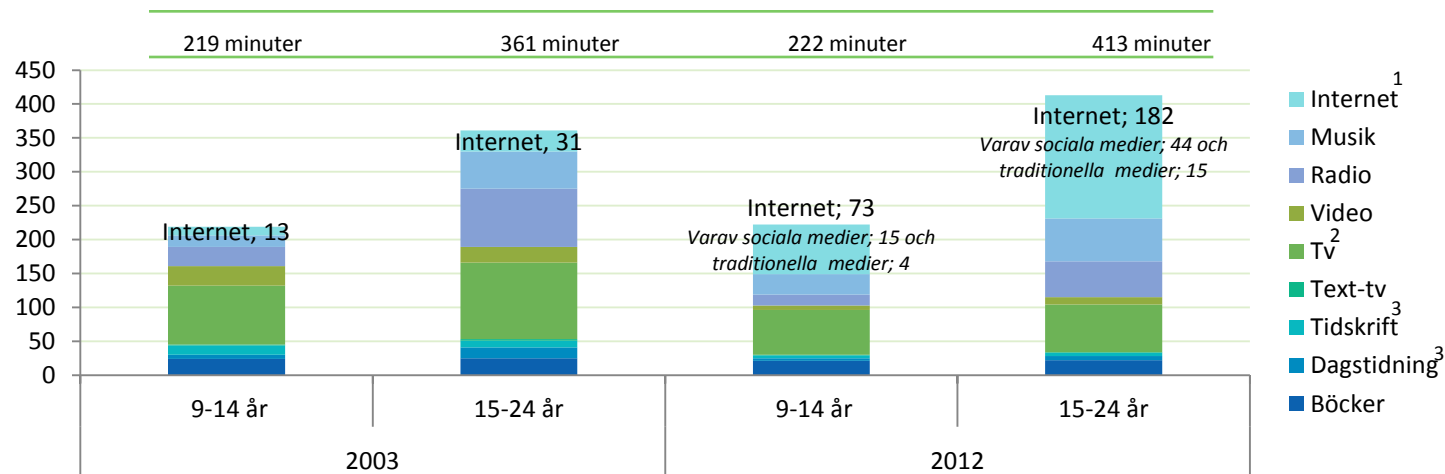
1. Avser all internettid. Här ingår följaktligen tittande, lyssnande och läsande av traditionella medier på internet.
2. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/ chattgrupp eller blogg.
3. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, tidskrift, eller tv.
4. Avser genomsnittlig tid för vanlig tv. Den tid som ägnas åt tv via internet ingår i internettiden.
5. Avser genomsnittlig tid för papperstidningen. Den tid som ägnas åt tidningen via internet ingår i internettiden.

Barn och unga

Figur 31. Den bruttotid som befolkningen 9-24 år ägnar olika medier en genomsnittlig dag 2003 och 2012(procent)



Figur 32. Den tid som befolkningen 9-24 år ägnar olika medier en genomsnittlig dag 2003 och 2012 (minuter)



Noter

1. Avser all internettid. Här ingår följaktligen tittande, lyssnande och läsande av traditionella medier på internet.

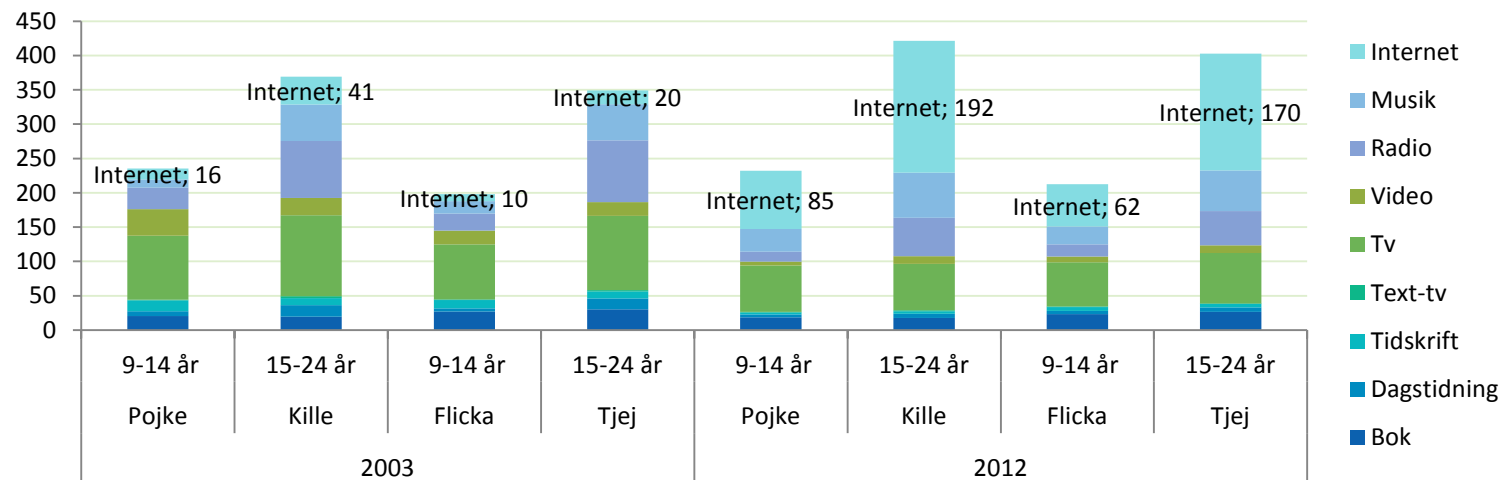
2. Avser genomsnittlig tid för vanlig tv. Den tid som ägnas åt tv via internet ingår i internettiden.

3. Avser genomsnittlig tid för papperstidningen. Den tid som ägnas åt tidningen via internet ingår i internettiden.

Anm: Den totala tid som ägnas åt medier är en summering av den tid som avsätts för varje medium och tar inte hänsyn till att två medier kan användas samtidigt.

Barn och unga

Figur 33. Den tid som befolkningen 9-24 år ägnar olika medier en genomsnittlig dag 2003 och 2012 (minuter)

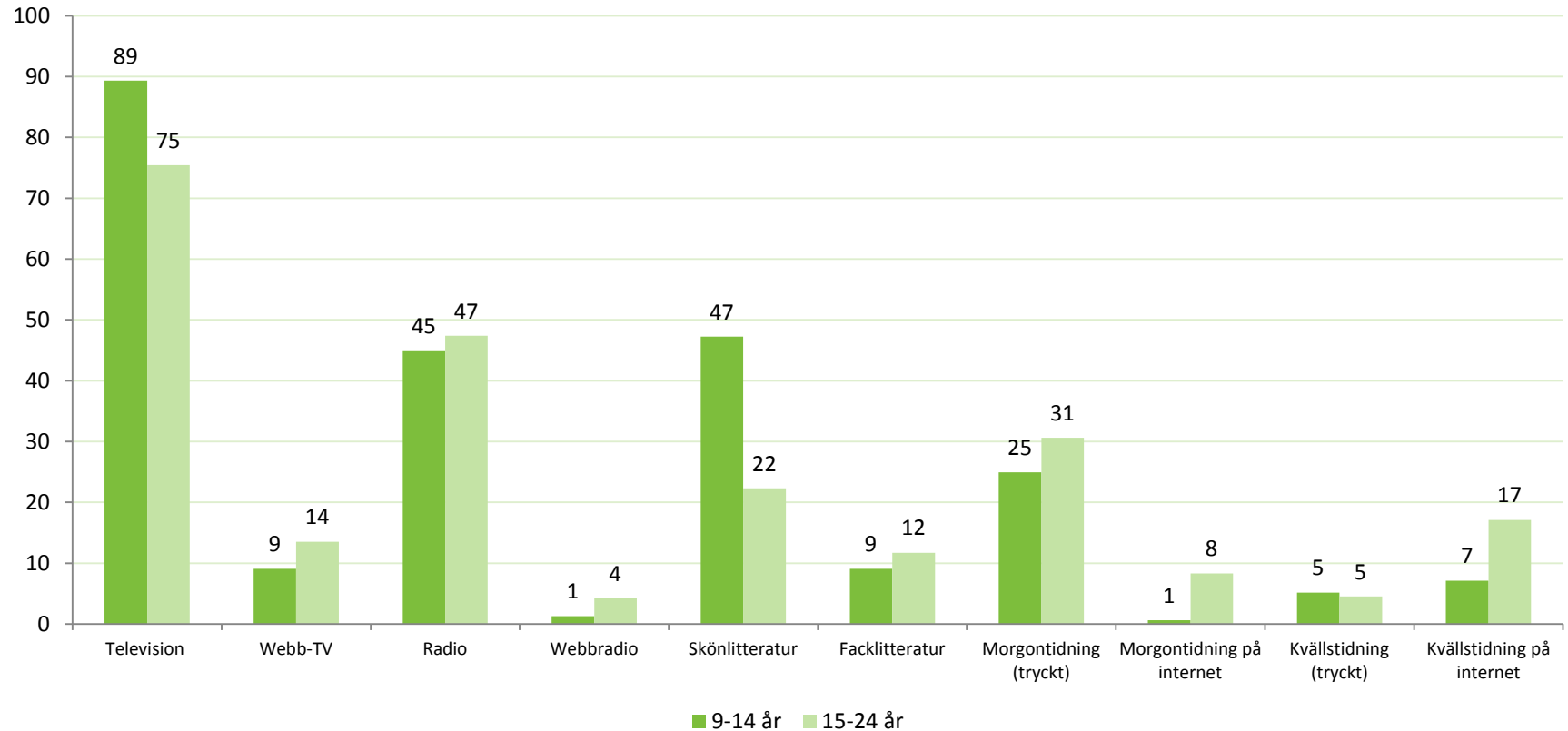


Tabell 27. Den tid som befolkningen 9-24 år ägnar olika medier en genomsnittlig dag 2003 och 2012 (minuter)

	2003				2012			
	Pojke 9-14 år	Kille 15-24 år	Flicka 9-14 år	Tjej 15-24 år	Pojke 9-14 år	Kille 15-24 år	Flicka 9-14 år	Tjej 15-24 år
Internet	16	41	10	20	85	192	62	170
Varav								
Sociala medier					15	43	15	46
Traditionella medier					2	18	5	11
Musik	14	54	20	55	33	66	26	59
Radio	31	83	25	90	14	56	18	50
Video/dvd	39	25	20	20	5	11	8	11
Television	93	118	80	108	68	68	64	74
Text-tv	1	3	1	2	1	1	1	0
Tidskrift	16	10	12	10	3	4	6	6
Dagstidning	7	17	5	16	4	6	5	7
Bok	20	19	27	30	19	18	23	26
Totalt	235	369	198	349	232	421	212	403

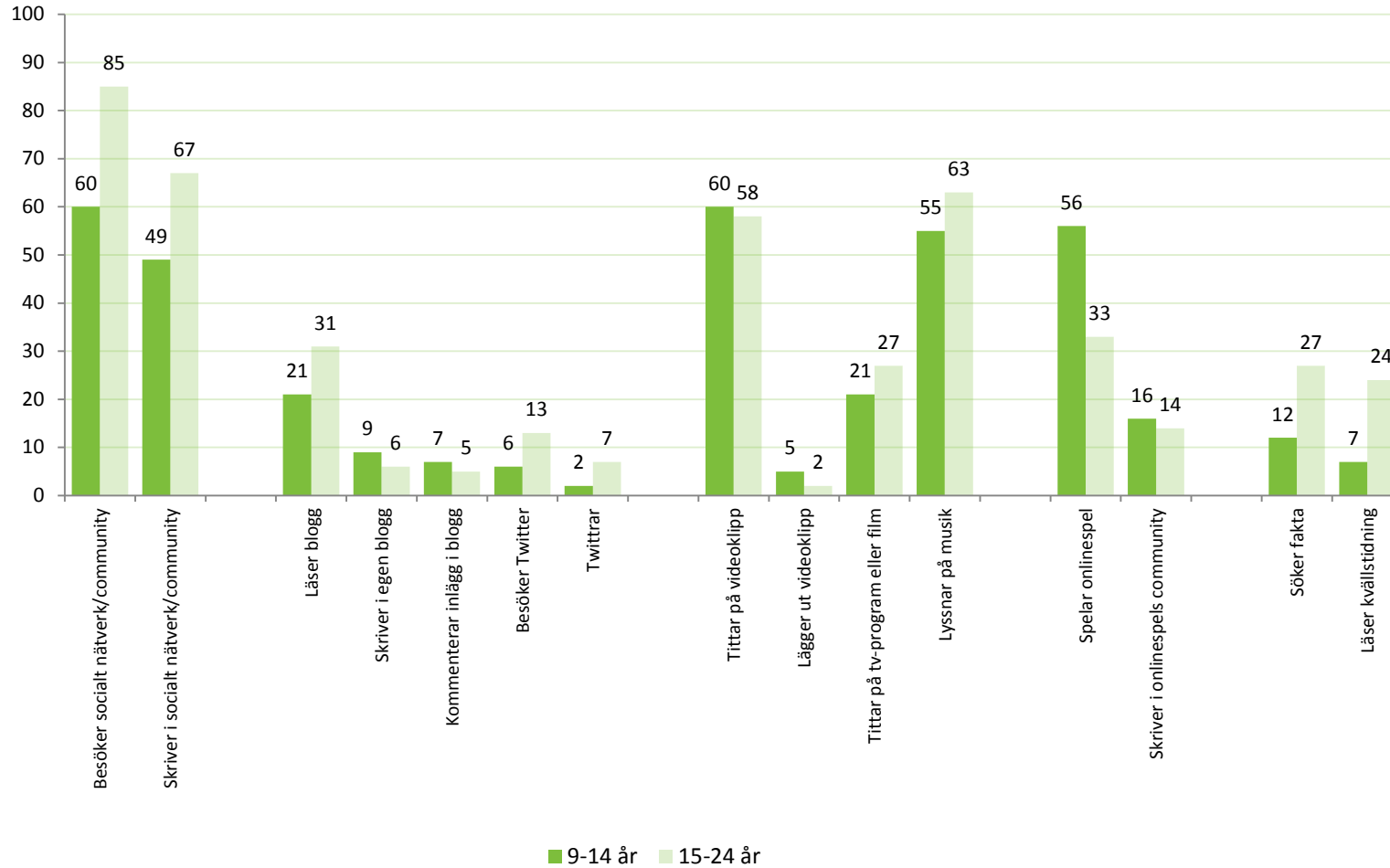
Barn och unga

Figur 34. Andel av befolkningen 9-24 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 2012 (procent)



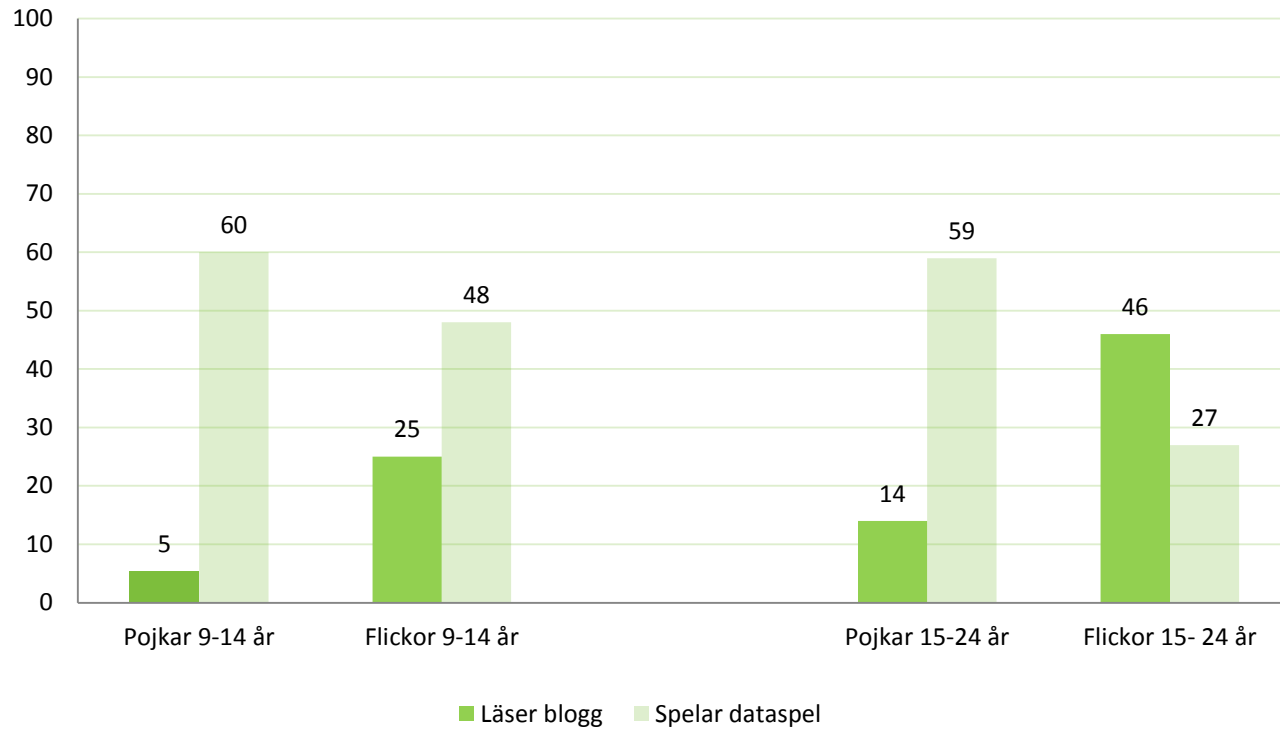
Barn och unga

Figur 35. Vanliga online-aktiviteter bland internetanvändare 9-24 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



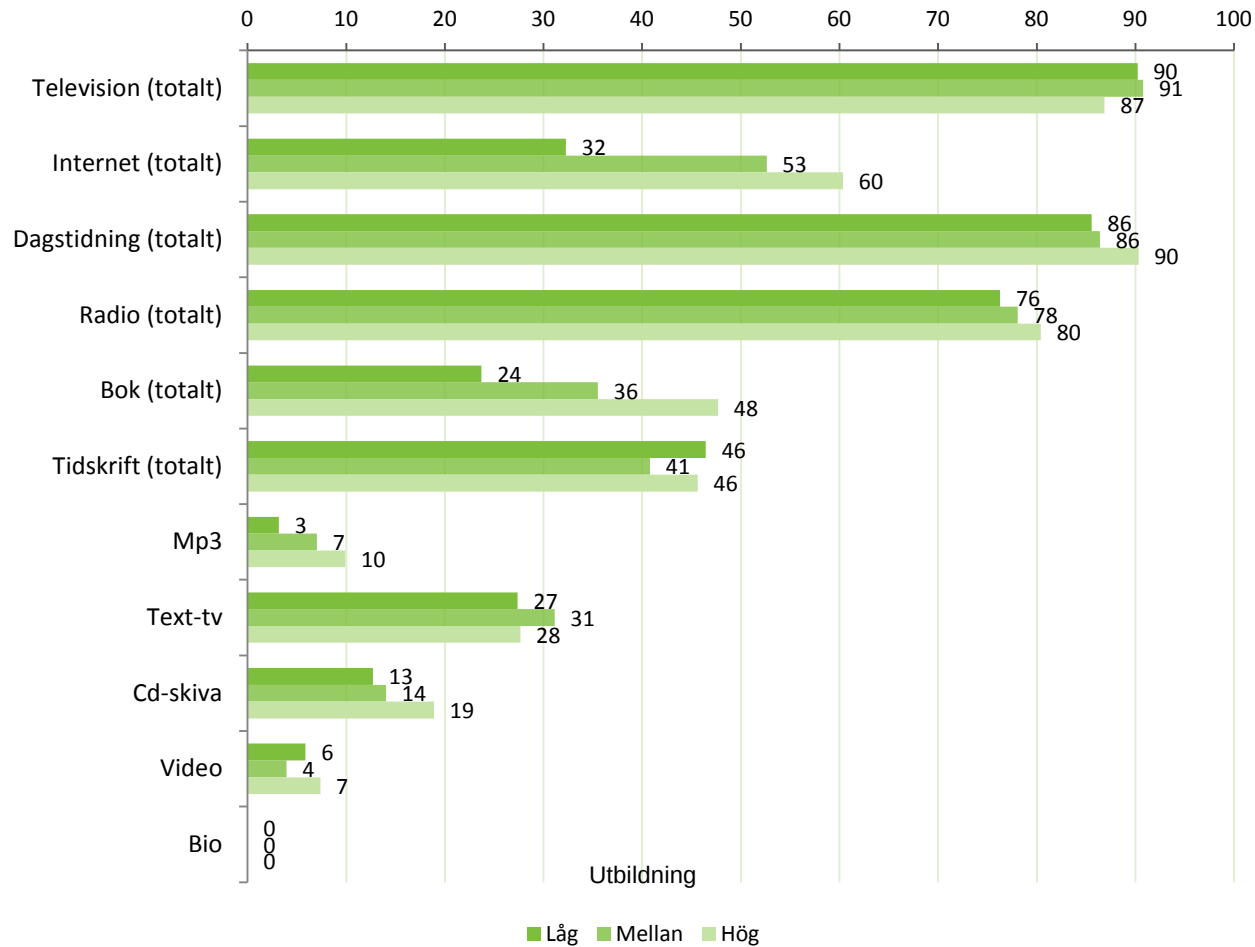
Barn och unga

Figur 36. Andel i befolkningen 9-14 och 15- 24 år som läser blogg och andel som spelar onlinespel en genomsnittlig dag 2012 (%)



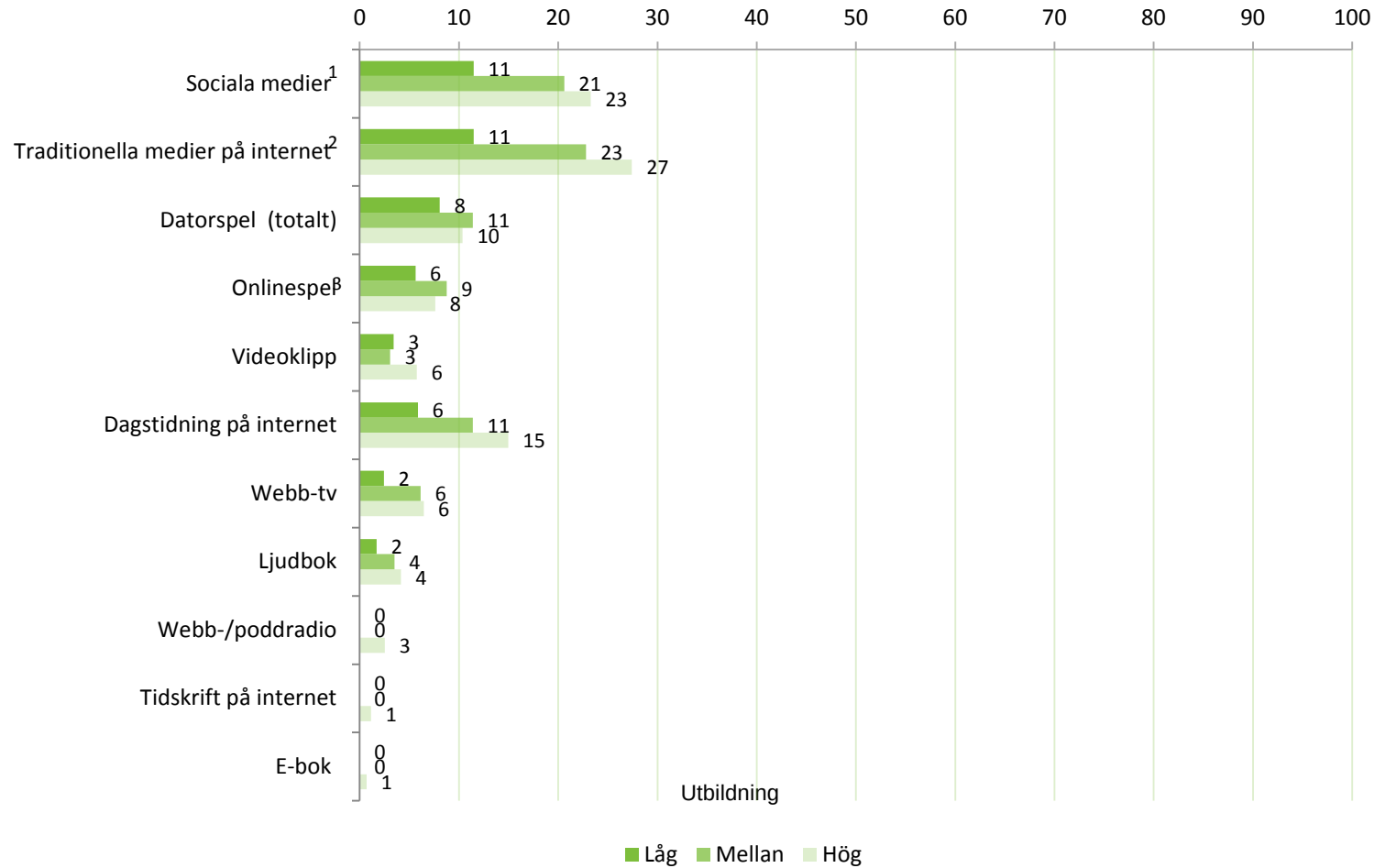
Pensionärer

Figur 37. Andel av befolkningen 65-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Pensionärer

forts figur 37

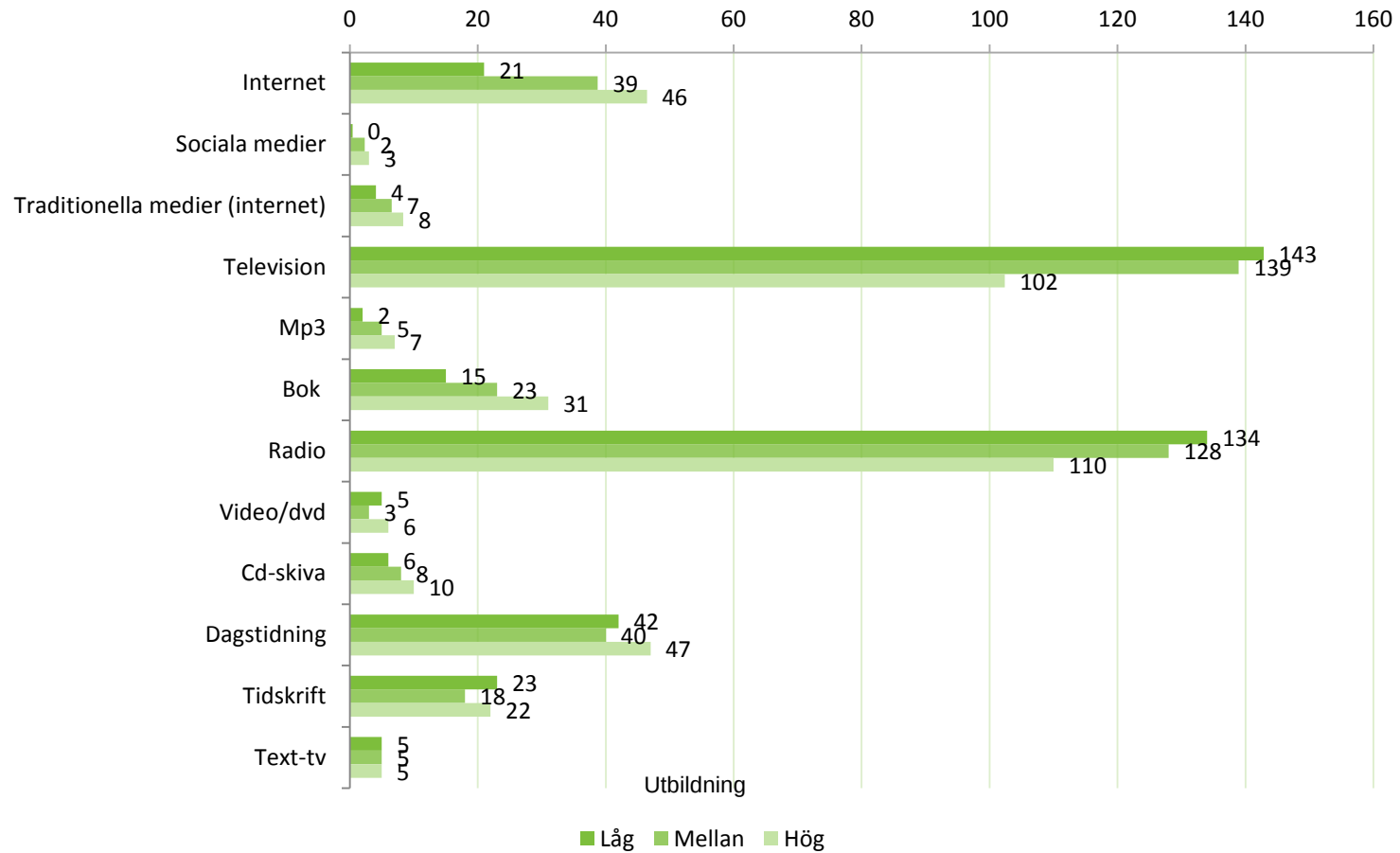


Noter

1. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattpgrupp eller blogg.
2. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, tidskrift, radio eller tv.
3. Med datorspel avses spel på dator, spelkonsol, mobiltelefon, Ipod och onlinespel på internet.

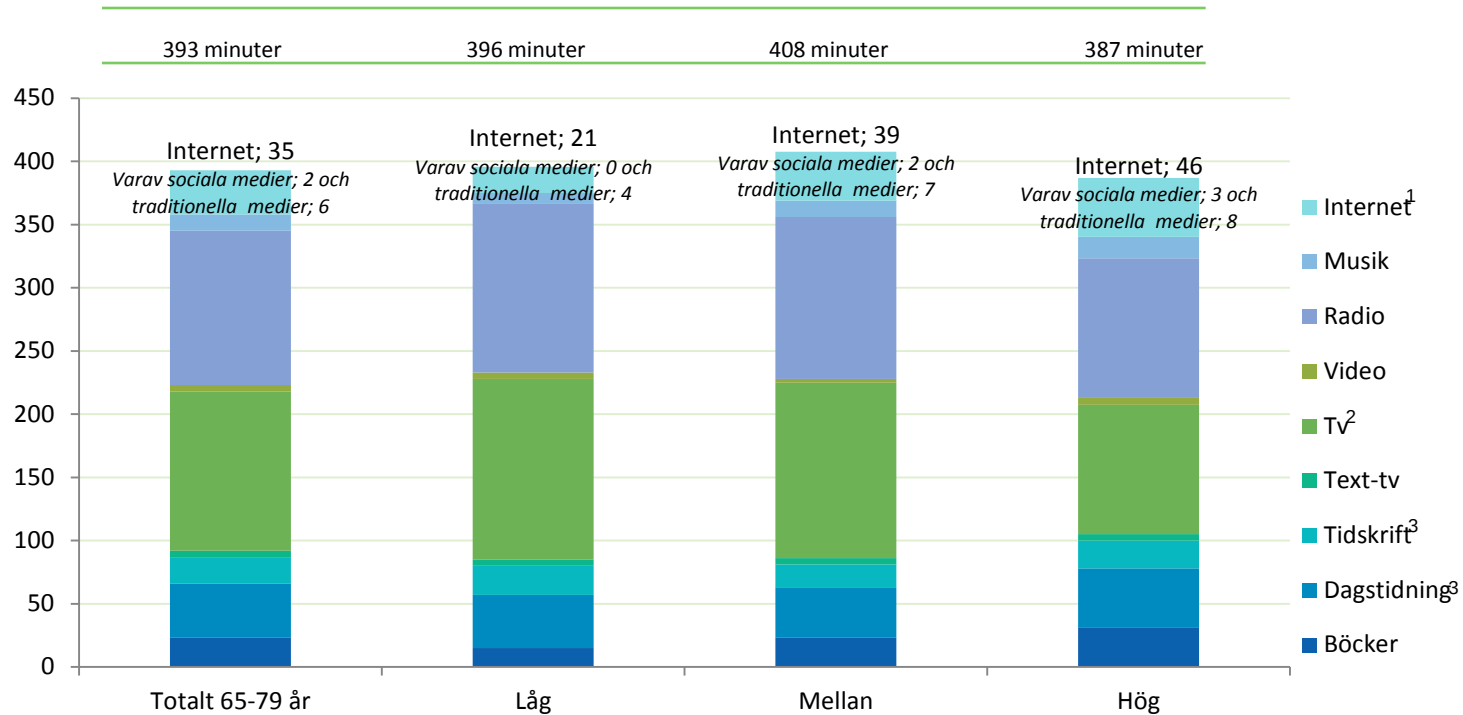
Pensionärer

Figur 38. Användningstid för olika medier i befolkningen 65-79 år en genomsnittlig dag 2012 (minuter)



Pensionärer

Figur 39. Den tid som befolkningen 65-79 år ägnar olika medier en genomsnittlig dag 2012 (minuter)



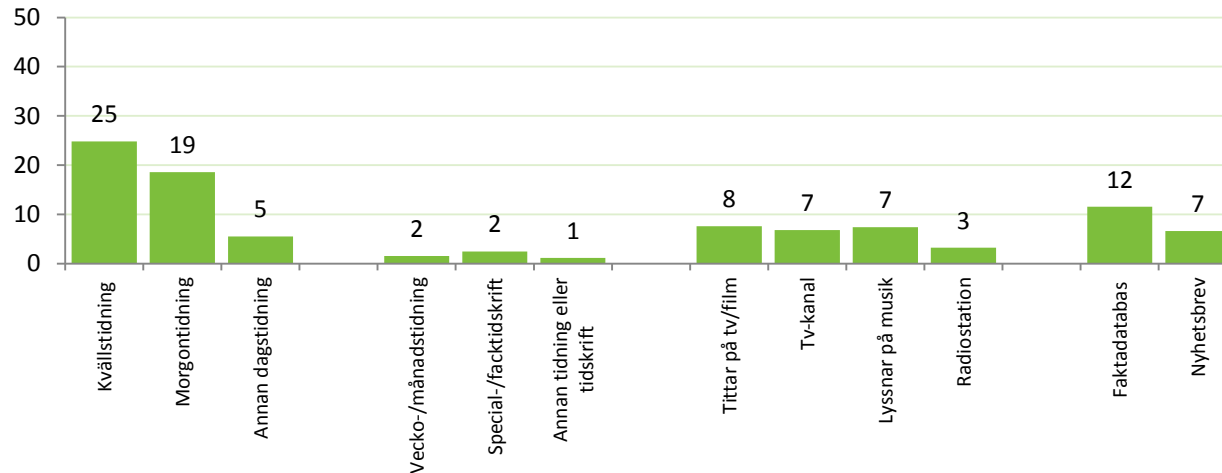
Noter

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

Anm: Den totala tid som ägnas åt medier är en summering av den tid som avsättes för varje medium och tar inte hänsyn till att två medier kan användas samtidigt.

Pensionärer

Figur 40. Användningsområde bland användare 65-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

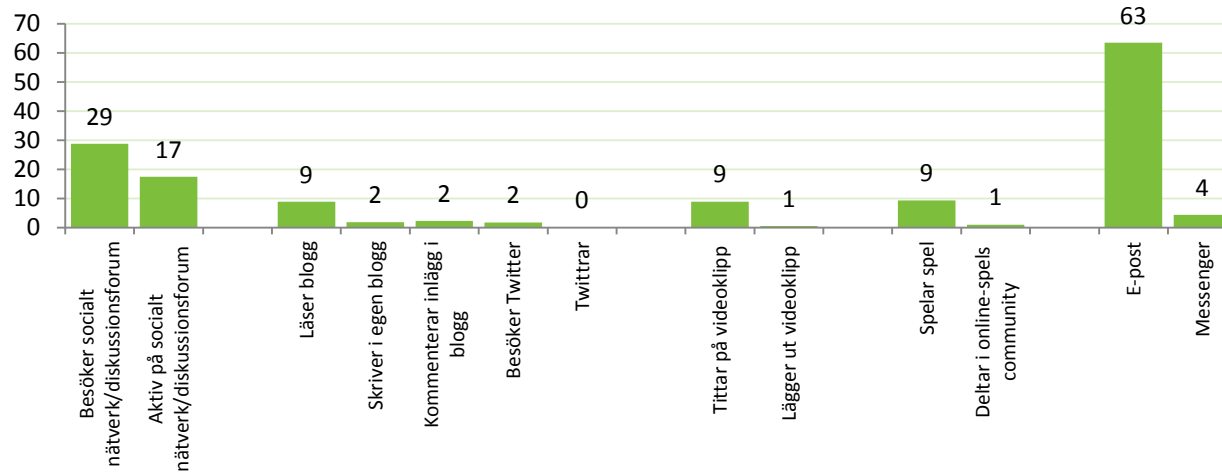


Tabell 28. Användningsområde bland användare 65-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

	Totalt	Kön		Utbildning		
	65-79 år	Män	Kvinnor	Låg	Mellan	Hög
Kvällstidning	25	26	23	24	27	26
Morgontidning	19	20	17	11	14	24
Annan dagstidning	5	6	5	3	5	7
Vecko-/månadstidning	2	2	1	1	2	2
Special-/facktidskrift	2	3	1	2	4	2
Annan tidning eller tidskrift	1	1	1	0	0	2
Tittar på tv/film	8	6	9	5	7	10
Tv-kanal	7	6	8	5	5	9
Lyssnar på musik	7	6	9	5	4	10
Radiostation	3	3	3	3	0	5
Faktadatabas	12	13	10	2	8	18
Nyhetsbrev	7	9	3	6	4	8

Pensionärer

Figur 41. Användningsområde bland användare 65-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Tabell 29. Användningsområde bland användare 65-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

	Totalt	Kön		Utbildning		
	65-79 år	Män	Kvinnor	Låg	Mellan	Hög
Besöker socialt nätverk/diskussionsforum ¹	29	20	41	29	31	28
Aktiv på socialt nätverk/diskussionsforum ¹	17	12	24	17	18	18
Läser blogg	9	6	12	9	8	9
Skriver i egen blogg	2	1	3	2	2	2
Kommenterar inlägg i blogg	2	1	4	1	1	4
Besöker Twitter	2	1	3	2	0	2
Twitterar	0	0	0	0	1	0
Tittar på videoklipp	9	9	8	11	6	10
Lägger ut videoklipp	1	0	1	0	0	1
Spelar spel	9	6	13	10	12	8
Deltar i online-spels community	1	1	1	2	1	1
E-post	63	62	66	49	66	71
Messenger	4	5	4	2	8	4

Not

1. Med socialt nätverk/diskussionsforum avses något socialt nätverk/community, diskussionsforum/chattgrupp eller virtuellt community/virtuell värld.

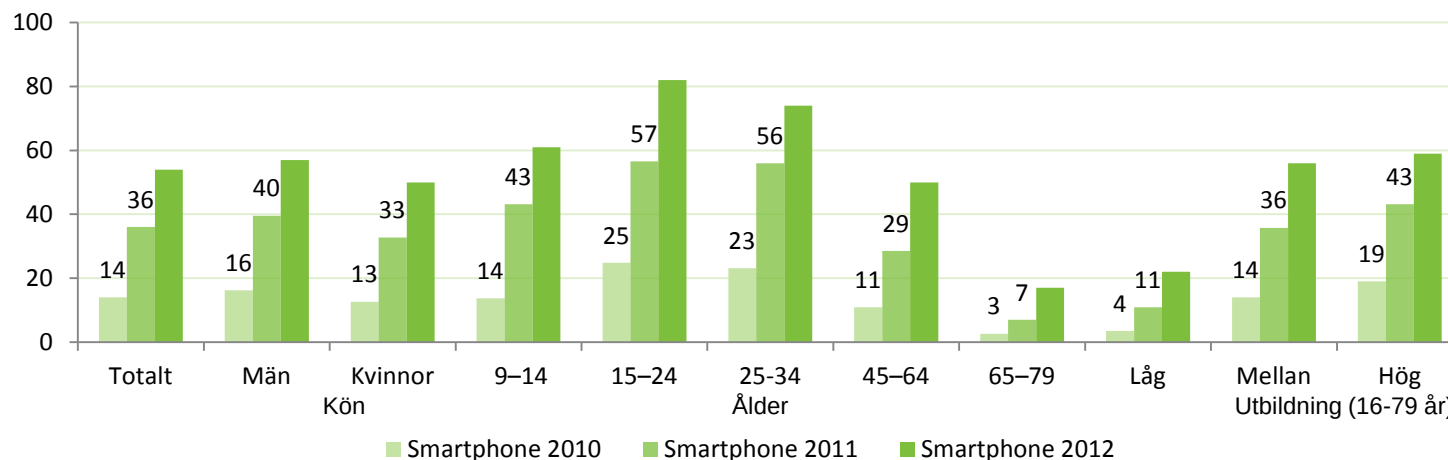
Pensionärer

Tabell 30. Andel av befolkningen 65-79 år som har tillgång till olika medier i hemmet 2012 (procent)

Har tillgång i hemmet till	Totalt	Utbildning		
	65-79 år	Låg	Mellan	Hög
Prenumeration på dagstidning	77	74	78	80
enbart en	67	67	68	65
två eller fler	11	7	9	15
Radio	100	100	100	100
vanlig radioapparat	97	98	97	97
via internet	38	23	43	50
i mobil/mp3/ipod	39	33	43	45
bilradio	79	76	81	82
Tv	98	99	99	97
vanlig tv-apparat	98	99	99	97
enbart en	46	50	40	45
två	39	39	43	37
tre eller fler	13	10	16	15
via internet	34	25	37	42
i mobil/mp3/ipod	9	5	11	10
Multi-tv totalt	94	95	95	94
via kabel	26	26	30	25
via parabol	21	20	19	23
via mark	18	21	17	16
via bredband/lp-tv	21	20	19	23
Dvd-spelare	65	56	66	72
enbart en	60	52	60	67
två eller fler	5	4	6	5
Video	42	38	44	45
Pvr/hårddiskmottagare	18	15	17	22
Persondator totalt	75	60	78	88
enbart en	45	44	50	43
två eller fler	31	16	28	45
Portabel dator	51	37	51	65
Surfplatta	5	2	3	9
Internet via dator	74	56	75	84
Internet via annan apparat	16	11	14	20
Mp3-spelare	17	9	18	23
Konsol för tv-spel	4	4	4	3
Bärbart spel	1	1	2	0
Smartphone	17	10	17	25
Läsplatta	2	1	3	3

Smartphone

Figur 42. Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till smartphone 2010-2012 (procent)



Tabell 31. Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till smartphone 2010-2012 (procent)

		Kön			Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Totalt	Män	Kvinnor	9–14	15–24	25–34	45–64	65–79	Låg	Mellan	Hög
Smartphone												
	2010	14	16	13	14	25	23	11	3	4	14	19
	2011	36	40	33	43	57	56	29	7	11	36	43
	2012	54	57	50	61	82	74	50	17	22	56	59
Surfplatta												
	2011	7	8	6	12	10	9	6	2	2	6	9
	2012	18	20	17	31	26	25	15	5	6	14	21

Smartphone

Figur 43. Användningsområden bland smartphoneinnehavare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Smartphone

Tabell 32. Användningsområden bland smartphoneinnehavare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning (16-79 år)		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Kvällstidning	18	22	13	9	14	24	14	21	23	20	18
Morgontidning	11	13	10	3	8	13	11	24	16	10	14
Annan dagstidning	2	1	2	0	0	2	3	0	0	2	2
Vecko-/månadstidning	0	1	0	–	–	1	0	–	–	1	0
Special-/facktidskrift	0	1	–	–	0	0	0	–	–	0	0
Annan tidning eller tidskrift	1	1	–	–	1	0	1	–	2	1	0
Tittar på tv/film	1	1	1	2	2	0	1	3	–	1	0
Tv-kanal	3	3	3	6	2	3	3	–	2	3	3
Lyssnar på musik	22	23	20	34	40	20	10	6	5	25	17
Radiostation	6	7	6	8	7	7	6	6	2	7	6
Läser eller lyssnar till bok	1	1	1	–	2	1	1	–	–	1	2
Faktadatabas	8	8	7	8	9	8	5	9	2	7	8
Nyhetsbrev	2	2	2	0	1	2	3	9	7	1	3
Annan fakta\information	5	5	5	5	3	6	5	9	9	5	5
Besöker socialt nätverk/diskussionsforum ¹	45	40	51	59	64	48	26	30	43	49	38
Aktiv på socialt nätverk/diskussionsforum ¹	30	27	34	42	48	28	18	12	27	32	25
Läser blogg	8	4	12	23	11	8	3	9	9	7	6
Skriver i egen blogg	2	1	4	5	4	2	0	6	–	2	1
Kommenterar inlägg i blogg	1	1	2	2	2	1	0	–	–	1	1
Besöker Twitter	5	5	5	3	11	4	2	3	2	6	4
Twittrar	3	3	3	2	7	2	2	3	5	3	3
Tittar på videoklipp	11	13	8	28	20	9	3	9	5	12	5
Lägger ut videoklipp	1	1	1	2	2	2	–	6	0	1	1
Spelar spel	15	14	16	25	21	17	7	6	11	16	12
Deltar i onlinespels community	3	3	3	2	3	4	2	3	–	3	3
E-post	36	37	35	14	30	42	35	42	27	35	41
Messenger	16	17	13	32	35	12	7	5	5	15	10
Skickar SMS eller MMS	71	69	74	70	79	73	64	67	55	73	71
Talar i telefon	77	77	78	64	75	80	77	85	64	80	79

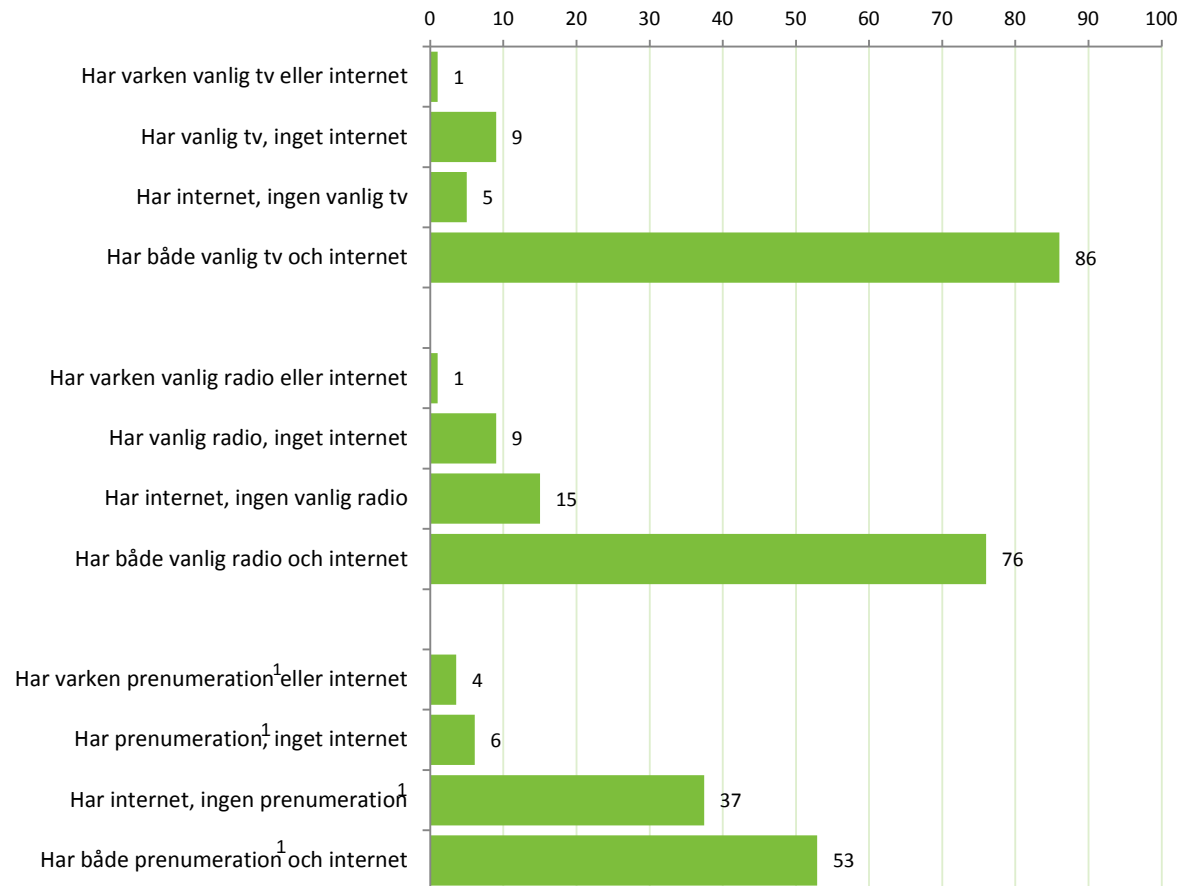
Medieinnehav

Tabell 33. Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till olika medier i hemmet 2012 (procent)

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

Medieinnehav (internet, tv, radio, morgontidning)

Figur 44. Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till internet, tv, radio och prenumeration på morgontidning i hemmet 2012 (procent)



Not

1. Avser prenumeration på morgontidning i hemmet.

Medieinnehav (internet, tv, radio och morgontidning)

Tabell 34. Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till internet, tv, radio och prenumeration på morgontidning i hemmet 2012 (procent)

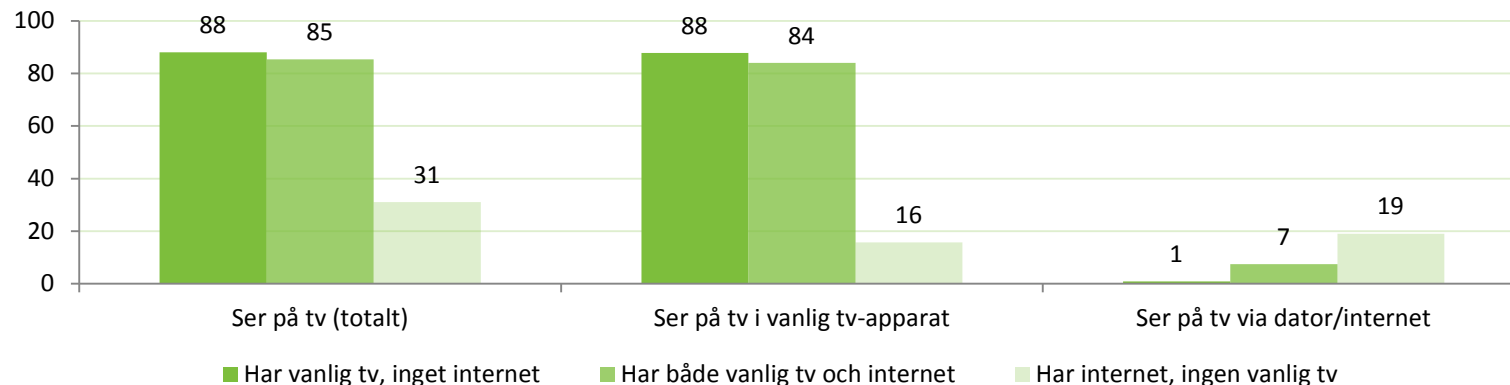
	Kön			Ålder					Utbildning (16-79 år)		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Internet och tv											
Har varken vanlig tv eller internet	1	–	1	–	–	–	1	1	1	–	1
Har vanlig tv, inget internet	9	8	11	9	1	1	7	25	30	7	4
Har internet, ingen vanlig tv	5	6	3	1	9	9	3	1	2	5	6
Har både vanlig tv och internet	86	86	85	90	89	90	90	73	67	88	89
Internet och radio											
Har varken vanlig radio eller internet	1	1	1	3	–	–	1	1	1	1	–
Har vanlig radio, inget internet	9	7	10	6	1	1	7	25	30	6	4
Har internet, ingen vanlig radio	15	16	13	18	35	24	7	2	4	18	15
Har både vanlig radio och internet	76	75	76	73	64	75	86	72	65	75	80
Internet och prenumeration på morgontidning											
Har varken prenumeration ¹ eller internet	4	3	4	6	1	1	3	7	10	3	2
Har prenumeration ¹ , inget internet	6	5	7	3	1	0	4	19	21	4	3
Har internet, ingen prenumeration ¹	37	40	35	50	56	55	28	15	23	42	36
Har både prenumeration ¹ och internet	53	52	54	41	43	44	64	58	47	51	59

Not

1. Avser prenumeration på morgontidning i hemmet.

Medieinnehav och användning

Figur 45. Andel tv-tittare och tillgång till tv och internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



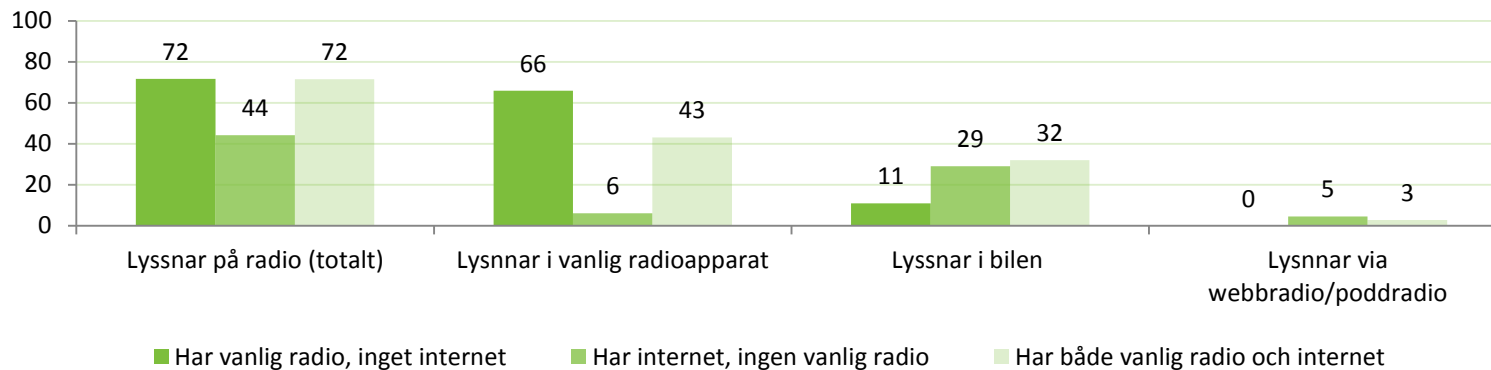
Tabell 35. Andel tv-tittare och tillgång till tv och internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

	Kön			Ålder					Utbildning (16-79 år)		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Har vanlig tv, inget internet											
Ser på tv (totalt)	88	89	87	— ¹	— ¹	— ¹	89	90	88	89	89
I vanlig tv-apparat	88	89	87	— ¹	— ¹	— ¹	89	90	88	89	89
Via dator/internet	1	—	2	— ¹	— ¹	— ¹	1	0	0	1	—
Har internet, ingen vanlig tv											
Ser på tv (totalt)	31	30	32	— ¹	— ¹	28	— ¹	— ¹	— ¹	30	32
I vanlig tv-apparat	16	17	13	— ¹	— ¹	15	— ¹	— ¹	— ¹	18	12
Via dator/internet	19	17	21	— ¹	— ¹	15	— ¹	— ¹	— ¹	16	22
Har både vanlig tv och internet											
Ser på tv (totalt)	85	87	84	89	79	82	86	91	88	85	84
I vanlig tv-apparat	84	85	83	88	75	81	86	90	88	83	82
Via dator/internet	7	8	7	8	12	9	4	6	5	7	8

1. Antalet svarspersoner är lågt, siffran redovisas ej.

Medieinnehav och användning

Figur 46. Andel radiolyssnare och tillgång till radio och internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Tabell 36. Andel radiolyssnare och tillgång till radio och internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

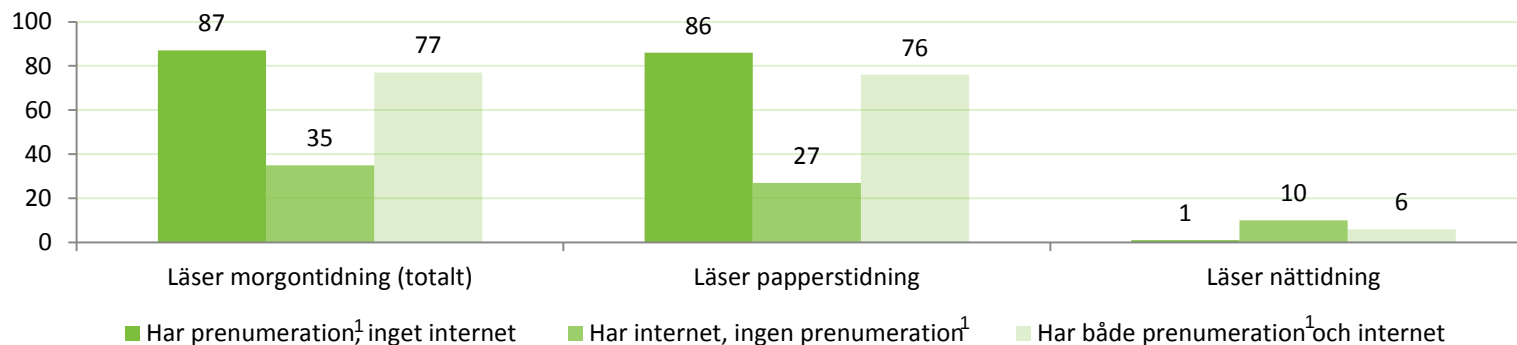
	Kön			Ålder					Utbildning (16-79 år)		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Har vanlig radio, inget internet											
Lyssnar på radio (totalt)	72	69	73	1	1	1	74	76	74	78	81
I vanlig radioapparat	66	61	69	1	1	1	68	71	69	74	71
I bilen	11	15	9	1	1	1	13	11	11	10	14
Webbradio/poddradio	0	1	–	1	1	1	–	0	–	–	1
Har internet, ingen vanlig radio											
Lyssnar på radio (totalt)	44	43	46	1	33	55	1	1	1	48	49
I vanlig radioapparat	6	6	6	1	7	6	1	1	1	9	6
I bilen	29	30	28	1	18	37	1	1	1	30	33
Webbradio/poddradio	5	4	5	1	5	5	1	1	1	6	5
Har både vanlig radio och internet											
Lyssnar på radio (totalt)	72	73	71	47	55	73	77	80	77	76	75
I vanlig radioapparat	43	41	46	21	25	36	45	66	57	45	45
I bilen	32	36	28	26	28	38	38	20	25	35	33
Webbradio/poddradio	3	3	3	1	3	5	3	1	2	2	4

Not

1. Antalet svarspersoner är lågt, siffran redovisas ej.

Medieinnehav och användning

Figur 47. Andel läsare av morgontidning och tillgång i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)



Tabell 37. Andel läsare av morgontidning och tillgång till prenumeration och internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2012 (procent)

		Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Har prenumeration ¹ , inget internet											
Läser morgontidning (totalt)	87	87	87	– ²	– ²	– ²	– ²	91	92	– ²	– ²
Papperstidning	86	87	86	– ²	– ²	– ²	– ²	90	92	– ²	– ²
Nättidning	1	1	1	– ²	– ²	– ²	– ²	1	1	– ²	– ²
Har internet, ingen prenumeration ¹											
Läser morgontidning (totalt)	35	36	34	13	26	35	44	60	41	37	40
Papperstidning	27	27	28	13	19	26	35	54	36	30	29
Nättidning	10	12	7	0	9	14	10	7	6	11	14
Har både prenumeration ¹ och internet											
Läser morgontidning (totalt)	77	76	79	37	48	77	86	91	84	78	86
Papperstidning	76	74	77	37	45	75	83	90	83	77	84
Nättidning	6	7	6	1	7	8	7	6	4	7	8

Not

1. Avser prenumeration på morgontidning i hemmet.

2. Antalet svarspersoner är lågt, siffran redovisas ej.

Fakta om undersökningen Mediebarometern

Undersökningen 2012

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

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

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

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

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

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

Text-TV: Avser all text-TV, vilket inkluderar användning av informationsskidor och användning av sånskild 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/hårddisksamtagare ingår här.

Blo: Avser alla biografbesök, oavsett om det är ordinarie föreläsningar, visningar för skolklasser, i filmklubbbar, på filmfestivaler eller något annat sätt.

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

Kvallsidning: Avser någon av Aftonbladet, Expressen, GT/Kvallsiposten, tryckt version eller internetversion.

Telefonintervjuerna har genomförts under 42 slumpmässigt utvalda dagar under perioderna 26/1 till 15/6 och 16/8 till 11/12 2012. Urvalet av intervjudagar stratifierades för att uppnå en jämn fördelning mellan olika veckodagar, vilket innebär att intervjuerna genomförts under 6 över året utspridda mandagar, tisdagar, onsdagar o.s.v.

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

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

Specialfacktdskrift: Avser såväl facktdskrifter inriktade på bck- och yrkesområden som organisationsutgåva specialtdskrifter. Tryckt version eller internetversion.

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

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

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

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

Mobiletelefon: Avser all användning av mobiletelefon/smartphone.

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

Frågeformuläret 2012

Mediebarometern 2012 har en uppläggning som gör att den blir helt jämförbar med tidigare undersökningar. Följande grundfrågor gäller:

- den genomförs i form av telefonintervjuer till ett slumpmässigt individurval av svenska befolkningen mellan 9 och 79 år
- den avser frågor om konsumtion (inkl. innehav) av medier under föregående dag/vecka/månad/halvår/år
- den inkluderar ett antal sociala bakgrundsfrågor (demografi, bostad, livsförhållanden, social position)
- den avser mediekonsumtion under toltal 42 slumpmässigt valda dagar över hela året (med undantag av juli), där en stratifiering har genomförts så att varje veckodag förekommer 6 gånger
- den baseras på cirka 4 500 genomförda telefonintervjuer
- den omfattar följande frågor:

Medium	Innehav	Antal	Sensitiv användningstiltale	Kanal/typ	Tid	Plattform	Tidspunkt	Användningsområde	Plas
Morgontidning	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej
Kvällstidning	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej
Vecko- eller månadstidning	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej
Special- eller tackskrift	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej
Bok	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej
Radio	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej
CD-skiva	Nej	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej
MP3pod	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej
TV	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej
Test-TV	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej
Dator-/TV-internetspel	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej
Video/DVD/PVR/MOD	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej
Bio	Nej	Nej	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej
Reklam	Nej	Nej	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej
Persondator	Ja	Nej	Nej	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej
Internet	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Sociala medier	Ja	Nej	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej	Ja	Ja
Mobiltelefon	Ja	Nej	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	Ja	Nej
Övrig medieteknologi	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej

Vad gäller kanaltyp avses:

- För morgontidning: enskilda titlar
- För kvällstidning: enskilda titlar
- För vecko-/månadstidning: familje-, dam-, herr-, och ungdomstidning, veckotidning med konsumentinnehåll, serietidning/seriealbum, specialmagasin, gratisutdelad nöjestidning
- För special-/tackskrift: organisations-/medlemsidning, kulturtidskrift, politisk tidskrift, tackskrift inbjud på yttresamråden, specialtidskrift inbjud på intresseområdet, utländsk tidskrift
- För böcker: skön-, barn/ungdoms-, facklitteratur, läroböcker/kurslitteratur eller annan bok
- För radio: enskilda kanaler
- För TV: ett flugotal TV-kanaler inklusive play/fjänster
- För text-TV: enskilda kanaler
- För dator-/TV-/internetspel: typ av spel
- För reklam: annonsblad, lokala annonsblad, handlares annonsblad, lösa reklamblad med rabattkuponger, adresserad reklam, utomhusreklam
- För internet: typ av webbplats, sajter
- För sociala medier: socialt nätverk, community, diskussionsforum, chatgrupp eller blogg.

Vad gäller plattform avses:

- för *morgontidning, kvällstidning, vecko-/månadstidning och special-/facktidsskrift*: tryckt version eller internetversion, via dator, surfplatta, mobiltelefon, Ipod/MP3, läsplatta eller annan apparat
- för *böcker*: vanligt tryckt bok, CD-bok, MP3-bok, E-bok på läs-/surfplatta via datorn, i mobiltelefonen eller annan apparat
- för *radio*: vanlig radioapparat, webbradio, direktsänd radio via internet, poddradio, radio i mobilmp3/Ipod eller annan bärbar radio eller bilradio
- för *MP3/Ipod*: lagrad musik/musikfiler, ljudbok, direktsänd radio, poddradio
- för *TV*: vanlig tv, via dator, surfplatta, mobiltelefon, Ipod/MP3, eller annan apparat
- för *video*: PVR, DVD, VHS, VOD eller internettjänst
- för *text-TV*: vanlig tv, via dator, surfplatta, mobiltelefon, Ipod/MP3, läsplatta eller annan apparat
- för *reklam*: dagspress, tidskrifter, radio, TV, bio, webbplatsar
- för *internet*: via dator eller annan apparat

Vad gäller användningsområde avses:

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

Vad gäller plats avses:

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

Urväl och bortfall

Urvälet bestod av ett obundet slumpmässigt individurval av Sveriges befolkning i åldern 9 till 79 år. Urvälet drog ur SPARs befolkningsregister och omfattade 8 741 personer boende i Sverige. Bortfall bestående av ej telefonnummersatta urvalsenheter, felaktiga nummer, ej målgrupp och bortresta under hela perioden osv, gav ett nettourval på 7 375 personer. Av dessa har intervjuer genomförts med 4 745 personer. Detta betyder att undersökningen har en svarsfrekvens på 65 procent. Andelen uttalade svarsvägnare uppgick till 20 procent medan resterande bortfall består av ej anträffade, korttidsjuka m.m.

Hemort: K-regioner

Från och med Mediebarometern 2009 byggs 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 uppendlingsmålet skall vara någon av städerna.

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

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

Glesbygdskommuner = Kommuner med mindre än 7 invånare per kvadratkilometer och mindre än 20 000 invånare. **Varuproducerande kommuner** = Kommuner med mer än 40 procent av nattbefolkningen mellan 16 och 64 år, anställda inom varutillverkning och industriell verksamhet.

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

Antal svar i olika grupper av befolkningen

Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	4 745	Sysselsättning (16-79 år)	Förärvsarbeter heltid Förärvsarbeter deltid Egna företagare Pensionärer Studierande Arbetslösa	1 698 390 235 1 069 325 100
	Vuxna 18-79 år	4 127			
	Barnungdom 9-17 år	618			
Kön	Män 9-79 år Kvinnor 9-79 år	2 339 2 406	Vuxna i hushållet (18 år och äldre) (18-79 år)	En person Två personer (18 år och äldre) Tre eller fler (18 år och äldre)	897 2 540 678
	Män 18-79 år Kvinnor 18-79 år	2 012 2 115			
	Pojkar 9-17 år	327			
	Flickor 9-17 år	291			
Ålder	9-14 år 15-19 år 20-24 år 25-34 år 35-44 år 45-54 år 55-64 år 65-79 år	425 337 343 443 666 691 737 1 103	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år) Äldre vuxna (45-79 år) Skolbarnföräldrar (barn 7-17 år) Småbarnföräldrar (barn 0-6 år)	747 2 109 740 514
			Hushåll (9-79 år)	En person Två personer Tre personer Fyra personer eller fler	802 1 707 662 1 562
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år Förgymnasial utbildning 9-10 år Gymnasial utbildning < 2 år Gymnasial utbildning > 2 år Högskola/universitet < 3 år Högskola/universitet > 3 år	459 250 389 1 066 873 1 010	Hemort (9-79 år)	Stockholm Malmö Göteborg Större städer Pendlingskommuner Glesbygdskommuner Varuproducerande kommuner Övriga kommuner	739 189 441 1 325 279 383 347 1 032

Beräkning av genomsnittlig användartid

Svaren inom respektive tidsintervall klassificeras enligt nedanstående mallar för att sedan orrättnas 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 = 360 minuter
 Lyssnat mer än 360 minuter = 420 minuter

CD-skiva och mp3

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

Television (vanlig TV och webb-TV)

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

Tvätt-TV

Ej använt tvätt-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 = 57,5 minuter
 Använt 45 - 60 minuter = 92,5 minuter
 Använt mer än 60 minuter = 90 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

Veckomagasinetidning

Specialtredstidskrifter (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, veckomagasinetidning, specialtredstidskrifter (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 = 57,5 minuter
 Läst 45 - 60 minuter = 92,5 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 = 270 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 och 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 180 - 240 minuter = 210 minuter
 Spelat mer än 240 minuter = 300 minuter

Sociala medier

Ej använt sociala medier = 0 minuter
 Använt mindre än 15 minuter = 7,5 minuter
 Använt 15 - 30 minuter = 22,5 minuter
 Använt 30 - 45 minuter = 45 minuter
 Använt 45 - 60 minuter = 90 minuter
 Använt 60 - 120 minuter = 150 minuter
 Använt 120 - 180 minuter = 210 minuter
 Använt 180 - 240 minuter = 270 minuter
 Använt 240 - 300 minuter = 360 minuter
 Använt mer än 300 minuter = 360 minuter

Internet

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

Mediebarometern 1979-2012

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

Undersökningen genomfördes till en början under ren 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 genomförs över ett kalenderår med första mät dagen i januari/februari och den sista i december. Under juli har emellertid aldrig några intervjuer gjorts. Undersökningsperioden utökades 1990 till 21 dagar, 1993 till 28 dagar, och år 2002 utökades Mediebarometern till 42 dagar spridda över året. Redan från starten har inte ny media genomförts alla veckodagar, vilket betyder att antalet måndagar, tisdagar, onsdagar o.s.v. alltid varit lika stort.

Antalet genomförda intervjuer utökades till 2 600 när Nordicom övertog Mediebarometern 1994. Med tanke på dagens medielandskap som är betydligt mer komplext än för bara tio år sedan genomfördes en utökning av urvalet 2002 och ytterligare en utökning 2006. Antalet genomförda intervjuer är numera cirka 4 500 per undersökningsår.

I Mediebarometern 1979-1992 hämtades uppgifterna för användningstid för TV- och videotittande samt om radiolysnande 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 titlar- och lyssnarfiden 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 samlat 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 från 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 medietechnologi. För att fånga användarnas konsumtion av sociala medier och nya medietechnologier utvärderas och utvecklas formuläret på kontinuerlig basis.

Lathund för uträkning av statistiska felmarginaler

Procent	50	100	150	200	400	Urvalsstorlek	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	2,2	1,8
56 (65)	13,2	9,4	7,6	6,6	4,8	3,8	3,3	3,0	2,1	2,1	1,7
25 (75)	12,0	8,5	6,9	6,0	4,2	3,5	3,0	2,7	1,9	1,9	1,5
20 (80)	11,1	7,8	6,4	5,5	3,9	3,2	2,8	2,5	1,8	1,8	1,4
10 (90)	8,9	7,0	5,7	4,9	3,5	2,8	2,5	2,2	1,6	1,6	1,3
8 (92)	8,3	6,5	5,2	4,2	3,0	2,4	2,1	1,9	1,3	1,3	1,1
7 (93)	—	5,3	4,3	3,8	2,7	2,2	1,9	1,7	1,2	1,2	1,1
6 (94)	—	4,7	3,8	3,3	2,3	1,9	1,7	1,5	1,0	1,0	1,0
5 (95)	—	4,3	3,5	3,0	2,1	1,7	1,5	1,4	1,0	0,9	0,8
4 (96)	—	—	3,1	2,7	1,9	1,5	1,4	1,2	0,9	0,7	0,7
3 (97)	—	—	—	2,4	1,7	1,4	1,2	1,1	0,7	0,6	0,6
2 (98)	—	—	—	—	1,4	1,1	1,0	0,9	0,6	0,5	0,5
1 (99)	—	—	—	—	1,0	0,8	0,7	0,6	0,4	0,4	0,4

— Förutsätter att utvallet inte utelämnats för felkorrigeringsfaktorer.

Källa: SRP UB.

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 procent säkerhet ligger mellan 78,2 och 81,8 procent på TV en genomsnittlig dag.

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



nordicom



GÖTEBORGS UNIVERSITET