

Medie- barometern 2020



NORDICOM

Mediebarometern 2020 är en undersökning av den svenska befolkningens medievanor. Mediebarometern genomförs av Nordicom vid Göteborgs universitet i samverkan med Dagens Nyheter, Göteborgs-Posten, Myndigheten för press, radio och tv, Sveriges Radio, Sveriges Television och Sveriges Utbildningsradio.

Medie- barometern 2020

NORDICOM

Mediebarometern 2020

- Du får kopiera och sprida den statistik som finns i Mediebarometern 2020. När du gör det ska källa och sidnummer alltid anges, t.ex. "Mediebarometern 2020, s. X (Nordicom, Göteborgs universitet)" eller på engelska "The Media Barometer 2020, p. X (Nordicom, University of Gothenburg)".
- Om du gör egna bearbetningar av statistik ur Mediebarometern 2020 måste du ange det tillsammans med källangivelsen.

Projektansvarig och redaktör:

Jonas Ohlsson

jonas.ohlsson@nordicom.gu.se

Databearbetning och text:

Karin Hellingwerf

karin.hellingwerf@nordicom.gu.se

Ulrika Facht

ulrika.facht@nordicom.gu.se

©Nordicom 2021

ISBN 978-91-88855-48-0 (tryckt)

ISBN 978-91-88855-49-7 (pdf)

DOI <https://doi.org/10.48335/9789188855497>

Nordicom
Göteborgs universitet
Box 713
SE 405 30 Göteborg

Omslagsfoto: Scandinav Bildbyrå

Omslag: Karin Andén

Tryck: Göteborgstryckeriet Magnus Iversén AB, Göteborg, 2021

Innehåll

Förord	4
Om Mediebarometern 2020	5
Resultaten i sammanfattning	6
Teknisk rapport	8
Definitioner och förklaringar	11

Mediedagen

Mediedagen: Räckvidd för olika medier	12
Mediedagen: Genomsnittlig användningstid	14
Mediedagen: Bruttotidens fördelning på olika medier	16
Mediedagen/-veckan/-månaden: Räckvidd för olika medier	18

Ljudmedier

Radio: Daglig räckvidd	20
Radio: Genomsnittlig lyssnartid bland lyssnare	24
Radiokanaler: Daglig räckvidd	26
Inspelad musik: Daglig räckvidd	30
Inspelad musik: Genomsnittlig lyssnartid bland lyssnare	32

Rörlig bild

Rörlig bild: Daglig räckvidd	34
Rörlig bild: Genomsnittlig tittartid bland tittare	38
Tv-kanaler: Daglig räckvidd	40
Strömningstjänster: Daglig räckvidd	44

Textmedier

Dagstidning: Daglig räckvidd	48
Dagstidning: Genomsnittlig läsartid bland läsare	52
Morgontidning: Daglig räckvidd	54

Morgontidning: Genomsnittlig läsartid bland läsare	58
Kvällstidning: Daglig räckvidd	60
Kvällstidning: Genomsnittlig läsartid bland läsare	64
Tidskrift: Daglig räckvidd	66
Tidskrift: Genomsnittlig läsartid bland läsare	70
Tidskriftsgenrer: Daglig räckvidd	72
Bok: Daglig räckvidd	76
Bok: Genomsnittlig läsartid bland läsare/lyssnare	80
Bokgenrer: Daglig räckvidd	82

Sociala nätverkstjänster

Sociala nätverkstjänster: Daglig räckvidd	86
Sociala nätverkstjänster: Genomsnittlig användningstid bland användare	90

Nyheter

Nyheter: Daglig räckvidd	92
Nyheter i sociala nätverkstjänster: Daglig räckvidd	96

Tillgång till medier

Medieteknik: Tillgång i hushållet	100
Prenumeration dagstidning: Tillgång i hushållet	104
Prenumeration tidskrifter/böcker: Tillgång i hushållet	108
Abonnemang ljud- och bildmedier: Tillgång i hushållet	112
Profil i sociala nätverkstjänster: Tillgång i befolkningen	116

Mediebarometern är en årlig frågeundersökning som belyser den svenska befolkningens användning av olika medier en genomsnittlig dag. Den första undersökningen genomfördes redan 1979. Det gör den undersökning som presenteras i den här rapporten – *Mediebarometern 2020* – till den 42:a i ordningen.

Datainsamlingen till 2020 års undersökning sammanföll med utbrottet av coronapandemin. Covid-19-viruset och dess hälsorelaterade, ekonomiska och politiska konsekvenser kom att få stor betydelse både för våra dagliga vanor och för vårt behov av information, nyheter och förströelse. *Mediebarometern 2020* ger en god insyn i hur den svenska befolkningens medie- och nyhetsvanor förändrades under pandemins inledande år.

2020 var det andra året som datainsamlingen till Mediebarometern genomfördes som en kombinerad webb- och telefonundersökning. Fram till 2018 var undersökningen en renodlad telefonundersökning. Motivet till metodskiftet var att göra det enklare för de utvalda intervjupersonerna att delta i undersökningen. Metodstudier visar att kombinerade insamlingsmetoder ger en möjlighet att nå bredare befolkningsgrupper. Det gäller också Mediebarometern. Våra egna analyser visar att den nya metodiken ger en mer rättvisande bild av befolkningen och dess medievänor än vad som varit fallit om vi fortsatt att samla in svaren enbart över telefon.

Den största förändringen i 2020 års undersökning handlar inte om insamlingsmetoden utan om urvalsramen. För att bättre spegla den äldre delen av befolkningen – och därmed befolkningen som helhet – har den övre åldersgränsen för urvalsramen utökats från 79 till 85 år. Detta får betydelse för resultatredovisningen i årets rapport. I de redovisningar som enbart avser resultaten från 2020 redovisas utfallet i åldersgruppen 9 till 85 år. I redovisningar av *förändringen* mellan 2019 och 2020 används istället det tidigare åldersintervallet 9 till 79 år. Läsaren ombeds här att uppmärksamma de åldersangivelser som anges text och grafik, för dessa skiljer sig alltså åt.

Mediebarometern är en oberoende och fritt tillgänglig undersökning. Alla resultat redovisas offentligt och utan kostnad och svarsunderlaget görs också tillgängligt för forskning. Grundanslaget till Mediebarometern kommer från Kulturdepartementet och är en del i Nordicoms mångåriga uppdrag att kartlägga den svenska medieutvecklingen. Men genomförandet av Mediebarometern möjliggörs också av stöd från en rad externa intressenter och bidragsgivare. Intressenter i 2020 års undersökning är Dagens Nyheter, Göteborgs-Posten, Myndigheten för press, radio och tv, Sveriges Radio, Sveriges Television och Sveriges Utbildningsradio. Bidragsgivare är Dentsu Data Labs, Svenska Dagbladet, Svenska Förläggareföreningen och Sveriges Tidskrifter.

Nordicom vill rikta ett stort tack till intressenter, bidragsgivare och Kulturdepartementet som gjort det ekonomiskt möjligt att genomföra *Mediebarometern 2020*. Ett särskilt tack riktas också till alla de tusentals personer som deltagit i undersökningen genom att svara på våra frågor. Utan er hjälp hade Mediebarometern förstås inte heller varit möjlig.

Göteborg i maj 2021

Jonas Ohlsson

Föreståndare vid Nordicom

Vad mäts i undersökningen?

Mediebarometern 2020 är en frågeundersökning som mäter den dagliga räckvidden för olika medier. Med daglig räckvidd menas andelen av de svarande som anger att de tog del av ett specifikt medium eller medieinnehåll under gårdagen. Mediebarometern 2020 mäter också tillgången till olika typer av medier och medietekniker samt hur lång tid de svarande ägnade åt olika medier under gårdagen.

Vilka ingår i undersökningen?

Mediebarometern 2020 bygger på ett slumpmässigt kvoturval av den svenska befolkningen i åldern 9 till 85 år. Urvalet är draget ur det svenska befolkningsregistret (SPAR) och inkluderar både svenska medborgare och personer med utländskt medborgarskap boende i Sverige. Antalet svarande i Mediebarometern 2020 uppgår till 6 018 personer.

Hur har undersökningen gått till?

Mediebarometern 2020 har genomförts som en kombinerad webb- och telefonundersökning. Samtliga personer i urvalet har inledningsvis kontaktats via brev med inloggningsuppgifter till en webbenkät. De personer som efter en skriftlig påminnelse och två SMS-påminnelser inte har besvarat webbenkäten har erbjudits möjligheten att delta i undersökningen via telefon.

När genomfördes undersökningen?

Mediebarometern 2020 har som ambition att spegla medieanvändningen under hela året och under samtliga sju veckodagar. Undersökningen genomfördes under perioderna februari till juni och augusti till december 2020.

Hur redovisas resultaten?

I rapporten redovisas resultaten både för befolkningen 9 till 85 år som helhet och för olika undergrupper. De gruppvisa redovisningarna avser ålder, kön, utbildningsnivå och boendeort (för definitioner, se s. 11). I 2020 års undersökning ökades urvalsramen från 9 till 79 år till 9 till 85 år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i det tidigare åldersintervallet.

Hur representativa är resultaten?

Mediebarometern 2020 uppvisar i förhållande till befolkningen som helhet en god representativitet när det gäller ålder och boendeort. I avseende på kön är kvinnor något överrepresenterade i undersökningen. När det gäller utbildningsnivå är andelen svarande med en högskoleutbildning överrepresenterade medan andelen utan högskoleutbildning är underrepresenterade. Eftersom undersökningen enbart genomförs på svenska finns det även en naturlig överrepresentation av svensktalande personer bland de svarande. Svarsfrekvensen (brutto) i Mediebarometern 2020 var 21 procent.

Resultaten i sammanfattning

Mediebarometern 2020 belyser medieanvändningen i den svenska befolkningen 9 till 85 år en genomsnittlig dag 2020. Resultaten från undersökningen kan sammanfattas enligt följande:

Nio av tio tittade på rörlig bild – drygt åtta av tio använde sociala nätverkstjänster

Av alla olika medieslag var rörlig bild det som allra flest tog del av under 2020. En genomsnittlig dag tittade inte mindre än 92 procent av befolkningen på rörlig bild i någon form. Det inkluderar tablålagd och strömmad tv, webb-tv och videoklipp samt dvd eller blu-ray-filmer. Något färre, 83 procent, använde sociala nätverkstjänster. De sociala nätverkstjänsterna hade därmed en högre daglig räckvidd än både radion och dagstidningen, som när också användning online inkluderas hade en räckvidd på 75 respektive 68 procent.

Den samlade användningstiden för medier uppgick till nästan till sju timmar per dag

Medier av olika slag fyller en stor del av människors vakna tid. Under 2020 uppgick den samlade dagliga användningstiden för medier till 418 minuter, eller närmare sju timmar. Det inkluderar också den samtidiga medieanvändningen, det vill säga att medier mycket väl kan användas parallellt (t.ex. att någon lyssnar på musik medan hen läser en bok). För den största andelen av användningstiden, 35 procent, svarade ljudmedier som radio och musik. Därefter följde rörlig bild med 34 procent, text-medier med 16 procent och sociala nätverkstjänster med 14 procent.

Bilradio alltjämt det vanligaste sättet att lyssna på radio

Under 2020 lyssnade 50 procent av befolkningen på radio i bilen en genomsnittlig dag. Bilradio var därmed det vanligaste sättet att lyssna på radio. Omkring en tredjedel, 32 procent, lyssnade på radio i traditionell radioapparat. Sett till befolkningen som helhet var lyssnandet via internet mindre utbrett. 22 procent lyssnade på podcast eller radio i efterhand och 20 procent på direktsänd webbradio.

Sex av tio såg på tablålagd tv och fem av tio på strömmad

Tablålagd tv var fortsatt det mest populära sättet att se på tv i befolkningen som helhet. Men strömmad tv, eller video-on-demand, kom inte långt efter. Den dagliga räckvidden för tablålagd tv var 57 procent och för strömmad tv 55 procent. Videodelningsplattformen Youtube hade samtidigt en daglig räckvidd på 43 procent. I samtliga fall var skillnaderna i daglig räckvidd mellan olika åldersgrupper mycket stor.

Två av tre läste dagstidning en genomsnittlig dag – det digitala läsandet dominerade

68 procent av befolkningen läste en dagstidning en genomsnittlig dag 2020. 55 procent läste tidningen digitalt och 28 procent på papper. Flest läsare – 53 procent – läste en morgontidning. Fler läste morgontidningen digitalt, 37 procent, än på papper, 26 procent. För kvällstidning uppgick den dagliga räckvidden till 44 procent. Här var de digitala läsarna i klar majoritet.

En tredjedel av befolkningen läste en tidskrift – här dominerade läsandet på papper

En genomsnittlig dag 2020 läste 36 procent av befolkningen någon tidskrift. 25 procent läste tidskrift på papper och 15 procent digitalt. Ökas tidsintervallet till läsning den senaste veckan steg räckvidden för tidskrift till 58 procent. Störst andel läsare, 20 procent per dag, hade vecko- och månadsmagasinen.

Den tryckta boken fortsatt mest populär

Under 2020 uppgick andelen bokläsare en genomsnittlig dag till 45 procent. Skönlitteratur var den vanligast lästa genren, följt av lärobok och fackbok. 34 procent av befolkningen läste tryckt bok. 12 procent lyssnade på ljudbok och enbart 7 procent läste e-bok. Den genomsnittliga användningstiden bland läsare/lyssnare var dock längst för ljudbok.

Facebook var den mest använda sociala nätverkstjänsten – förutom bland de unga

Den dagliga räckvidden för Facebook var 64 procent under 2020 i befolkningen som helhet. Det gjorde Facebook till den mest spridda sociala nätverkstjänsten. Facebook var den populäraste plattformen bland dem mellan 45 och 85 år, medan de yngre var mer benägna att använda Snapchat och Instagram. Bland de yngsta, 9 till 14 år, var Tiktok mycket populärt.

SVT var den mest använda nyhetstjänsten under 2020

53 procent tog del av nyheter från Sveriges Television en genomsnittlig dag 2020. SVT var därmed den mest använda nyhetsförmedlaren i befolkningen som helhet. 41 procent tog del av nyheter från Sveriges Radio och 39 procent från TV4. För nyhetsutbudet från såväl SVT och SR som TV4 var räckvidden väsentligt högre i den äldre delen av befolkningen än vad den var i den yngre.

Tre av tio tog del av nyheter via Facebook

29 procent av befolkningen tog en genomsnittlig dag del av nyheter via Facebook. Det gjorde Facebook till den mest använda sociala nätverkstjänsten för nyheter. Variationen var dock stor mellan olika åldersgrupper. Bland 9 till 14-åringar var Instagram och Youtube de mest använda källorna för nyheter bland de sociala nätverkstjänsterna. Bland 15 till 24-åringar var Instagram den dominerande nyhetskällan.

Tillgången till smartphone i det närmaste total – utom bland de äldsta

Under 2020 hade 95 procent av befolkningen tillgång till en smartphone. Med det var smartphonen den mest spridda medietekniken i Sverige, före både tv och bärbar dator. Fast smartphonens dominans gällde inte den äldsta åldersgruppen, 65 till 85 år. Här var det en femtedel som inte hade en smartphone, medan nästan alla hade tv. 68 procent av befolkningen hade även tillgång till en surfplatta och 61 procent till en mediaspelare (t.ex. Apple tv eller Chromecast).

Halva befolkningen hade prenumererad dagstidning

49 procent av befolkningen hade under 2020 tillgång till en prenumererad dagstidning i sitt hushåll. 47 procent hade tillgång till en prenumererad morgontidning. De flesta, 36 procent, hade en digital prenumeration och 29 procent hade tillgång till en prenumererad tidning på papper. 7 procent av befolkningen hade tillgång till prenumeration på en digital plustjänst från någon kvällstidning.

Strömningstjänster för tv och musik lika utbredda

Under 2020 hade två tredjedelar av befolkningen, eller 69 procent, tillgång till en abonnerad strömningstjänst för tv (t.ex. Netflix). 68 procent hade tillgång till en abonnerad strömningstjänst för musik eller podcast (t.ex. Spotify). I båda fallen var tillgången högst i åldersgruppen 9 till 14 år och lägst i åldersgruppen 65 till 85 år. 57 procent av befolkningen hade tillgång till ett kanalpaket för tv. Här var skillnaderna mellan åldersgrupperna något mindre påtaglig.

Mediebarometern 2020 är en frågeundersökning riktad till ett slumpmässigt urval av den svenska befolkningen. Mediebarometern har genomförts årligen sedan 1979. Till och med 2018 genomfördes Mediebarometern som en renodlad telefonundersökning, sedan 2019 bygger resultaten i Mediebarometern på svar insamlade via en kombinerad webb- och telefonundersökning. Fram till och med 2019 avsåg resultaten befolkningen mellan 9 och 79 år. I 2020 års undersökning utökades åldersintervallet och resultaten bygger på data som avser befolkningen 9 och 85 år.

Population och urval

Mediebarometern är en urvalsundersökning som syftar till att beskriva den svenska befolkningens medievanor. Med befolkningen, eller populationen, avses här samtliga personer i åldern 9 till 85 år som är skrivna i Sverige, oavsett medborgarskap. Urvalet i undersökningen har dragits ur det svenska befolkningsregistret (SPAR) och omfattar totalt 30 000 slumpmässigt utvalda personer. Olika delar av befolkningen är olika benägna att svara på frågeundersökningar. Skillnaden i svarsbenägenhet mellan olika grupper har ökat över tid. För att säkerställa att svarspersonerna i Mediebarometern 2020 speglar befolkningen på ett rättvisande sätt har ett kvoturval använts. Det innebär att urvalsstorleken på vissa undergrupper av befolkningen har skalats upp, medan andra har skalats ner. De bakgrundsfaktorer som har beaktats i utformningen av kvoturvalet är ålder, kön och län.

Undersökningens genomförande

Datainsamlingen till 2020 års Mediebarometer har genomförts av undersökningsföretaget Origo Group på uppdrag av Nordicom vid Göteborgs universitet. Till skillnad från många andra medievaneundersökningar har Mediebarometern som ambition att spegla medieanvändningen under hela året och under samtliga sju veckodagar. Insamlingsperioden för Mediebarometern 2020 pågick under februari till juni och augusti till december. Datainsamlingsarbetet har utformats för att ge ett jämnt inflöde av svar under hela insamlingsperioden.

Till de personer som med slumpens hjälp valts ut att delta i undersökningen har skickats ett brev med information om Mediebarometern och en inbjudan att besvara undersökningen via en webbenkät. Brevet har innehållit personliga inloggningsuppgifter till enkäten. Det har också varit möjligt att logga in på webbenkäten via QR-kod. Till de personer som vid urvalsdragningen inte fyllt 15 år adresserades informationsbrevet och påminnelserna till vårdnadshavare.

De personer som efter en vecka inte hade svarat på enkäten fick ett nytt brev med en påminnelse och inloggningsuppgifter. Till personer med tillgängliga mobilnummer skickades också två påminnelser samt länk till enkäten via SMS. De personer som efter dessa påminnelseinsatser ännu inte hörts av kontaktades därefter via telefon, med en möjlighet att besvara enkäten muntligt. Totalt gjordes upp till tio sådana kontaktförsök.

Deltagandet i Mediebarometern bygger på anonymitet, vilket innebär att svaren hanteras på ett sådant sätt att de inte kan kopplas till en enskild individ. Inför undersökningen har ett särskilt personuppgiftsbiträdesavtal upprättats mellan Nordicom och Origo Group och samtliga personuppgifter har hanterats i enlighet med tillämplig dataskyddslagstiftning. När datainsamlingsarbetet var genomfört raderades samtliga personuppgifter från datamängden innan den skickades vidare till Nordicom.

Frågeformuläret

Frågeformuläret till Mediebarometern 2020 har arbetats fram av Nordicom med utgångspunkt i 2019 års formulär. Övergången till en blandad insamlingsmetod 2019 föregicks av en större översyn av frågeformuläret. Frågorna och svarsalternativen justerades då för att passa såväl till en webbenkät som till en telefonintervju.

2020 års formulär bestod av 54 mediefrågor fördelade på fyra frågeområden: 1) Tillgång till olika medier och medietekniker, 2) Användning av olika medier och medieinnehåll under gårdagen (alt. senaste veckan/månaden), 3) Användningstid för olika medier, samt 4) Konsumtion av nyheter i olika medier. Formuläret avslutades med åtta frågor om svarspersonens bakgrund och boendesituation. Ett antal av dessa frågor ställdes bara till personer som var äldre än 17 år under undersökningsåret. Det gällde frågor om sysselsättning, inkomst och utbildningsnivå. Samtliga frågor i formuläret hade fasta svarsalternativ.

Representativitet

Representativiteten bland de svarande i Mediebarometern 2020 är i relation till befolkningen huvudsakligen god. Jämförelsen med SCB:s befolkningsstatistik i tabellen nedan visar att de svarande i undersökningen uppvisar en liknande fördelning med avseende på ålder och boendeort som befolkningen i sin helhet.

Svarsgruppens sammansättning i relation till SCB:s befolkningsstatistik, 2019 och 2020 (procent)

	Mediebarometern 2019	SCB 2019	Mediebarometern 2020	SCB 2020
Kvinna	50	49	53	49
Man	50	50	47	51
9–14 år	6	8	5	8
15–24 år	14	13	15	13
25–44 år	31	31	32	30
45–64 år	29	29	30	28
65–79 år/ 65–85 år	19	18	19	21
Ej högskola (25–74 år)	48	58	47	57
Högskola (25–74 år)	52	42	53	42
Storstad	37	38	37	37
Stad	39	38	34	38
Övriga Sverige	24	25	29	25

Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet); Statistiska centralbyrån (SCB).

Dock finns det i svarsgruppen en något högre andel kvinnor samt en högre andel personer med högskoleutbildning än vad det gör i befolkningen i stort. Till detta kommer att Mediebarometern enbart genomförs på svenska. Det betyder att personer som inte är svensktalande kan betraktas som kraftigt underrepresenterade i undersökningen. Svarsfrekvensen (brutto) i Mediebarometern 2020 var 21 procent.

Webbsvar och telefonsvar

68 procent av de svarande valde att delta i undersökningen via webben och 32 procent via telefon. Det fanns här ett tydligt samband mellan ålder och benägenheten att besvara undersökningen på webben respektive via telefon. Högst andel webbsvar (82 procent) återfanns i åldersgruppen 9 till 14 år. Lägst (55 procent) var andelen i åldersgruppen 65 till 85 år. När det gäller kön, utbildning och geografisk tillhörighet är skillnaderna mellan hur man svarat på undersökningen mindre. En något högre andel kvinnor än män, en något högre andel högutbildade än lågutbildade och en något högre andel i storstäderna än i landsbygden, har svarat på webbenkäten.

Svarsgruppens fördelning av svar via webb och telefon

	Webbsvar		Telefonsvar	
	Antal	Procent	Antal	Procent
Kvinna	2 193	69	987	31
Man	1 877	67	923	33
9–14 år	259	82	57	18
15–24 år	674	77	201	23
25–44 år	1 347	71	552	29
45–64 år	1 205	67	597	33
65–85 år	621	55	505	45
Ej högskola (25–85 år)	1 382	62	855	38
Högskola (25–85 år)	1 724	69	771	31
Storstad	1 567	71	649	29
Stad	1 375	68	661	32
Övriga Sverige	1 141	65	602	35

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Antal svarande i olika undergrupper

Mediebarometern 2020 bygger på svar från totalt 6 018 personer. Det höga svarstalet ger ett robust statistiskt underlag för skattningar av medieanvändningen i befolkningen 9 till 85 år. Vid sidan av svarsutfallet i svarsgruppen som helhet görs i rapporten nedbrytningar av resultaten i olika undergrupper. De gruppindelningar som görs avser ålder, kön, utbildningsnivå och boendeort. I tabellen nedan redovisas antalet svarspersoner i respektive undergrupp.

Antal svarande i olika undergrupper

	9–85 år	9–14 år	15–24 år	25–44 år	45–64 år	65–85 år
Totalt	6 018	316	875	1 899	1 802	1 126
Kvinna	3 180	166	434	972	1 029	579
Man	2 800	146	427	914	769	544
9–14 år	316	316				
15–19 år	460		460			
20–24 år	415		415			
25–34 år	989			989		
35–44 år	910			910		
45–54 år	867				867	
55–64 år	935				935	
65–74 år	696					696
75–85 år	430					430
Ej eftergymnasial (25–85 år)	2 237			705	868	664
Eftergymnasial (25–85 år)	2 495			1 099	934	462
Storstad	2 216	115	299	802	651	349
Stad	2 036	113	324	636	589	374
Landsort	1 743	86	232	461	562	402

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Ju mindre antal svar som ett resultat baseras på, desto större är den statistiska osäkerheten kring hur rättvisande resultatet är. I Mediebarometern 2020 utgörs den minsta svarsgruppen av personer i åldern 9 till 14 år. Resultaten för den här gruppen ska tolkas med försiktighet, i synnerhet när det rör sig om nedbrytningar utifrån kön och boendeort. I övriga åldersgrupper är svarsgrupperna väsentligt större, vilket gör att resultaten statistiskt sätt är mer pålitliga. I rapporten redovisas på flera ställen den uppskattade användningstiden i minuter bland användare av olika medier. I några av dessa redovisningar är antalet svarspersoner mycket lågt (<50) och användningstiden redovisas därför inte alls. I tabeller där antalet svarspersoner i enskilda grupper ligger mellan 50 och 99 anges resultatet i parentes och ska tolkas med försiktighet.

Definitioner och bakgrundsvariabler

Definitioner

Bok: Avser alla typer av böcker, inkl. skönlitteratur, facklitteratur, barnböcker, skolböcker, kokböcker, och fotoböcker, oavsett format (tryckt bok, ljudbok eller e-bok).

Dagstidning: Avser kvälls- och morgontidningar (se nedan), på papper eller digitalt.

Dataspel: Avser spel i dator, spelkonsol, mobiltelefon, surfplatta eller annan apparat, samt dataspel över internet.

Direktsänd radio: Avser direktsänd radio via traditionell radioapparat, i bilen och över internet (webbradio).

Kvällstidning: Avser Aftonbladet och Expressen/GT/Kvällsposten, på papper eller digitalt.

Morgontidning: Avser (om inget annat anges) både prenumererade och gratisutdelade nyhetstidningar (men ej kvällstidningar), på papper eller digitalt.

Podcast/radio i efterhand: Avser program gjorda av Sveriges Radio, kommersiella radiokanaler, privatpersoner eller organisationer tillgängliggjorda via internet.

Radio: Avser radio i traditionell radioapparat, bilradio, direktsänd radio över internet, webbradio och podcast/radio i efterhand (se ovan).

Räckvidd: Avser andelen av befolkningen (i procent) som angett att de tog del av ett specifikt medium eller medieinnehåll under gårdagen (alternativt senaste veckan/månaden). Eftersom Mediebarometern genomförs under hela året är det den genomsnittliga räckvidden under hela 2020 som avses. I rapporten används "en vanlig dag" och "en genomsnittlig dag" synonymt i redovisningen av den dagliga räckvidden.

Rörlig bild: Avser alla typer av rörligt innehåll, inklusive tablålagd tv, webb-tv, strömmad tv/video-on-demand, nedladdad film, dvd och videoklipp.

Sociala nätverkstjänster: Avser alla typer av sociala nätverkstjänster på internet, t.ex. Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, LinkedIn, bloggar/videobloggar och diskussionsforum.

Text-tv: Avser text-tv via både traditionell tv apparat och internet.

Tidskrift: Avser alla typer av tidskrifter, inklusive veckotidningar, serietidningar, specialmagasin (t.ex. inom mode, dataspel, hem och inredning, sport, historia, teknik, hälsa, familj, nöje), yrkes- och branschtidningar samt medlems- och kundtidningar, på papper eller digitalt.

Tv: Avser både tablålagd tv och strömmad tv/video-on-demand, t.ex. SVT play och Netflix.

Bakgrundsvariabler

Ålder: Resultaten i rapporten avser befolkningen 9 till 85 år. I rapporten används omväxlande en fem-respektive niodelad åldersindelning. I jämförelser mellan åren 2019 och 2020 används åldersintervallet 9 till 79 år.

Kön: I rapporten används en tvådelad könsvariabel: Flicka/Kvinna och Pojke/Man.

Boendeort: I rapporten används en tredelad boendeortsvariabel: Storstad, Stad och Landsbygd. Variabeln bygger på en formulärfråga om svarspersonernas boendeort med svarsalternativen: Storstad: centralt, Storstad: ytterområde/förort (=Storstad); Stad: centralt, Stad: ytterområde/förort (=Stad); Större tätort, Mindre tätort, Ren landsbygd (=Landsbygd).

Utbildningsnivå: I rapporten används en tvådelad utbildningsindelning: Ej högskola och Högskola. Variabeln bygger på en formulärfråga om svarspersonernas utbildningsbakgrund med svarsalternativen: Förgymnasial utbildning kortare än 9 år, Förgymnasial utbildning 9–10 år, Gymnasial utbildning högst 2 år, Gymnasial utbildning längre än 2 år, Eftergymnasial utbildning/ej utbildning vid högskola/universitet (=Ej högskola); Utbildning vid högskola/universitet högst 3 år, Utbildning vid högskola/universitet längre än 3 år (=Högskola). I resultaten avseende utbildningsnivå ingår endast svarspersoner i åldern 25 till 85 år.

Mediedagen: Räckvidd för olika medier



Pernille Tofte/Scandinav

Under 2020 såg 92% av befolkningen 9 till 85 år på rörlig bild i någon form en vanlig dag.

83% använde sociala nätverkstjänster.

75% lyssnade på radio i någon form och 61% lyssnade på musik.

68% läste en dagstidning – på papper eller digitalt.

45% läste eller lyssnade på en bok.

I Mediebarometerns mätningar av olika mediers räckvidd framgår det att användningen av i stort sett samtliga medier ökade under 2020 jämfört med 2019.

En vanlig dag 2020 tittade 92 procent av befolkningen 9 till 79 år på rörlig bild i någon form. Det inkluderar både traditionell tablålagd tv och strömad tv/video-on-demand, webb-tv och videoklipp (inklusive Youtube) samt dvd och blu-ray. Motsvarande siffra var 90 procent 2019. Rörlig bild var därmed den mest använda medieformen i Sverige under både 2020 och 2019.

Men inte långt därefter kom sociala nätverkstjänster. Andelen som tog del av sociala nätverkstjänster ökade från 79 till 84 procent mellan 2019 och 2020.

Det betydligt äldre radiomediet lockade fortsatt 75 procent av befolkningen 9 till 79 år till lyssning 2020. Det är en svag uppgång från 2019 då andelen var 73 procent. I mätningen ingår lyssnande på såväl traditionell FM-radio och bilradio som direktsänd webbradio, podcast och radio i efterhand via nätet.

Vårt äldsta nyhetsmedium, dagstidningen, hade 2020 en daglig räckvidd på 68 procent. Motsvarande siffra var 64 procent 2019. Också här ingår digitala publikationsformer, som e-tidningar, appar och webbsidor.

När det gäller övriga textbaserade medieformer var det 45 procent som läste (eller lyssnade på) en bok 2020 och 35 procent läste en tidskrift. År 2019 låg andelen läsare av böcker på 43 procent och andelen tidskriftsläsare var 33 procent. I båda fallen avses både tryckta och digitala versioner.

För text-tv minskade räckvidden i befolkningen från 17 procent 2019 till 15 procent 2020.

För de mer renodlade förströelsemedierna inspelad musik och dataspel var räckvidden 62 respektive 29 procent 2020. 2019 var motsvarande siffror 57 respektive 26 procent.

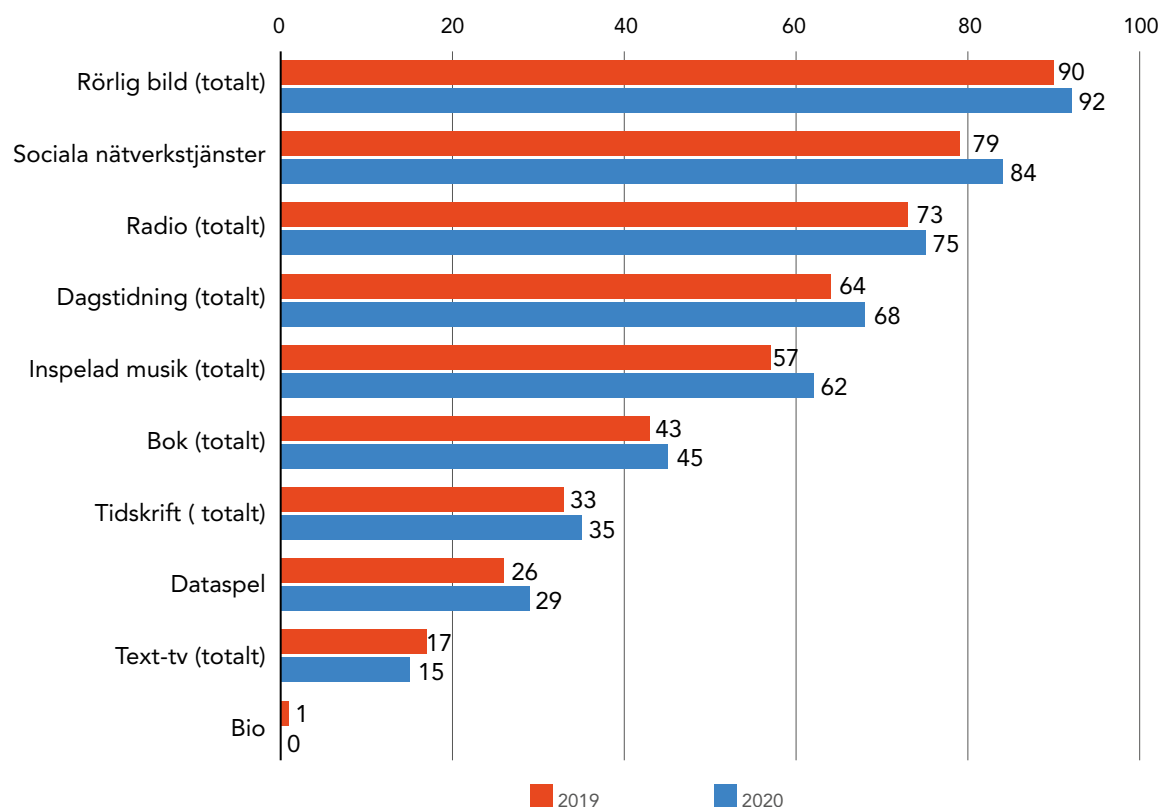
Sett över tid är det framför allt de sociala nätverkstjänsterna som på bred front gjort sitt intåg i den svenska mediedagen. Räckvidden har här dubblerats under loppet av 2010-talet. Också tittandet på rörlig bild och musiklyssnandet uppvisar en positiv tillväxt över tid.

Sammanfattningsvis tyder resultaten på att coronaåret 2020 har haft en förstärkande effekt på svenskarnas medievanor troligen för att informationsbehovet ökade samt att behovet av förströelse i hemmen också ökade.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från **9–79** år till **9–85** år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern **9–79** år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet **9–85** år.

MEDIEDAGEN Räckvidd för olika medier, 9–79 år, 2019 och 2020 (procent)



Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Med "(totalt)" avses både traditionella och digitala plattformar.

MEDIEDAGEN Räckvidd för olika medier, 9–79 år, 1979–2019, 9–85 år, 2020 (procent)

	1979	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2019*	2020**
Rörlig bild (totalt)	76	79	76	79	84	88	86	86	80	90	92
Sociala nätverkstjänster	..	..	..	..	..	..	..	35	52	79	83
Radio (totalt)	73	69	73	78	80	80	74	70	69	73	75
Dagstidning (totalt)	..	..	..	..	80	85	81	75	65	64	68
Inspelad musik (totalt)	..	..	..	..	..	..	43	40	38	57	61
Bok (totalt)	29	29	31	34	44	39	38	36	36	43	45
Tidskrift (totalt)	..	..	..	..	49	54	41	34	32	33	36
Dataspel	..	..	..	..	..	..	9	14	30	26	28
Text-tv (totalt)	..	..	..	..	23	31	29	23	21	17	15
Bio	..	..	..	..	1	1	1	1	1	1	0

Mediebarometern 1979–2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Med "(totalt)" avses både traditionella och digitala plattformar.

*Pga. ny datainsamlingsmetod 2019 bröts den direkta jämförbarheten med tidigare år. **Avser åldersgruppen 9 till 85 år.



Mediedagen: Genomsnittlig användningstid

Pia Ulin/Scandinav

Sett till användningstiden var ljudmedier den mest populära medieformen i befolkningen 9 till 85 år under 2020.

Merparten av lyssnandet på ljudmedier var på inspelad musik.

Inom rörlig bild dominerade tablålagd tv i befolkningen som helhet.

I genomsnitt spenderade läsarna mer tid på digitala dagstidningar än på tryckta.

Den genomsnittliga användningstiden för sociala nätverkstjänster var 60 minuter.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från **9–79** år till **9–85** år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern **9–79** år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet **9–85** år.

Daglig räckvidd är en sak. Användningstid är en annan. Vissa medieformer lägger vi jämförelsevis lång tid på medan andra ägnas kortare tid.

En genomsnittlig dag 2020 lade den svenska befolkningen 9 till 85 år allra mest tid på ljudmedier av ett eller annat slag. Sammanlagt rörde det sig om 145 minuter, eller två timmar och 25 minuter. Längst tid, 68 minuter, upptog musiklyssnandet. Något kortare tid, 61 minuter, ägnades åt direktsänd radio, antingen via FM eller via webben. Lyssnandet på podcast/radio i efterhand uppgick till i snitt 16 minuter per person.

När det kommer till rörlig bild var den genomsnittliga användningstiden två timmar och 19 minuter. För huvuddelen, 72 minuter, svarade tablålagd tv. Traditionell linjär tv är därmed fortfarande den enskilda medieform som den svenska befolkningen i helhet lägger mest tid på. Den genomsnittliga tittartiden på strömmad tv var som jämförelse 37 minuter, medan Youtube-tittandet uppgick till 30 minuter.

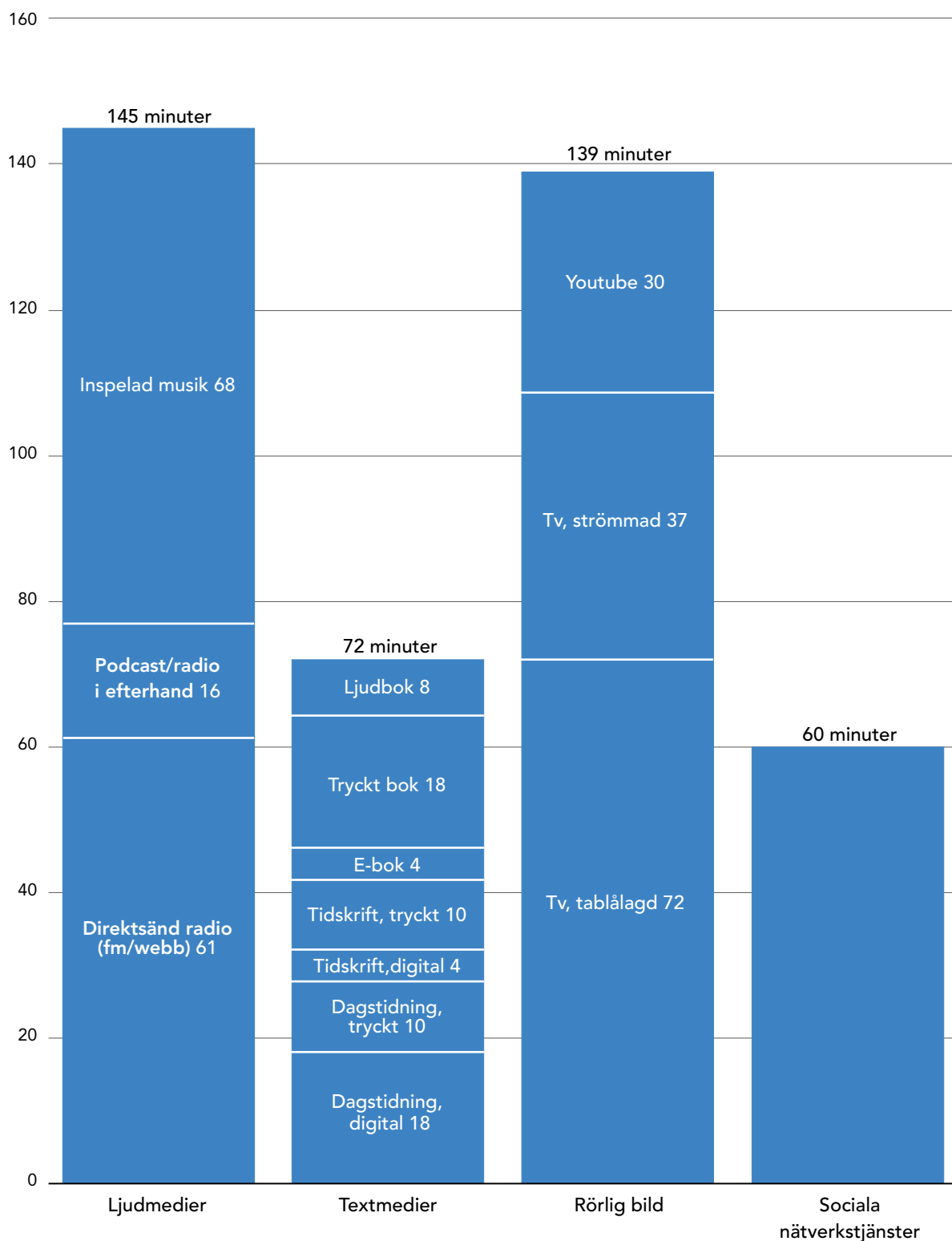
För textbaserade medier var den samlade genomsnittliga användningstiden 72 minuter en vanlig dag 2020. Tiden fördelades mellan en rad olika medieslag och plattformar. Läsningen av dagstidningar var mer omfattande för läsning av digitala tidningar, 18 minuter, än för tryckta dagstidningar, som ägnades 10 minuter.

När det gällde böcker och tidskrifter var däremot den totala användningstiden för den tryckta publikationsformen som helhet väsentligt längre än motsvarande tid för de digitala alternativen.

För sociala nätverkstjänster uppgick den genomsnittliga användningstiden i befolkningen 9 till 85 år till 60 minuter en vanlig dag.

Som framgår av kommande delar av den här rapporten varierade användningstiden för de sociala nätverkstjänsterna kraftigt mellan olika grupper av befolkningen – åldersgrupperna inte minst. Det gäller även de övriga medieformerna.

MEDIEDAGEN Genomsnittlig användningstid, 9–85 år, 2020 (minuter)



Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Mediedagen: Bruttotidens fördelning på olika medier



Astrakan Images AB/Scandinav

Under 2020 spenderade befolkningen 9 till 85 år i genomsnitt nästan sju timmar på medier en vanlig dag.

Kvinnor spenderade mer tid än vad män gjorde – det gällde framför allt sociala nätverkstjänster.

För den mest omfattande medieanvändningen stod åldersgruppen 15 till 24 år.

För den minst omfattande medieanvändningen stod åldersgruppen 9 till 14 år.

De yngsta spenderade mest tid på musik och sociala nätverkstjänster, medan de äldsta lade mest tid på tablålagd tv.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från **9–79** år till **9–85** år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern **9–79** år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet **9–85** år.

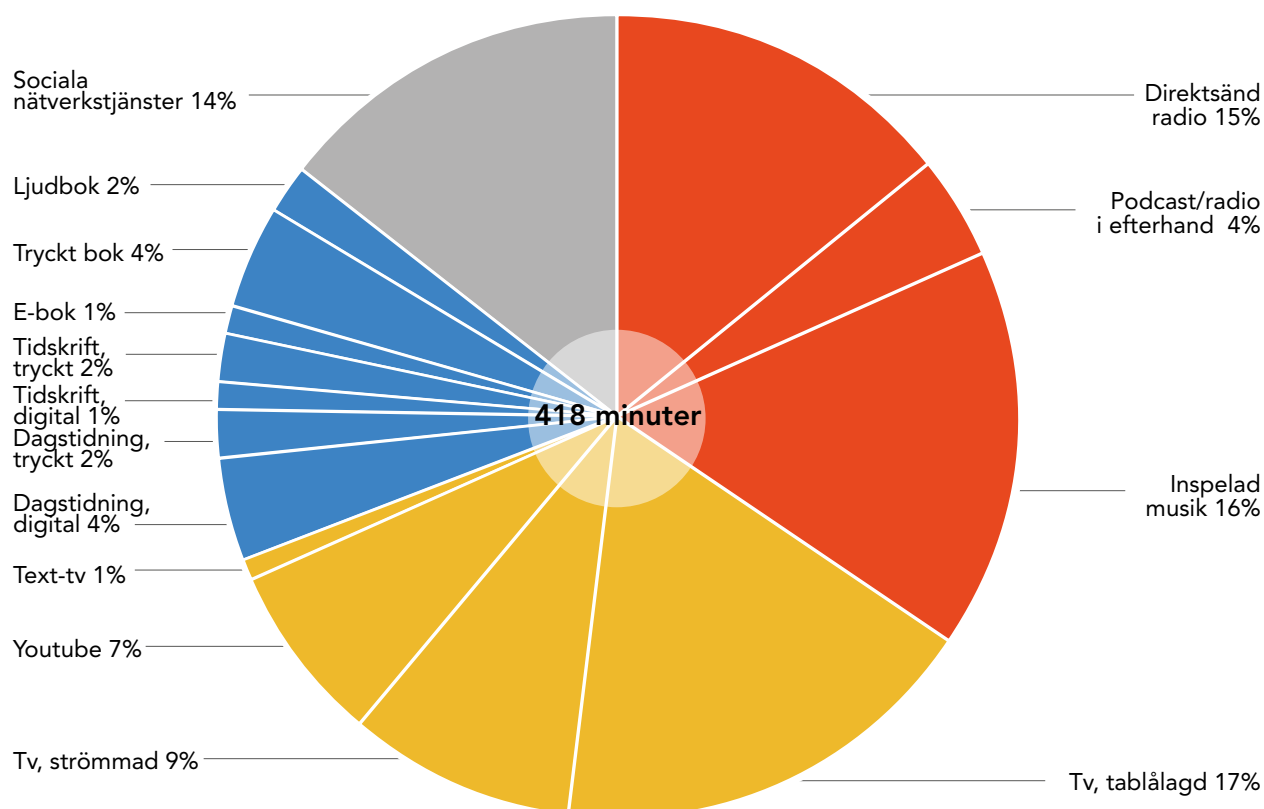
En vanlig dag 2020 ägnade den svenska befolkningen 9 till 85 år närmare sju timmar, eller mer exakt 418 minuter, åt att ta del av medier. Användningstiden avser den sammanlagda bruttotiden för olika medier. Den tar därför inte hänsyn till att vissa medier kanske används parallellt. Man kanske lyssnar på radio samtidigt som man läser morgontidningen, eller använder Facebook samtidigt som man tittar på Netflix.

Mätt i procentandelar svarade ljudmedier för 35 procent av den totala medieanvändningen och rörlig bild för 34 procent. Textmedier och sociala nätverkstjänster svarade för 16 respektive 14 procent av den totala användningstiden för medier under 2020.

Kvinnor spenderade överlag lite mer tid på medier än vad män gjorde. Kvinnor ägnade mer tid än männen åt att läsa tryckta böcker och tidskrifter, se på tablålagd och strömmad tv samt att lyssna på ljudbok. Men framför allt lade kvinnor väsentligt mer tid än männen på sociala nätverkstjänster. Män såg istället mer på Youtube och lyssnade på inspelad musik under längre tid än vad som var fallet med kvinnorna. För dagstidningar och radio fanns det under 2020 små eller inga skillnader mellan kvinnor och män när det gäller den genomsnittliga användningstiden en vanlig dag.

Skillnaderna mellan olika åldersgrupper var mer påtagliga. Det gällde både hur lång tid som ägnades åt medier, och hur användningstiden fördelade sig mellan olika medieformer. För den mest omfattande medieanvändningen – närmare nio timmar brutto – svarade åldersgruppen 15 till 24 år. För den kortaste användningstiden svarade den yngsta gruppen, 9 till 14 år, och åldersgruppen 45 till 64 år – drygt sex timmar brutto i båda grupperna. Åldersgrupperna 25 till 44 år och 45 till 64 år speglade i allt väsentligt den generationsbetingade förflyttningen från traditionella till digitala medieformer. 25 till 44-åringarna var lite mer orienterade mot digitala medier, medan 45 till 64-åringarna var lite mer orienterade mot traditionella medier. Den äldsta åldersgruppen 65 till 85 år var minst digital.

MEDIEDAGEN Bruttotidens fördelning på olika medier, 9–85 år, 2020 (procent)



Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

MEDIEDAGEN Bruttotidens fördelning på olika medier, 9–85 år, 2020 (minuter)

	Totalt	Kvinna	Man	9–14 år	15–24 år	25–44 år	45–64 år	65–85 år
Direktsänd radio	61	62	60	21	25	43	74	107
Podcast/radio i efterhand	16	16	17	10	25	25	11	5
Inspelad musik	68	61	76	64	135	85	46	26
Tv, tablålagd	72	77	67	29	26	39	91	143
Tv, strömmad	37	41	32	44	66	51	23	11
Youtube	30	21	40	67	79	33	13	7
Text-tv	3	3	3	2	3	1	2	7
Dagstidning, digital	18	17	19	2	9	20	21	20
Dagstidning, tryckt	10	10	9	2	3	3	10	28
Tidskrift, digital	4	3	4	1	5	4	4	3
Tidskrift, tryckt	10	12	8	7	2	4	11	25
E-bok	4	4	3	2	5	5	3	2
Tryckt bok	18	22	14	22	19	15	16	27
Ljudbok	8	11	5	7	6	9	12	5
Sociala nätverkstjänster	60	68	50	91	125	68	38	21
Summa minuter	418	429	408	371	533	405	374	437

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).



Mediedagen/-veckan/-månaden: Räckvidd för olika medier

Susanne Kron/Scandinav

En genomsnittlig vecka 2020 tittade 98% procent av befolkningen 9 till 85 år på rörlig bild i någon form.

88% lyssnade på radio en genomsnittlig vecka via radioapparat, i bilen eller via internet.

Sociala nätverkstjänster användes en genomsnittlig vecka av 87%.

83% tog del av en dagstidning en genomsnittlig vecka – på papper eller digitalt.

2% gick på bio en genomsnittlig vecka och 8% en genomsnittlig månad.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från 9–79 år till 9–85 år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern 9–79 år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet 9–85 år.

Olika medier karakteriseras av olika användningsfrekvens. Medan användningen av vissa medier fyller rollen av en daglig vana, används andra mer oregelbundet. Genom att jämföra den dagliga räckvidden för ett enskilt medium med räckvidden under en vecka respektive månad ges en indikation på huruvida det huvudsakligen används ofta eller mer sällan.

Under 2020 tittade 92 procent av befolkningen 9 till 85 år på tv i någon form en genomsnittlig dag. Utökas tidsspannet till den senaste veckan eller senaste månaden ökade andelen till 98 respektive 99 procent. De höga räckviddstalen visar tydligt vilken central plats den rörliga bilden har i dagens svenska medielandskap.

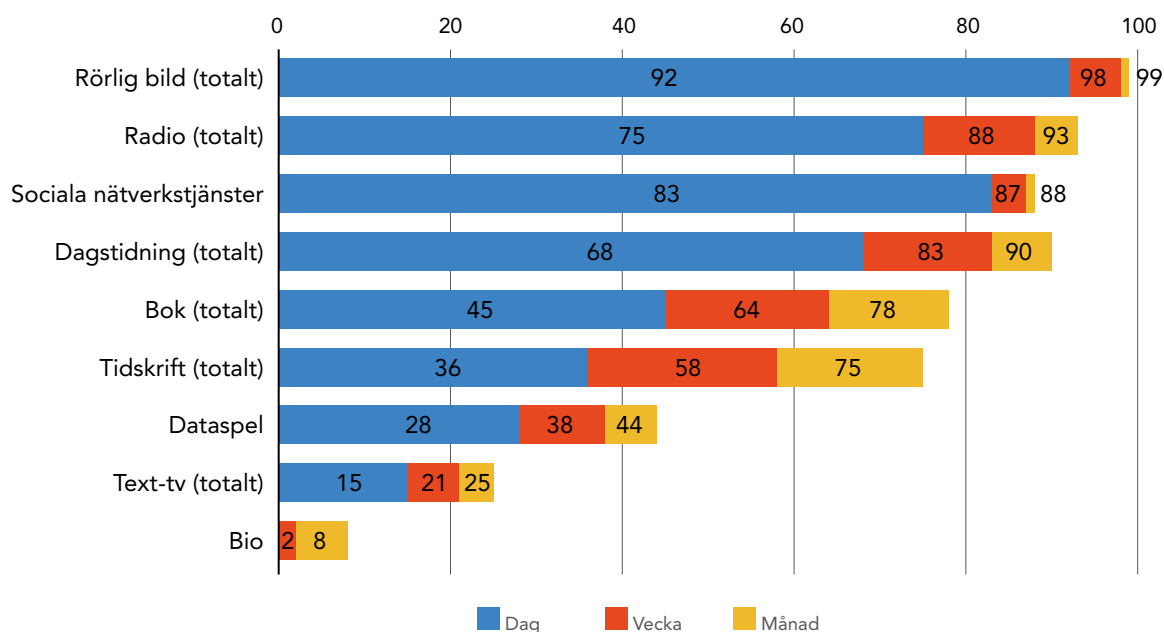
För sociala nätverkstjänster uppgick den dagliga räckvidden 2020 till 83 procent. Om avgränsningen utökas till den senaste veckan ökade räckvidden med 4 procentenheter. När avgränsningen utökas till senaste månaden tillkom ytterligare 1 procentenhet. Utfallet bekräftar bilden av sociala nätverkstjänster som ett utpräglat vanemedium. De som använder sociala nätverkstjänster gör det i princip varje dag. De mer sporadiska användarna är få. Samma mönster, fast i något mindre utsträckning, gäller också för radion.

För dagstidningen var variationen större. Utökas tidsspannet från dagligen till senaste veckan ökade räckvidden från 68 till 83 procent. På månadsbasis var räckvidden för dagstidningen 88 procent. En bidragande förklaring till de här mönstren är att de flesta dagstidningarna inte utkommer dagligen, åtminstone inte i tryckt form. Utgivningsfrekvensens betydelse för räckvidden är än tydligare för tidskrifter. Här ökade räckvidden från 36 procent dagligen till 58 respektive 75 på vecko- respektive månadsbasis. Samma mönster gäller också för läsningen av böcker.

Besöksfrekvensen i avseende på bio avviker starkt från tidigare år då möjligheterna att se film på bio var kraftigt begränsade under 2020. Under pandemiåret 2020 uppgav endast 2 procent att de varit på bio under den senaste veckan.

Med undantag för biobesöken uppvisar den veckovisa räckvidden för olika medieformer i allmänhet begränsade förändringar över tid. För den största nedgången svarar användningen av text-tv och tidskrifter, där veckoräckvidden i båda fallen minskat väsentligt sedan år 2000. För den största uppgången under 2000-talet svarar av naturliga skäl sociala nätverkstjänster. Men här finns det bara Mediebarometerdata från och med 2017.

MEDIEDAGEN/-VECKAN/-MÅNADEN Räckvidd för olika medier, 9–85 år, 2020 (procent)



Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Med "(totalt)" avses både traditionella och digitala plattformar.

MEDIEVECKAN Räckvidd för olika medier, 9–79 år, 1979–2019, 9–85 år, 2020 (procent)

	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019*	2020**
Rörlig bild (totalt)	99	97	97	95	95	95	96	98	98
Radio (totalt)	96	92	90	88	86	81	81	88	88
Sociala nätverkstjänster	..	..	..	..	..	73	77	83	87
Dagstidning (totalt)	95	94	91	83	78	73	71	81	83
Bok (totalt)	59	60	57	56	54	54	58	63	64
Tidskrift (totalt)	83	71	62	57	50	46	47	57	58
Dataspel	..	20	27	41	37	..	39	36	38
Text-tv (totalt)	58	51	40	32	28	24	23	22	21
Bio	8	6	7	7	6	6	8	7	2

Mediebarometern 2000–2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Med "(totalt)" avses både traditionella och digitala plattformar.

*Pga. ny datainsamlingsmetod 2019 bröts den direkta jämförbarheten med tidigare år. **Avser åldersgruppen 9 till 85 år.



Radio: Daglig räckvidd

Lieselotte Van Der Meijs/Scandinav

Under 2020 lyssnade 75% i befolkningen 9 till 85 år på radio i någon form en vanlig dag.

Flest, 50%, lyssnade på radio i bilen.

31% lyssnade på radio i traditionell radioapparat. För podcast/radio i efterhand och direktsänd webbradio var räckvidden 23% respektive 20%.

Äldre lyssnade mer på direktsänd radio än yngre – oavsett plattform.

Podcastlyssnandet var vanligast bland unga vuxna, bland högutbildade och i storstäderna.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från 9–79 år till 9–85 år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern 9–79 år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet 9–85 år.

Under en vanlig dag 2020 lyssnade tre fjärdedelar – 75 procent – av den svenska befolkningen mellan 9 och 79 år på radio i någon form. Sett till befolkningen som helhet dominerade fortfarande de traditionella formerna för radiolyssnande. För den allra största andelen – 50 procent – stod bilradio, medan 31 procent lyssnade på radio i traditionell radioapparat (FM). En knapp fjärdedel – 23 procent – lyssnade en vanlig dag på podcast eller radio i efterhand, medan 20 procent lyssnade på direktsänd radio över internet (webbradio). Jämfört med 2019 ökade den totala räckvidden för radio med 2 procentenheter. Lyssnandet via bilradio var oförändrat medan användningen av traditionell radioapparat minskade - från 35 till 31 procent. Användningen via digitala plattformar ökade däremot med 4 procentenheter vardera.

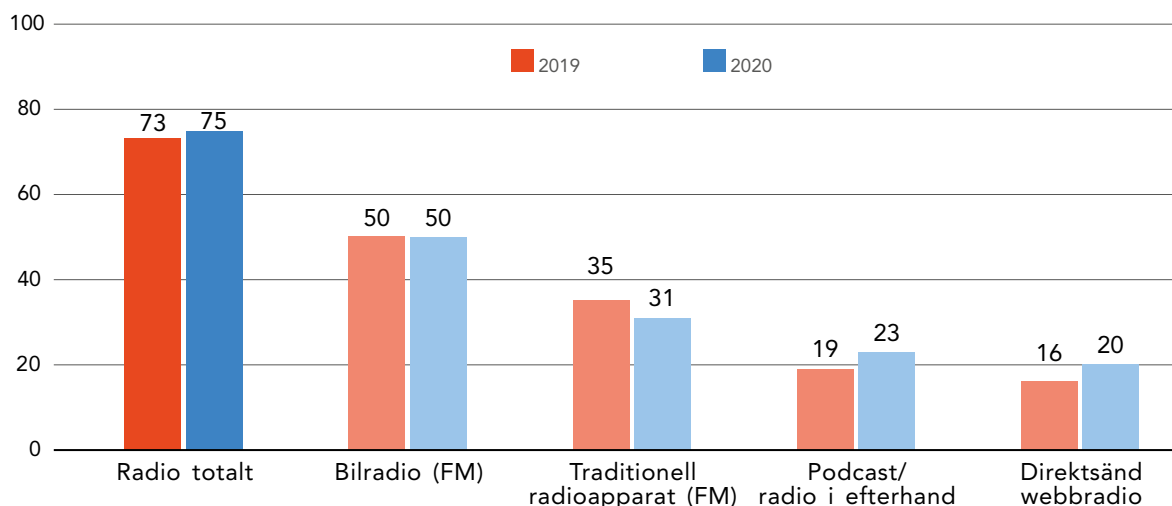
I befolkningen 9 till 85 år uppvisade kvinnors och mäns radiovanor mycket små skillnader när det kommer till den totala dagliga räckvidden under 2020. Dock var det fler män än kvinnor som lyssnade på bilradio. När det gäller lyssnandet via traditionell radioapparat, podcast och webbradio var räckvidden i princip den samma bland kvinnor och män.

Skillnaderna var däremot betydligt större mellan olika åldersgrupper. Radiolyssnandet var totalt sett mest utbrett bland personer som var 45 år eller äldre. Störst var skillnaden för radiolyssnandet via traditionell radioapparat. Under 2020 lyssnade 64 procent i åldern 65 till 85 år på radio på det sättet en vanlig dag. I åldern 15 till 24 år var andelen endast 15 procent. Också lyssnandet på podcast präglades av stora åldersskillnader. Högst var räckvidden i åldrarna 15 till 24 år och 25 till 44 år. Lägst var den i åldern 65 till 85 år. När det gäller lyssnandet på webbradio var det gruppen 45 till 64 år som stod för det mest utbredda lyssnandet. I gruppen var det också högst andel som lyssnade på bilradio. Direktsänd radio via webben hade fler lyssnare i gruppen 65 till 85 år än bland dem under 25 år.

När det gäller utbildning var lyssnandet på både bilradio och traditionell radioapparat mer utbrett bland personer utan högre utbildning än bland personer med. För podcast och webbradio gällde det omvända.

Också när det gäller boendeort fanns det skillnader i radiolyssnandet. Det totala radiolyssnandet var mer utbrett på landsbygden än i storstäderna. Skillnaderna förklaras huvudsakligen av en högre andel lyssnare på radio i bilen och via traditionell radioapparat på landsbygden. Dock var räckvidden för både podcast och webbradio högre i storstäderna än i övriga landet.

RADIO Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 och 2020 (procent)



Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

RADIO Daglig räckvidd, 9–85 år, 2020 (procent)

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	75	50	32	22	20
Kvinna	75	47	33	23	20
Man	75	53	32	21	19
9–14 år	67	54	13	18	16
15–24 år	62	40	15	34	14
25–44 år	71	45	18	31	20
45–64 år	82	61	39	17	23
65–85 år	81	45	64	8	18
Ej högskola (25–85 år)	79	54	43	15	18
Högskola (25–85 år)	77	50	32	25	23
Storstad	70	38	26	27	22
Stad	75	51	32	22	19
Landsbygd	80	59	38	18	18

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Radio: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldern **9 till 14 år** var det totala radiolyssnandet en vanlig dag 2020 högre bland pojkar än bland flickor. Skillnaden förklaras av ett högre lyssnande på bilradio och på traditionell radioapparat bland pojkar.

I åldern **15 till 24 år** var lyssnandet betydligt högre bland kvinnor än män. Skillnaden förklaras framför allt av podcast-lyssnande. Bilradio var totalt sett det vanligaste sättet att lyssna på radio i åldersgruppen, i synnerhet bland 15 till 19-åringarna. Det var också betydligt mer utbrett på landsbygden jämfört med i storstäderna.

Även i åldern **25 till 44 år** var bilradion det vanligaste sättet att lyssna på radio. Det gällde dock inte i storstäderna. Här hade i stället podcast-lyssnandet den högsta räckvidden. Så var det också i åldern **45 till 64 år**. I båda åldersgrupperna fanns inga stora skillnader mellan kvinnor och män.

I åldern **65 till 85 år** var lyssnande via traditionell radioapparat vanligast. Fler män lyssnade på bilradio. Det fanns också tydliga skillnader mellan yngre och äldre i gruppen, där de yngre, 65 till 74 år, i större utsträckning lyssnade på bilradio och på direktsändning via webben.

RADIO Daglig räckvidd, 9–14 år, 2020 (procent)

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	67	54	13	18	16
Flicka	65	51	9	19	15
Pojke	68	58	18	16	17
Storstad	65	47	13	21	14
Stad	64	52	13	18	17
Landsbygd	(70)	(61)	(13)	(17)	(17)

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

RADIO Daglig räckvidd, 15–24 år, 2020 (procent)

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	62	40	15	34	14
Kvinna	69	42	14	42	13
Man	56	38	15	25	14
15–19 år	63	45	17	32	14
20–24 år	61	34	12	36	14
Storstad	55	30	14	32	13
Stad	61	37	12	36	11
Landsbygd	70	52	18	34	18

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

RADIO Daglig räckvidd, 25–44 år, 2020 (procent)

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	71	45	18	31	20
Kvinna	71	44	19	31	22
Man	72	47	17	32	18
25–34 år	67	37	12	36	19
35–44 år	75	55	24	26	22
Ej högskola	71	51	22	26	19
Högskola	72	43	16	33	21
Storstad	67	31	13	36	23
Stad	71	49	16	30	20
Landsbygd	78	61	26	25	17

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

RADIO Daglig räckvidd, 45–64 år, 2020 (procent)

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	82	61	39	17	23
Kvinna	81	58	39	18	23
Man	83	64	39	17	23
45–54 år	80	62	31	19	22
55–64 år	83	59	47	15	24
Ej högskola	83	62	43	13	21
Högskola	80	59	36	21	24
Storstad	77	50	33	23	28
Stad	82	63	38	16	22
Landsort	86	68	45	13	19

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

RADIO Daglig räckvidd, 65–85 år, 2020 (procent)

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	81	45	64	8	18
Kvinna	79	36	66	8	17
Man	84	55	61	9	19
65–74 år	84	53	62	11	21
75–89 år	77	33	67	5	15
Ej högskola	81	45	64	6	13
Högskola	82	45	63	12	26
Storstad	79	39	62	10	19
Stad	84	48	67	7	18
Landsbygd	81	47	63	8	19

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Radio: Genomsnittlig lyssnartid bland lyssnare



Phia Bergdahl/Scandinav

Den genomsnittlige lyssnaren mellan 9 och 85 år spenderade 88 minuter på direktsänd radio en vanlig dag 2020.

Den genomsnittlige lyssnaren på podcast/radio i efterhand lyssnade 73 minuter.

Lyssnartiden för direktsänd radio ökade kraftigt med stigande ålder.

På podcast/radio i efterhand var det istället 25 till 44-åringarna som lyssnade mest.

Lyssnartiden för direktsänd radio var längst på landsbygden och kortast i storstäderna – för podcast/ radio i efterhand var skillnaden mellan stad/land inte lika tydliga.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från 9–79 år till 9–85 år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern 9–79 år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet 9–85 år.

Under 2020 lyssnade den genomsnittlige lyssnaren i åldern 9 till 85 år knappt en och en halv timme – eller 88 minuter – på någon form av direktsänd radio en vanlig dag. Det inkluderar lyssnande på bilradio, via traditionell radioapparat eller på direktsänd radio via webben. Den genomsnittlige lyssnaren på podcast/radio i efterhand lyssnade nästan en timme och en kvart, eller 73 minuter. Det direktsända radiolyssnandet var alltså inte bara mer förekommande än lyssnandet på eftersänd radio under 2020 (se s. 21), den genomsnittlige lyssnaren på direktsänd radio lyssnade också något längre tid än den genomsnittlige lyssnaren på podcast/radio i efterhand.

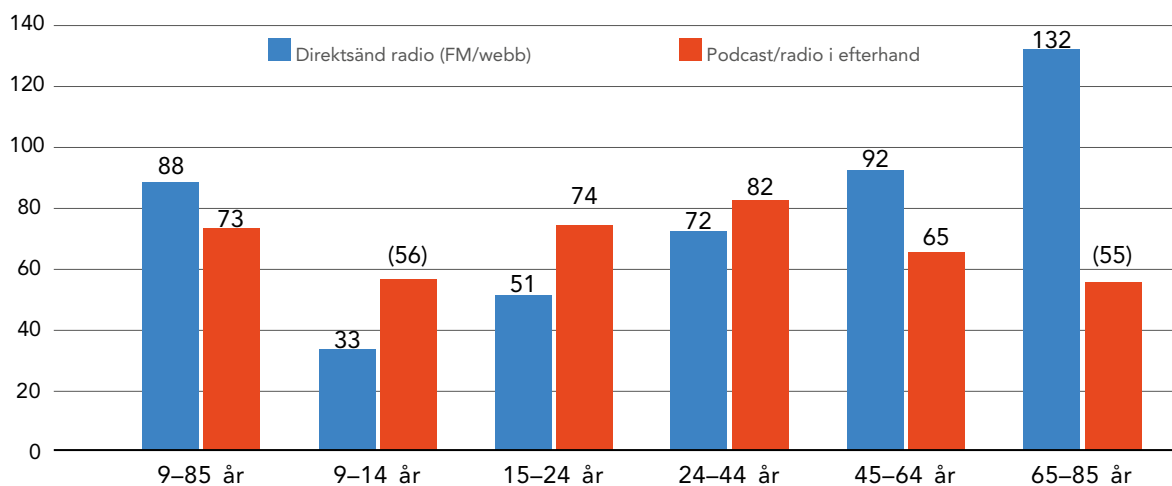
Kvinnliga och manliga lyssnare spenderade nästan lika lång tid på direktsänd radio under 2020. Däremot lade manliga lyssnare längre tid än kvinnliga på podcast/radio i efterhand.

Lyssnartiden på direktsänd radio visar ett tydligt positivt samband med stigande ålder. Äldre människor lyssnade inte bara mer frekvent på direktsänd radio än yngre, de ägnade också väsentligt längre tid åt radio. Under 2020 lyssnade den genomsnittlige lyssnaren i åldern 65 till 85 år närmare två timmar och en kvart om dagen (132 minuter) på direktsänd radio. I åldern 9 till 14 år var lyssnartiden bland lyssnare endast en dryg halvtimme (33 minuter). När det gäller podcast/radio i efterhand var skillnaderna i lyssnartid mellan åldersgrupperna betydligt mindre. Mest omfattande var lyssnandet i gruppen 25 till 44 år (82 minuter).

I fråga om utbildningsnivå fanns det under 2020 tydliga skillnader i lyssnartid för direktsänd radio. Personer utan högskolestudier lade mer tid på sitt lyssnande på direktsänd radio jämfört med personer med högskolestudier. Bland lyssnarna på podcast/radio i efterhand var mönstret detsamma.

Lyssnare på direktsänd radio som bor på landsbygden lade längre tid på att lyssna på radio än vad som var fallet med lyssnare i storstäderna. För podcast/radio i efterhand lade lyssnarna i storstad längst tid, men i snitt bara tre minuter längre än lyssnare på landsbygd.

RADIO Genomsnittlig lyssnartid bland lyssnare, 9–85 år, 2020 (minuter)



Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

RADIO Genomsnittlig lyssnartid bland lyssnare, 9–85 år, 2020 (minuter)

	Direktsänd radio (FM/webb)	Podcast/radio i efterhand
Totalt	88	73
Kvinna	90	69
Man	87	78
9–14 år	33	(56)
15–24 år	51	74
25–44 år	72	82
45–64 år	92	65
65–85 år	132	(55)
Ej högskola (25–85 år)	112	85
Högskola (25–85 år)	81	68
Storstad	82	76
Stad	83	69
Landsbygd	96	73
Antal svar	4 130	1 351

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

Radiokanaler: Daglig räckvidd



Marie Linnér/Scandinav

47% i åldersgruppen 9 till 85 år lyssnade på någon av SR:s fyra huvudkanaler en vanlig dag 2020 – 32% lyssnade på reklamradio.

Av SR:s kanaler hade P4 störst räckvidd, följt av P1.

SR:s räckvidd ökade kraftigt med stigande ålder.

I åldersgrupperna 9 till 14 år och 15 och 24 år var reklamradians räckvidd större än SR:s.

P1 var mest populär kanal bland högutbildade och i storstäderna – för P4 och reklamradio var det tvärtom.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från 9–79 år till 9–85 år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern 9–79 år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet 9–85 år.

När det gäller räckvidden för enskilda radiokanaler hade Sveriges Radio (SR) en dominerande position under 2020. Under en vanlig dag lyssnade knappt hälften – 47 procent – av befolkningen i åldern 9 till 79 år på någon av SR:s fyra huvudkanaler via antingen traditionell radio eller webben. Populärast var P4 och P1 med en daglig räckvidd på 28 respektive 20 procent. För P3 och P2 var andelarna 12 respektive 4 procent. Jämfört med 2019 noterades antingen en svagt ökad eller en oförändrad räckvidd för SR:s kanaler.

32 procent i befolkningen 9 till 79 år lyssnade på någon privat reklamradiokanal under 2020. 7 procent lyssnade på närradio. Det var oförändrade andelar jämfört med 2019. Lyssnandet på någon utländsk radiokanal var 3 procent, en svag ökning från föregående år.

I befolkningen 9 till 85 år nådde SR sammantaget något fler män än kvinnor under 2020. Tre av fyra huvudkanaler hade en liten övervikt av manliga lyssnare, för P1 var det ingen skillnad. För reklamradio var det inte heller någon skillnad i räckvidd mellan kvinnor och män.

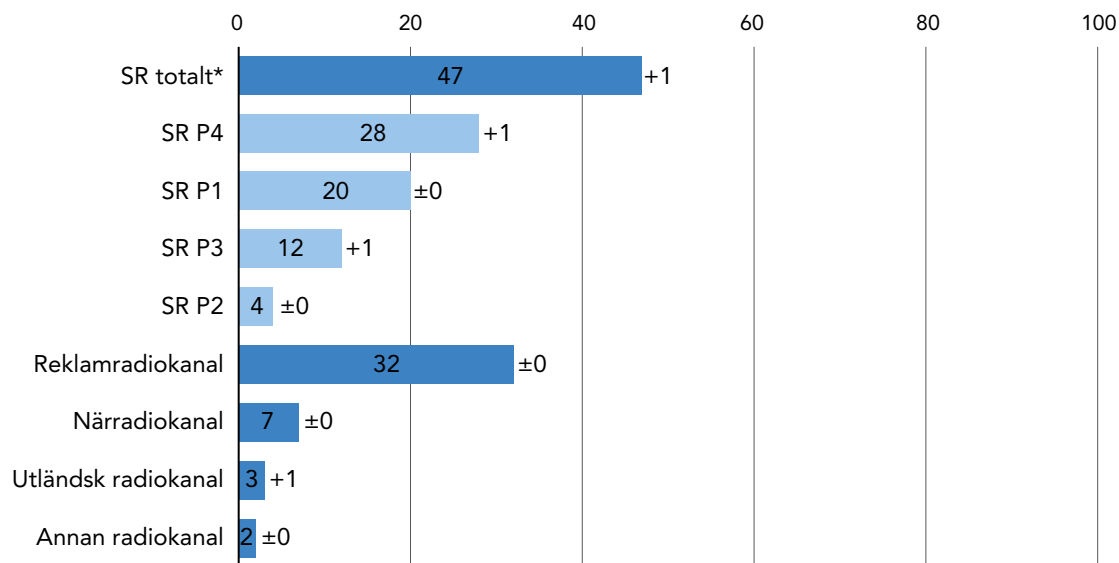
Lyssnandet på de svenska radiokanalerna varierar kraftigt mellan olika åldersgrupper. Under 2020 lyssnade 72 procent i åldern 65 till 85 år på någon av SR:s fyra huvudkanaler en vanlig dag. I åldern 15 till 24 år var motsvarande andel endast 23 procent. Störst var åldersskillnaderna för SR:s två största kanaler, P4 och P1.

För den privata reklamradioen gällde istället det omvända mönstret. Här var räckvidden högst bland de yngsta, 9 till 14 år, och lägst bland de äldsta, 65 till 85 år. Under 2020 hade reklamradio betydligt fler lyssnare i åldersgrupperna 9 till 14 år och 15 till 25 år än SR:s fyra huvudkanaler tillsammans.

Den samlade räckvidden för SR:s fyra huvudkanaler var i princip lika hög bland personer med högskolestudier som bland personer utan. Skillnaderna mellan enskilda kanaler var dock stora. För P1 var räckvidden betydligt högre bland personer med högskolestudier. För P4, liksom för reklamradio, rådde istället det omvända förhållandet. För P2 och P3 var skillnaderna mellan olika utbildningsnivåer däremot begränsade.

Både SR och reklamradio hade som helhet en högre räckvidd på landsbygden jämfört med i storstäderna.

RADIOKANALER Daglig räckvidd, 9–79 år, 2020 (procent samt förändring jämfört med 2019 i procentenheter)



Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller lyssning på direktsänd radio i radioapparat, bilradio eller via webben. *Avser den samlade räckvidden för SR P1, P2, P3 och P4.

RADIOKANALER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2020 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	47	21	4	12	28	32
Kvinna	46	21	3	11	26	32
Man	49	21	5	13	30	32
9–14 år	25	8	2	10	12	43
15–24 år	23	7	3	13	10	33
25–44 år	38	15	2	16	18	32
45–64 år	58	26	4	12	37	40
65–85 år	72	36	7	4	50	14
Ej högskola (25–85 år)	54	17	3	11	41	33
Högskola (25–85 år)	54	31	5	13	26	28
Storstad	43	23	4	12	21	25
Stad	46	20	4	11	28	33
Landsbygd	52	19	3	13	35	37

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller lyssning på direktsänd radio i radioapparat, bilradio eller via webben. *Avser den samlade räckvidden för SR P1, P2, P3 och P4.

Radiokanaler: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldern **9 till 14 år** var det under en vanlig dag 2020 en betydligt större andel som lyssnade på reklamradio än på någon av SR:s fyra huvudkanaler. Skillnaderna var något högre bland pojkar än bland flickor. Av SR:s kanaler var P4 populärast utanför storstäderna.

I gruppen **15 till 24 år** fanns ett likartat mönster. Dominansen för reklamradion visavis SR var dock större i åldern 15 till 19 år än i åldern 20 till 24 år. Både SR som helhet och reklamradion hade högst räckvidd på landsbygden.

I gruppen **25 till 44 år** var inte reklamradion störst, utan SR. Det gällde framför allt bland männen. För både SR som helhet och reklamradion var

räckvidden klart högre på landsbygden jämfört med i storstäderna.

I åldern **45 till 64 år** var SR:s dominans relativt reklamradion än mer tydlig. För både SR och reklamradion var räckvidden högre bland män än bland kvinnor. För SR var räckvidden högst på landsbygden. Reklamradion hade fler lyssnare bland ej högskoleutbildade och utanför storstäderna.

Gruppen **65 till 85 år** var den åldersgrupp som både hade högst andel SR-lyssnare och lägst andel reklamradiolyssnare. P1 hade betydligt fler lyssnare som var högskoleutbildade medan omvänt gällde för P4. Reklamradion hade fler lyssnare bland män än bland kvinnor.

RADIOKANALER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2020 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	25	8	2	10	12	43
Flicka	23	9	3	10	11	40
Pojke	26	6	1	12	13	46
Storstad	24	11	2	11	10	38
Stad	26	7	2	12	15	38
Landsbygd	(24)	(6)	(1)	(9)	(12)	(50)

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller lyssning på direktsänd radio i radioapparat, bilradio eller via webben. *Avser den samlade räckvidden för SR P1, P2, P3 och P4. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

RADIOKANALER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2020 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	23	7	3	13	10	33
Kvinna	23	7	2	12	10	37
Man	23	8	4	13	10	30
15–19 år	23	8	3	13	13	37
20–24 år	22	6	2	13	7	28
Storstad	21	8	3	10	9	25
Stad	17	4	3	10	6	34
Landsbygd	30	9	3	18	15	41

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller lyssning på direktsänd radio i radioapparat, bilradio eller via webben. *Avser den samlade räckvidden för SR P1, P2, P3 och P4.

RADIOKANALER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2020 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	38	15	2	16	18	32
Kvinna	37	15	2	16	16	34
Man	40	16	3	16	19	30
25–34 år	32	11	2	15	13	27
35–44 år	45	19	3	17	22	36
Ej högskola	37	10	3	15	22	37
Högskola	40	19	2	17	16	29
Storstad	35	17	2	15	13	21
Stad	37	15	3	16	16	35
Landsbygd	43	13	2	17	24	43

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller lyssning på direktsänd radio i radioapparat, bilradio eller via webben. *Avser den samlade räckvidden för SR P1, P2, P3 och P4.

RADIOKANALER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2020 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	58	26	4	12	37	40
Kvinna	56	25	3	11	33	38
Man	62	27	5	14	41	42
45–54 år	52	23	3	14	30	46
55–64 år	64	29	4	11	42	34
Ej högskola	58	18	3	12	44	44
Högskola	58	34	5	13	29	36
Storstad	54	32	6	13	29	34
Stad	55	23	2	11	34	44
Landsbygd	64	23	3	13	44	42

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller lyssning på direktsänd radio i radioapparat, bilradio eller via webben. *Avser den samlade räckvidden för SR P1, P2, P3 och P4.

RADIOKANALER Daglig räckvidd, 65–85 år, 2020 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	72	36	7	4	50	14
Kvinna	71	37	6	4	46	10
Man	73	35	8	5	54	18
65–74 år	74	35	5	4	52	18
75–85 år	68	37	10	4	47	7
Ej högskola	68	24	3	4	56	15
Högskola	77	53	13	5	42	12
Storstad	68	41	10	3	40	13
Stad	75	37	7	5	56	16
Landsbygd	71	32	5	5	53	13

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller lyssning på direktsänd radio i radioapparat, bilradio eller via webben. *Avser den samlade räckvidden för SR P1, P2, P3 och P4.

Inspelad musik: Daglig räckvidd

Jakob Fridholm/Scandinav

61% i åldersgruppen 9 till 85 år lyssnade på inspelad musik en vanlig dag 2020.

57% lyssnade på strömmad musik – 8% på cd-/vinylskiva eller kassettband.

Musiklyssnandet var högst i åldersgruppen 15 till 24 år och lägst i gruppen 65 till 85 år.

I alla åldersgrupper var det fler som lyssnade på strömmad musik än på cd-/vinylskiva eller kassettband.

Räckvidden för strömmad musik var högst bland 15 till 24-åringar, i storstäderna och bland högtbildade.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från **9–79** år till **9–85** år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern **9–79** år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet **9–85** år.

Under 2020 lyssnade knappt sex av tio – 57 procent – av den svenska befolkningen 9 till 79 år på inspelad strömmad musik en vanlig dag. Med strömmad musik menas exempelvis via Spotify eller Apple Music. Det var betydligt färre som lyssnade på musik som var inspelad på cd-skiva, vinylskiva eller kassettband, 8 procent. Musik som spelas i direktsänd radio och tv ingår inte i den här redovisningen. Jämfört med 2019 ökade lyssnandet på strömmad musik med 5 procentenheter under 2020, medan lyssnandet på cd, vinylskiva eller kassettband minskade med två procentenheter.

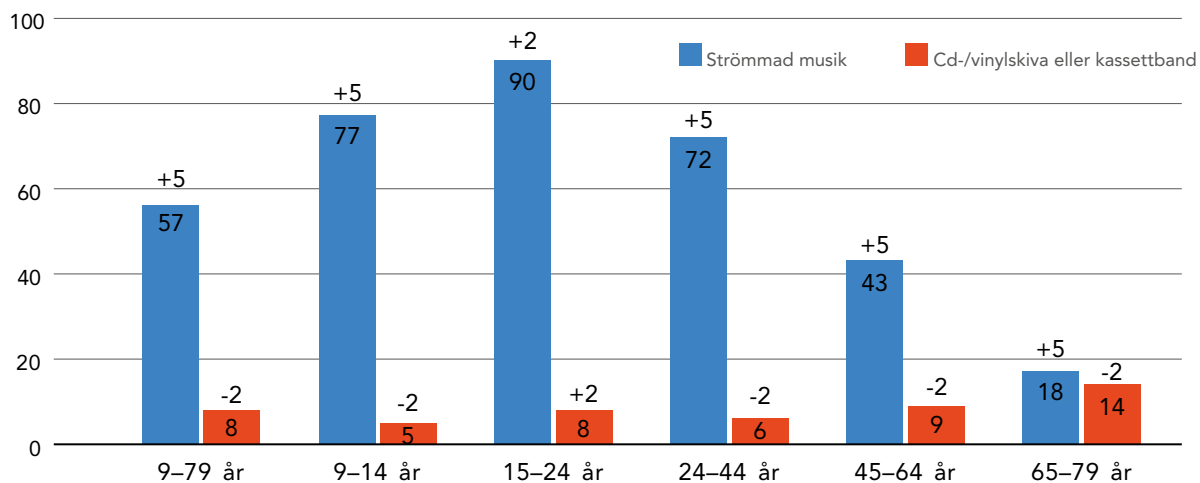
Sett till befolkningen 9 till 85 år var musiklyssnandet under 2020 något mer utbrett bland män än kvinnor i fråga om samlad räckvidd. Skillnaden framträder framför allt för lyssnande på strömmad musik. Det fanns däremot ingen skillnad vad gäller musik på cd-/vinylskivor eller kassettband. Sammanlagt uppgick den dagliga räckvidden för inspelad musik i befolkningen 9 till 85 år till 61 procent under 2021.

Det fanns dock stora skillnader mellan de olika åldersgrupperna. Det totala musiklyssnandet var under 2020 allra högst i åldern 15 till 24 år. Därefter sjönk räckvidden väsentligt med stigande ålder. Lägst var den i gruppen 65 till 85 år.

Det totala musiklyssnandet var under 2020 mer vanligt bland personer med högskolestudier än bland personer utan sådan utbildning. Skillnaden utifrån utbildningsnivå gällde dock bara den strömmade musiken. För att lyssna på musik via skiv- eller kassettspelningar fanns ingen motsvarande skillnad.

Musiklyssnandet var också vanligare i storstäderna än i övriga landet. Även här förklaras skillnaden av det strömmade lyssnandet, vilket var mer utbrett i storstäderna.

INPELAD MUSIK Daglig räckvidd, **9–79 år**, 2020 (procent samt förändring jämfört med 2019 i procentenheter)



Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

INPELAD MUSIK Daglig räckvidd, **9–85 år**, 2020 (procent)

	Totalt	Strömmad musik	Cd-/vinylskiva eller kassettband
Totalt	61	56	8
Kvinna	57	53	8
Man	64	59	9
9–14 år	78	77	5
15–24 år	90	90	8
25–44 år	74	72	6
45–64 år	49	43	9
65–85 år	29	17	14
Ej högskola (25–85 år)	47	41	9
Högskola (25–85 år)	59	54	9
Storstad	66	62	8
Stad	61	56	9
Landsbygd	55	51	8

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Inspelad musik: Genomsnittlig lyssnartid bland lyssnare



Helén Karlsson/Scandinav

Under 2020 var den genomsnittliga lyssnartiden en vanlig dag bland musiklyssnare 9 till 85 år 106 minuter.

15 till 24-åringarna lyssnade längst tid – kortast tid lyssnade de allra yngsta och de allra äldsta.

Män lyssnade i genomsnitt 11 minuter längre på musik än kvinnor.

Lyssnartiden var längre bland låg- än bland högutbildade.

Lyssnartiden var ungefär densamma i storstäderna som på landsbygden.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från **9–79** år till **9–85** år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern **9–79** år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet **9–85** år.

106 minuter – eller en timme och tre kvart. Så länge lyssnade den genomsnittliga musiklyssnaren i åldern 9 till 85 år på inspelad musik en vanlig dag 2020. Den genomsnittliga lyssnartiden inkluderar både strömmad musik via internet och musik inspelad på cd- vinylskiva eller kassettband.

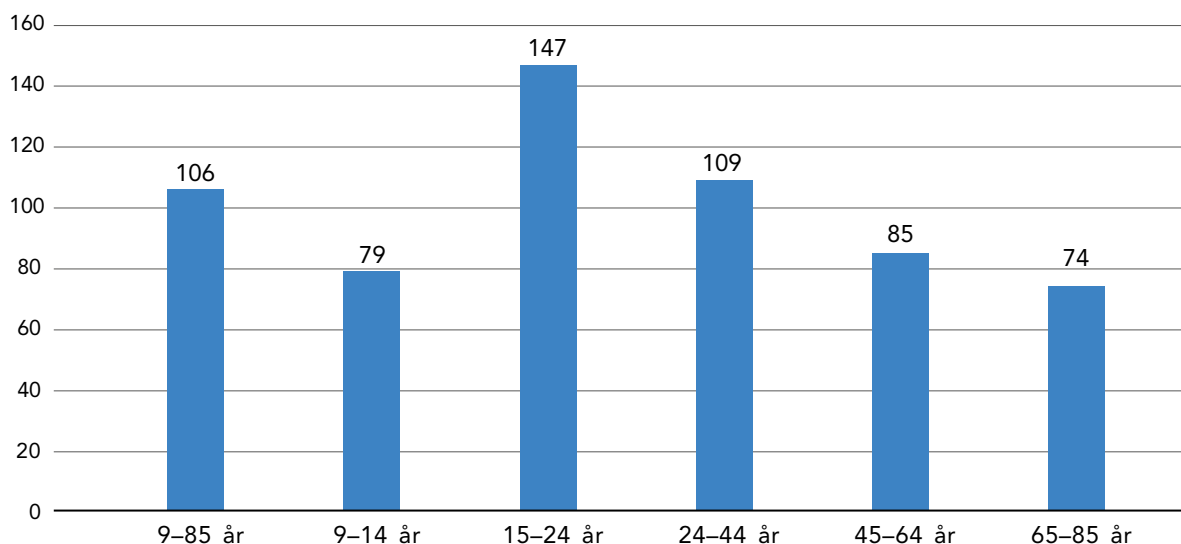
Män som lyssnade på musik lade lite mer tid på musiken än vad kvinnliga lyssnare gjorde, närmare bestämt lyssnade de manliga musiklyssnarna i genomsnitt 11 minuter längre. Under 2020 lyssnade alltså inte bara fler män än kvinnor på musik en genomsnittlig dag (se s. 31), de lade också mer tid på det än vad som var fallet för de kvinnor som lyssnade på musik.

Sambandet mellan räckvidd och lyssnartid återfanns också i relation till ålder. De åldersgrupper som lyssnade mest på musik i fråga om räckvidd, lyssnade också längst tid, och vice versa. För den genomsnittligt längsta lyssnartiden svarade alltså lyssnarna i åldersgruppen 15 till 24 år. Den genomsnittliga lyssnaren i den här gruppen lyssnade under 2020 nästan två och en halv timme (147 minuter) på musik en vanlig dag. I de yngsta och äldsta åldersgrupperna – det vill säga 9 till 14 år respektive 65 till 85 år – begränsades lyssnartiden till omkring en timme och en kvart (79 minuter respektive 74 minuter).

Också mellan olika utbildningsnivåer fanns det en variation när det gäller tiden som lades på musiklyssnande. Musiklyssnare med högskolebakgrund lyssnade i genomsnitt 15 minuter kortare på musik en vanlig dag 2020 än vad som var fallet med lyssnare utan högskolebakgrund.

Skillnaderna i lyssnartid utifrån vart i landet man bor var däremot begränsade. Dock lyssnade musiklyssnare på landsbygd något längre tid jämfört med lyssnare i städer och storstäder.

INSPELAD MUSIK Genomsnittlig lyssnartid bland lyssnare, 9–85 år, 2020 (minuter)



Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

INSPELAD MUSIK Genomsnittlig lyssnartid bland lyssnare, 9–85 år, 2020 (minuter)

Lyssnartid	
Totalt	106
Kvinna	100
Man	111
9–14 år	79
15–24 år	147
25–44 år	109
45–64 år	85
65–85 år	74
Ej högskola (25–85 år)	104
Högskola (25–85 år)	89
Storstad	106
Stad	102
Landsbygd	109
Antal svar	3 652

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).



Rörlig bild: Daglig räckvidd

Susanne Kronholm/Scandinav

92% i befolkningen 9 till 85 år tittade på rörlig bild i någon form en vanlig dag 2020.

Tablålagd tv var vanligast med 57% – för strömmad tv var räckvidden 55%.

Tablålagd tv hade högst räckvidd i gruppen 65 till 85 år – lägst var den i åldern 15 till 24 år. För strömmad tv gällde det omvända.

Youtubes dagliga räckvidd var 80% bland 15 till 24-åringar – i åldern 65 till 85 år var den 16%.

Tablålagd tv hade högst räckvidd bland lågutbildade och på landsbygden. För strömmad tv var det tvärtom.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från 9–79 år till 9–85 år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern 9–79 år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet 9–85 år.

En vanlig dag 2020 tittade i genomsnitt 92 procent av befolkningen mellan 9 och 79 år på rörlig bild i någon form. 84 procent tittade på tv. Det inkluderar tablålagd tv och strömmad tv, eller så kallad video-on-demand (VOD). Med en daglig räckvidd på 56 procent vardera såg lika många på traditionell tablå-tv som strömmad tv i befolkningen. Något färre – 44 procent – tittade på Youtube en vanlig dag och 22 procent tittade på annat rörligt innehåll på nätet. Jämfört med föregående år har räckvidden för rörlig bild ökat. Det gäller för alla former utom tablålagd tv som visar en liten minskning. Ökningen för rörlig bild kan framför allt kopplas till strömmad tv som gick från 47 till 56 procent. Endast 3 procent av befolkningen såg på dvd eller bluray båda åren.

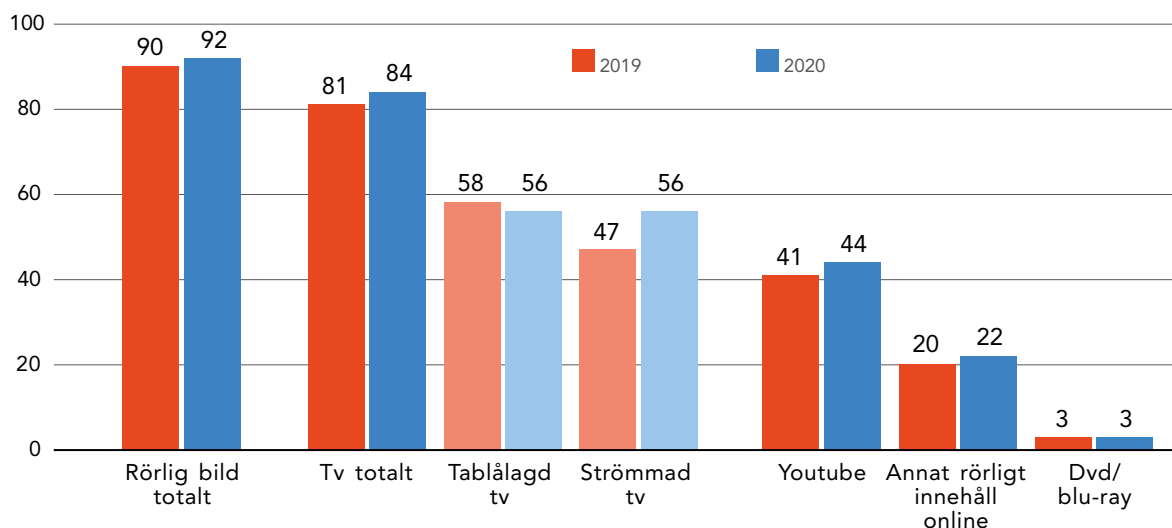
Sett till den samlade räckvidden i befolkningen 9 till 85 år var tv-mediet något mer populärt bland kvinnor än bland män. Det gällde både tablålagd och strömmad tv. Däremot var det en betydligt högre andel av männen som tittade på Youtube jämfört med kvinnor. Också uppdelad på ålder uppvisade den svenska befolkningen relativt små skillnader när det gäller det samlade tittandet på rörlig bild.

Däremot var valet av plattform för tv-tittande tydligt kopplad till ålder. I de tre yngsta åldersgrupperna (9 till 44 år) var det i samtliga fall betydligt fler som tittade på strömmad än på tablålagd tv en vanlig dag 2020. I de två äldsta grupperna (45 till 85 år) gällde istället det omvända. Också Youtubes räckvidd varierade kraftigt mellan åldrarna. Under 2020 tittade 80 procent av 15 till 24-åringar på Youtube en vanlig dag. I åldern 65 till 85 var andelen 16 procent.

När det gäller utbildningsnivå var tittandet på tablå-tv mer utbrett bland personer utan högskoleutbildning, medan tittandet på strömmad tv var mer utbrett bland personer med högskoleutbildning. Den totala räckvidden för tv-mediet var dock ungefär densamma i båda grupperna. Inte heller för Youtubes räckvidd fanns det några egentliga skillnader med avseende på utbildningsnivå under 2020.

Det totala tittandet på rörlig bild skiljde sig inte heller mellan olika delar av landet. Dock var tablå-tv mest populärt på landsbygden, medan strömmad tv var mest populärt i storstäderna. Också räckvidden för Youtube var högre i storstäderna än på landsbygden.

RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 och 2020 (procent)



Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 9–85 år, 2020 (procent)

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... tablålagd	... strömmad	Youtube
Totalt	92	84	57	55	43
Kvinna	92	87	60	56	35
Man	93	81	55	53	52
9–14 år	94	79	40	66	77
15–24 år	93	77	34	68	80
25–44 år	91	80	38	67	51
45–64 år	92	87	71	49	28
65–85 år	96	94	91	29	16
Ej högskola (25–85 år)	93	86	69	43	32
Högskola (25–85 år)	92	85	58	58	35
Storstad	93	85	52	62	46
Stad	93	84	58	54	44
Landsbygd	92	84	62	48	39

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga former av rörlig bild, inte bara de som anges i tabellen.

Rörlig bild: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldern **9 till 14 år** var räckvidden för strömmad tv högre bland flickor än bland pojkar under 2020. Dock var det fler pojkar än flickor som tittade på Youtube. Tv-tittande var populärast i storstäderna, det gäller framför allt strömmad tv.

I gruppen **15 till 24 år** var mönstret att kvinnor i högre utsträckning tittade på tablålagd såväl som strömmad tv i högre grad än män. Däremot såg betydligt fler män på Youtube. Det var små variationer utifrån boendeort, men tablålagd tv hade flest tittare på landsbygd.

Även i gruppen **25 till 44 år** var det väsentligt fler män än kvinnor som tittade på Youtube. Samtidigt var både tablålagd och strömmad tv mer populärt bland kvinnor. Strömmad tv hade högst räckvidd i storstäderna och tablå-tv på landsbygden.

Mönstret med fler manliga Youtube-tittare återfanns också i åldrarna **45 till 64** och **65 till 85**. Strömmad tv var mest utbrett bland högskoleutbildade och bland storstadsbor. För tablålagd tv fanns ett omvänt utbildningsmönster i åldersgruppen 45 till 64 år. I den äldsta gruppen var räckvidden för tablå-tv lika hög bland låg- som bland högutbildade.

RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 9–14 år, 2020 (procent)

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... tablålagd	... strömmad	Youtube
Totalt	94	79	40	66	77
Flicka	92	80	40	71	70
Pojke	95	79	39	60	84
Storstad	96	89	44	81	76
Stad	89	76	39	62	77
Landsbygd	(95)	(75)	(38)	(58)	(78)

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga former av rörlig bild, inte bara de som anges i tabellen. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 15–24 år, 2020 (procent)

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... tablålagd	... strömmad	Youtube
Totalt	93	77	34	68	80
Kvinna	94	85	38	78	76
Man	93	70	31	60	85
15–19 år	95	79	39	70	84
20–24 år	92	75	29	66	76
Storstad	93	78	31	70	79
Stad	96	78	33	70	82
Landsbygd	91	76	38	66	79

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga former av rörlig bild, inte bara de som anges i tabellen.

RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 25–44 år, 2020 (procent)

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... tablålagd	... strömmad	Youtube
Totalt	91	80	38	67	51
Kvinna	90	84	41	70	40
Man	92	75	35	64	63
25–34 år	91	78	32	69	59
35–44 år	91	81	45	65	43
Ej högskola	90	77	42	62	55
Högskola	91	82	37	70	48
Storstad	92	81	34	72	53
Stad	91	79	38	67	55
Landsbygd	89	78	43	61	46

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga former av rörlig bild, inte bara de som anges i tabellen.

RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 45–64 år, 2020 (procent)

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... tablålagd	... strömmad	Youtube
Totalt	92	87	71	49	28
Kvinna	91	87	71	48	20
Man	92	86	70	50	37
45–54 år	91	84	62	54	34
55–64 år	92	90	78	44	22
Ej högskola	93	88	75	43	26
Högskola	91	86	66	54	29
Storstad	92	87	66	56	32
Stad	92	86	71	46	26
Landsbygd	91	87	74	44	25

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga former av rörlig bild, inte bara de som anges i tabellen.

RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 65–85 år, 2020 (procent)

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... tablålagd	... strömmad	Youtube
Totalt	96	94	91	29	16
Kvinna	96	95	93	24	11
Man	95	93	88	33	20
65–74 år	96	94	89	34	17
75–85 år	96	94	93	20	13
Ej högskola	95	94	91	24	14
Högskola	97	94	90	35	18
Storstad	95	93	90	31	16
Stad	97	94	92	33	16
Landsbygd	96	94	90	24	15

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga former av rörlig bild, inte bara de som anges i tabellen.

Rörlig bild: Genomsnittlig tittartid bland tittare



Magnus Fond/Scandinav

Den genomsnittliga tittaren mellan 9 och 85 år spenderade drygt två timmar på tablålagd tv en vanlig dag 2020.

Tittartiden för strömmad tv var en timme i snitt och för Youtube en timme och tio minuter.

Äldre som såg på tablålagd tv spenderade betydligt mer tid än yngre på sitt tittande.

15 till 24-åriga tittare såg längre tid på strömmad tv än på tablålagd tv. Men allra längst tid la de på Youtube.

I alla åldersgrupper utom 25 till 44 år ägnade tittarna längre tid på Youtube än de som tittade på strömmad tv.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från 9–79 år till 9–85 år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern 9–79 år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet 9–85 år.

Tittandet på strömmad tv var under 2020 lika utbrett som tittandet på tablålagd tv i befolkningen 9 till 85 år som helhet. Däremot ägnade de som tittade på tablålagd tv betydligt längre tid åt det än vad som var fallet med tittarna på strömmad tv. Den genomsnittliga tittartiden bland tablå-tv-tittare var drygt två timmar (125 minuter) under 2020. För tittare på strömmad tv rörde det sig om en timme (60 minuter). För Youtube var den genomsnittliga tittartiden bland tittare en timme och tio minuter (70 minuter) vilket var en betydande uppgång jämfört med 2019.

Kvinnliga tittare lade lite längre tid än manliga tittare på tablålagd tv. Kvinnliga tittare lade också mer tid på strömmad tv, alltmedan manliga tittare spenderade mer tid på Youtube jämfört med kvinnliga tittare.

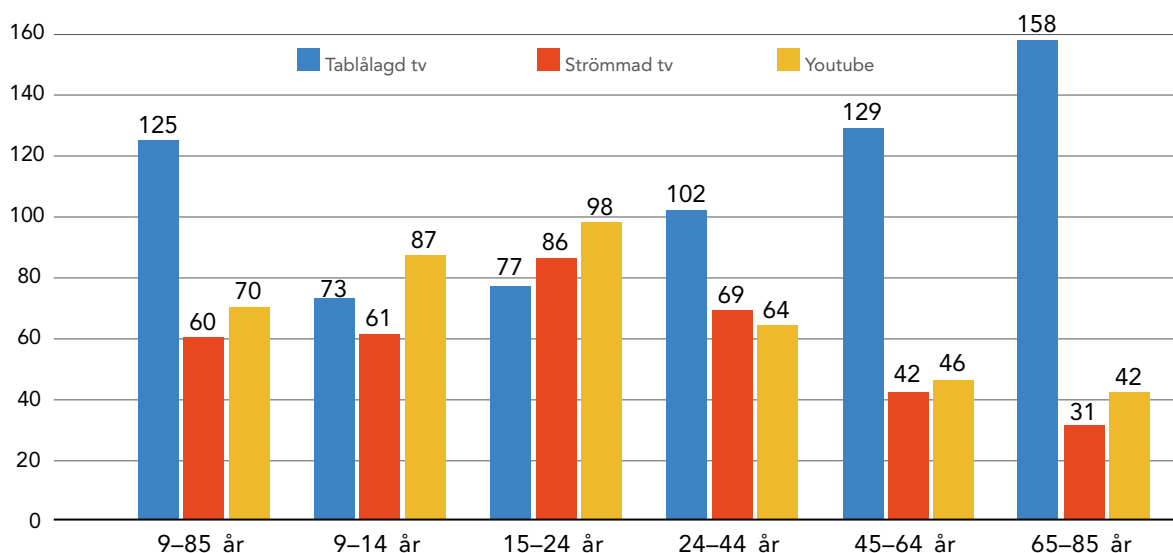
De största skillnaderna i fråga om tittartid fanns dock mellan de olika åldersgrupperna. För tablålagd tv fanns det under 2020 ett tydligt positivt samband mellan stigande ålder och genomsnittlig tittartid. De äldsta 65 till 85 år la dubbelt så lång tid på tablå-tv jämfört med dem under 25 år.

När det gällde strömmad tv och Youtube var mönstret det omvända. Det mest omfattande tittandet fanns i åldern 15 till 24 år. Detta var också den enda åldersgruppen där den genomsnittliga tittartiden för strömmad tv översteg den genomsnittliga tittartiden för tablålagd tv. Tillsammans med de allra yngsta, 9 till 14 år, var det också tittarna i åldersgruppen 15 till 24 år som lade längst tid på att titta på Youtube.

När det gäller skillnaden mellan personer med olika utbildningsnivå var det genomgående mönstret att tittare utan högskoleutbildning lade längre tid på sitt tittande än vad som var fallet inom gruppen med högskoleutbildning. Det gällde framför allt för tittare på tablålagd tv.

Tittartiden för olika plattformar för rörlig bild varierade också mellan olika delar av landet. I storstäderna var den genomsnittliga tittartiden kortare för både tablålagd tv och Youtube jämfört med i resten av landet. För strömmad tv var tittartiden kortare i storstad och landsbygd jämfört med städer.

RÖRLIG BILD Genomsnittlig tittartid bland tittare, 9–85 år, 2020 (minuter)



Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

RÖRLIG BILD Genomsnittlig tittartid bland tittare, 9–85 år, 2020 (minuter)

	Tablålagd tv	Strömmad tv	Youtube
Totalt	125	60	70
Kvinna	128	66	60
Man	122	54	77
9–14 år	73	61	87
15–24 år	77	86	98
25–44 år	102	69	64
45–64 år	129	42	46
65–85 år	158	31	42
Ej högskola (25–85 år)	147	58	60
Högskola (25–85 år)	118	50	52
Storstad	121	58	66
Stad	130	66	73
Landsbygd	126	58	72
Antal svar	3 441	3 674	2 591

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Tv-kanaler: Daglig räckvidd



Karl Forsberg/Scandinav

45% i åldern 9 till 85 år tittade på någon av SVT:s tv-kanaler en vanlig dag 2020 – 39% tittade på TV4.

Bland SVT:s kanaler var räckvidden 42% för SVT1 – 25% tittade på SVT2.

Fler män än kvinnor tittade på SVT2 och Kunskapskanalen – för TV4 gällde det omvända.

För såväl SVT1 och SVT2 som TV4 ökade räckvidden kraftigt med stigande ålder.

För framför allt TV4 men också SVT1 var räckvidden högst bland lågutbildade och utanför storstäderna.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökats från **9–79** år till **9–85** år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern **9–79** år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet **9–85** år.

Med en daglig räckvidd i befolkningen 9 till 79 år på 41 procent var SVT1 landets mest populära tv-kanal under 2020. Nästan lika stor räckvidd – 38 procent – hade TV4. Tredjeplatsen intogs av SVT2 med 24 procent och fjärdeplatsen av Kanal 5 med 12 procent. Ingen annan kanal nådde under 2020 en räckvidd över 10 procent. Public service-bolaget Sveriges Televisions (SVT) totalt fem tv-kanaler hade under 2020 en samlad räckvidd på 45 procent. Förändringarna mellan 2019 och 2020 var mycket små eller obefintliga för samtliga kanaler. "Störst" förändring under 2020 uppvisade tittande på sportkanal som minskade med 2 procentenheter jämfört med året före.

I befolkningen 9 till 85 år varierade tittandet på SVT:s kanaler i relativt liten utsträckning mellan kvinnor och män. Något fler män än kvinnor tittade på SVT2 och Kunskapskanalen. För den största kommersiella tv-kanalen TV4 gällde istället det omvända. Här var tittandet mer utbrett bland kvinnor.

Räckvidden för SVT:s samlade kanalutbud varierade under 2020 kraftigt mellan åldrarna. Högst räckvidd – 84 procent – uppmättes i gruppen 65 till 85 år. Lägst – 20 procent – var räckvidden i åldern 15 till 24 år.

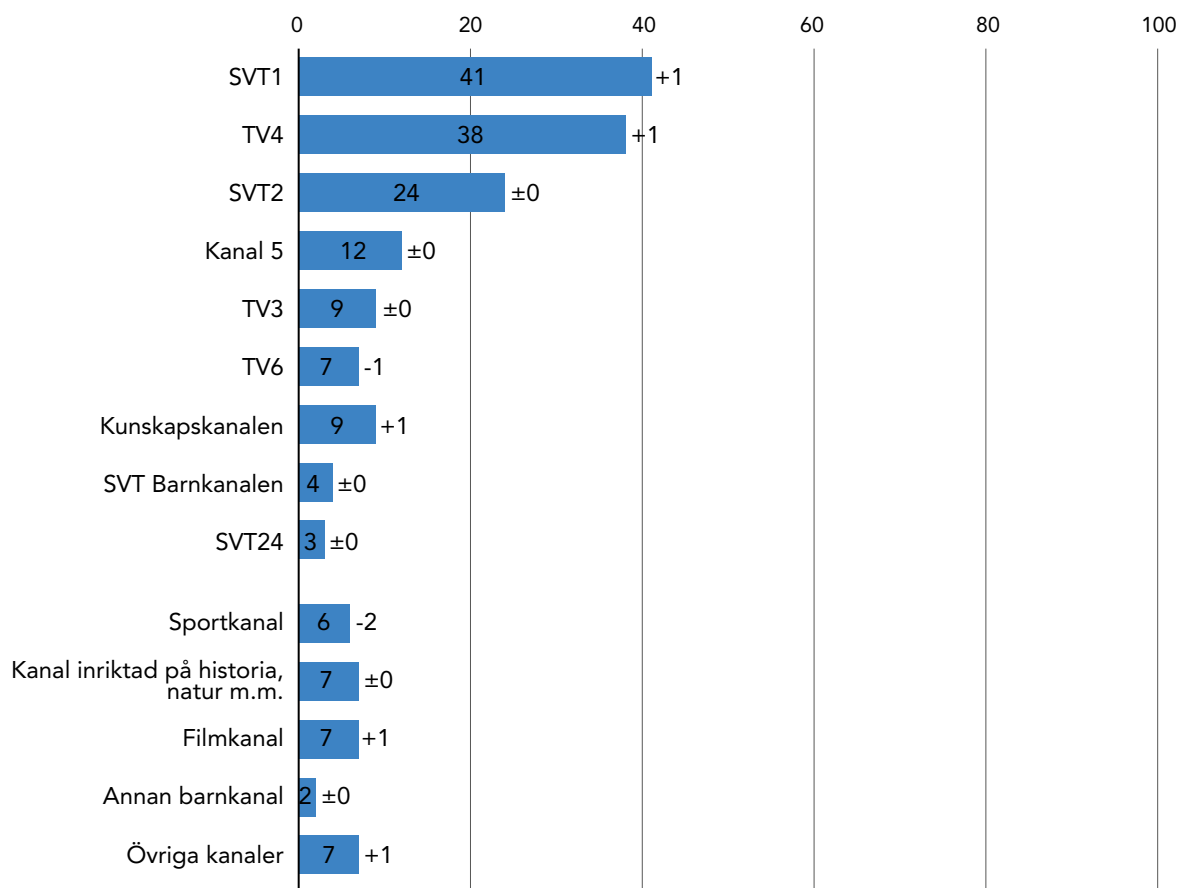
För såväl SVT1 och SVT2 som TV4 var räckvidden relativt likvärdig i de tre yngsta åldersgrupperna (9 till 44 år), för att därefter öka kraftigt. I samtliga fall återfanns de högsta räckviddstalen i den äldsta åldersgruppen.

SVT:s särskilda barnkanal SVTB hade under 2020 en daglig räckvidd i åldersgruppen 9 till 14 år på 7 procent, samma som i gruppen 25 till 44 år. För Kunskapskanalen (som sänds i samverkan med Sveriges Utbildningsradio, UR) fanns det en kraftig slagsida mot den äldsta åldersgruppen. Kunskapskanalen hade under 2020 en daglig räckvidd på 23 procent i åldern 65 till 85 år, vilket kan jämföras med mindre än 4 procent i åldersgrupperna under 45 år.

Personer utan högskolestudier var generellt sett överrepresenterade i fråga om dagligt tittande på de största svenska tv-kanalerna. Det gällde framför allt TV4.

Både SVT1 och TV4 hade under 2020 en lägre räckvidd i storstäderna jämfört med i övriga landet. För SVT:s övriga fyra kanaler fanns det dock ingen motsvarande geografisk skillnad.

TV-KANALER Daglig räckvidd, **9–79 år**, 2020 (procent samt förändring jämfört med 2019 i procentenheter)



Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

TV-KANALER Daglig räckvidd, **9–85 år**, 2020 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	45	42	25	9	4	3	39
Kvinna	47	43	23	8	4	2	41
Man	44	41	27	11	4	3	37
9–14 år	25	20	7	3	7	2	21
15–24 år	20	18	7	2	2	1	21
25–44 år	26	23	11	4	7	2	24
45–64 år	58	54	35	12	2	3	49
65–85 år	84	81	53	23	2	6	66
Ej högskola (25–85 år)	55	52	32	14	4	4	52
Högskola (25–85 år)	49	46	29	10	4	2	37
Storstad	42	39	25	9	4	3	33
Stad	46	43	25	9	4	3	39
Landsbygd	48	45	26	10	4	3	45

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Kunskapskanalen.

Tv-kanaler: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

Det var under 2020 små skillnader mellan flickor och pojkar för tv-kanalernas dagliga räckvidd i åldern **9 till 14 år**. Både SVT och TV4 hade däremot en högre räckvidd i storstäder.

I åldern **15 till 24 år** var skillnaden mellan könen större, kvinnor tittade i högre utsträckning på SVT än vad män gjorde. I gruppen fanns också skillnader mellan de yngsta och de äldsta. För både SVT och TV4 var gruppen 20 till 24 år den enskilda åldersgruppen med lägst daglig räckvidd.

I gruppen **25 till 44-åringar** var TV4 största kanal bland kvinnorna. Räckvidden för SVT och TV4 var betydligt lägre bland de yngre i gruppen. SVT:s räckvidd visade inga skillnader relaterade till utbildning och boendeort. För TV4 var räck-

vidden däremot högre bland personer utan högskoleutbildning och på landsbygd.

Liksom i den yngre gruppen var TV4:s räckvidd högre bland ej högskoleutbildade och på landsbygd bland **45 till 64-åringar**. Det var små skillnader mellan kvinnor och män, undantaget att män i större utsträckning tittade på SVT2 och Kunskapskanalen. Den äldre delen av gruppen tittade i högre grad på samtliga kanaler.

SVT2:s högre räckvidd bland män gällde också i gruppen **65 till 85 år**. Kanalen hade också en jämförelsevis hög andel tittare med högskolebakgrund och i storstäder. I åldersgruppen hade TV4 en stark ställning bland kvinnor, ej högskoleutbildade och på landsbygden.

TV-KANALER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2020 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	25	20	7	3	7	2	21
Flicka	26	20	5	1	8	2	20
Pojke	24	20	10	4	6	1	22
Storstad	30	21	11	4	11	2	23
Stad	26	24	6	1	5	2	17
Landsbygd	(20)	(16)	(6)	(3)	(6)	(1)	(22)

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Kunskapskanalen. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

TV-KANALER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2020 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	20	18	7	2	2	1	21
Kvinna	23	20	7	2	3	1	22
Man	18	16	7	3	1	2	20
15–19 år	24	20	7	2	3	2	24
20–24 år	16	15	6	2	1	1	17
Storstad	21	18	8	2	2	3	19
Stad	17	15	5	3	1	1	20
Landsbygd	22	19	6	1	2	1	23

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Kunskapskanalen.

TV-KANALER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2020 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	26	23	11	4	7	2	24
Kvinna	27	24	9	3	7	1	27
Man	25	22	13	5	6	2	22
25–34 år	20	18	6	3	4	2	20
35–44 år	32	28	16	5	10	2	28
Ej högskola	26	22	13	5	8	2	28
Högskola	26	24	10	3	6	1	22
Storstad	25	23	11	4	5	1	20
Stad	25	22	11	4	8	3	25
Landsbygd	27	23	11	3	8	1	29

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Kunskapskanalen.

TV-KANALER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2020 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	58	54	35	12	2	3	49
Kvinna	58	54	32	9	1	2	50
Man	58	54	38	15	3	4	48
45–54 år	47	43	27	8	3	2	41
55–64 år	67	65	41	15	1	4	57
Ej högskola	58	54	34	14	2	4	57
Högskola	58	54	35	10	2	2	42
Storstad	55	52	36	12	2	3	43
Stad	60	56	33	9	2	2	48
Landsbygd	59	55	35	13	2	3	56

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Kunskapskanalen.

TV-KANALER Daglig räckvidd, 65–85 år, 2020 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	84	81	53	23	2	6	66
Kvinna	85	82	49	22	2	6	70
Man	83	81	57	24	1	6	62
65–74 år	83	80	49	20	2	5	65
75–85 år	85	83	59	28	1	7	68
Ej högskola	82	80	49	23	2	6	69
Högskola	87	84	58	24	1	5	61
Storstad	86	83	58	24	1	5	62
Stad	85	82	53	25	3	7	67
Landsbygd	83	80	49	22	1	6	68

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Kunskapskanalen.

Strömningstjänster: Daglig räckvidd

360You Photography/Scandinav

55% av befolkningen 9 till 85 år tittade på strömmad tv en vanlig dag 2020.

Netflix var den mest populära strömningstjänsten med en daglig räckvidd på 34%.

Räckvidden för den största svenska strömningstjänsten SVT play var 22%.

Netflix hade högst räckvidd i åldersgruppen 15 till 24 år – SVT play nådde flest i åldern 25 till 64 år.

Både Netflix och SVT play hade flest tittare bland högutbildade och i storstäderna.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från 9–79 år till 9–85 år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern 9–79 år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet 9–85 år.

En genomsnittlig dag 2020 tittade över hälften – 56 procent – av befolkningen 9 till 79 år på någon strömningstjänst för rörlig bild. Högst daglig räckvidd, med 35 procent, hade Netflix, följt av SVT play med 23 procent. Viaplay/Viafree och C More/TV4 play hade en räckvidd på 13 respektive 12 procent. För HBO Nordic var den dagliga räckvidden 5 procent. Jämfört med 2019 ökade tittandet på strömmad tv med 9 procentenheter under 2020. Störst ökning hade Netflix (+6 procentenheter) medan de svenska tjänsterna SVT play, Viasat/Viafree och C More/TV4 play ökade med några procentenheter.

Kvinnor och män i åldersgruppen 9 till 85 år tittade ungefär lika mycket på strömmad tv under 2020. Undantaget var SVT play som hade en något högre andel kvinnliga tittare.

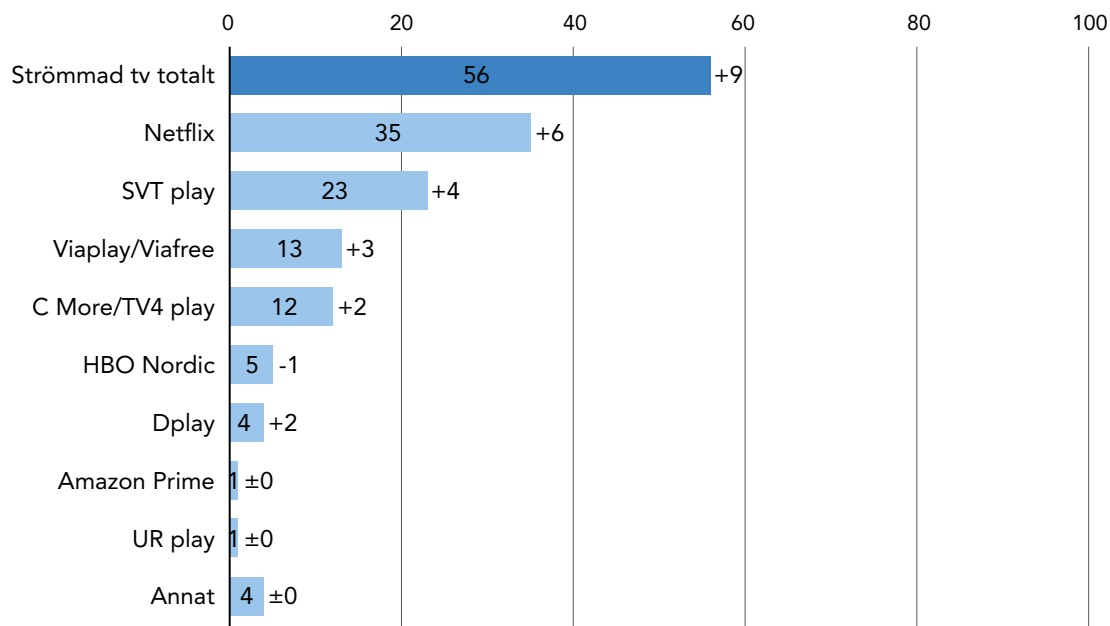
Högst andel dagliga tittare på strömmad tv fanns i åldersgrupperna upp till 45 år. Lägst andel tittare hade gruppen 65 till 85 år. I alla åldersgrupper under 45 år hade Netflix störst andel tittare. Allra störst var räckvidden i gruppen 15 till 24 år. Här såg över hälften, eller 55 procent, på Netflix en vanlig dag. Den äldsta åldersgruppen var den åldersgrupp där SVT play var den avgjort största strömningstjänsten, men Netflix var näst populärast.

SVT play hade överlag en jämn spridning i olika åldersgrupper under 2020. SVT play var också den enda av de större strömningstjänsterna som var helt gratis att ta del av. Högst andel tittare hade SVT play i åldern 25 till 44 år. Svagast ställning, relativt sett, hade SVT play i åldern 15 till 24 år. I den åldersgruppen hade inte bara Netflix, utan också Viaplay/Viasat, en högre daglig räckvidd än SVT play.

Tittandet på strömmad tv var i allmänhet mer utbrett bland personer med högskoleutbildning än bland personer utan. Det gällde i synnerhet för Netflix och SVT play. För Viaplay/Viafree och C More/TV4 play fanns det däremot inga skillnader i den dagliga räckvidden med avseende på utbildningsnivå.

Storstadsbor tittade i högre utsträckning på strömmad tv än vad som var fallet med personer på landsbygden. Det gällde framför allt Netflix, men också – fast i någon lägre grad – SVT play.

STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–79 år, 2020 (procent samt förändring jämfört med 2019 i procentenheter)



Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2020 (procent)

	Totalt*	Netflix	SVT play	Viaplay/ Viafree	C More/ TV4 play
Totalt	55	34	22	12	11
Kvinna	56	33	24	13	13
Man	53	34	20	11	10
9–14 år	66	51	21	14	10
15–24 år	68	55	14	23	11
25–44 år	67	45	26	16	13
45–64 år	49	24	25	8	13
65–85 år	29	10	19	3	7
Ej högskola (25–85 år)	43	24	18	10	12
Högskola (25–85 år)	58	32	29	10	12
Storstad	62	39	27	11	12
Stad	54	33	22	14	12
Landsbygd	48	30	18	12	11

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga strömningstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

Strömningstjänster: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldern **9 till 14 år** tittade flickor mer på strömmad tv under 2020 än vad pojkar gjorde. Det gällde framför allt Netflix och i viss mån Viaplay/Viafree. I åldersgruppen var också tittandet på strömmad tv, framför allt Netflix, högre i storstäder.

Samma mönster präglade också gruppen **15 till 24 år**. Inte minst hade Netflix en betydligt starkare ställning bland kvinnor än bland män. Det gällde också för Viaplay/Viafree.

I åldern **25 till 44 år** var skillnaderna i räckvidd mellan könen annorlunda. SVT play och C More/TV4 play nådde fler kvinnor än män. I jämförelse med de andra strömningstjänsterna hade SVT play

också en relativt sett hög andel tittare med högskoleutbildning i den här åldersgruppen.

I åldersgruppen **45 till 64 år** var skillnaderna i tittandet mellan könen jämförelsevis små. Däremot var räckvidden väsentligt högre i gruppen 45 till 54 år än vad den var i gruppen 55 till 64 år. Både Netflix och SVT play hade större andel tittare bland högutbildade och i storstad.

I den äldsta åldersgruppen, **65 till 85 år**, tittade män mer på strömmad tv än vad kvinnor gjorde. Det här var också den åldersgrupp där utbildningsnivå hade störst betydelse för räckvidden för strömmad tv. För SVT play var andelen tittare betydligt lägre utanför städerna.

STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2020 (procent)

	Totalt*	Netflix	SVT play	Viaplay/ Viafree	C More/ TV4 play
Totalt	66	51	21	14	10
Flicka	71	55	21	16	9
Pojke	60	46	22	13	11
Storstad	81	57	26	13	11
Stad	62	46	23	20	7
Landsbygd	(58)	(49)	(17)	(12)	(11)

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga strömningstjänster, inte bara de som nämns i tabellen. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2020 (procent)

	Totalt*	Netflix	SVT play	Viaplay/ Viafree	C More/ TV4 play
Totalt	68	55	14	23	11
Kvinna	78	60	17	29	14
Man	60	50	11	16	7
15–19 år	70	59	14	23	11
20–24 år	66	50	13	22	10
Storstad	70	57	15	18	9
Stad	70	54	12	28	12
Landsbygd	66	53	14	23	10

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga strömningstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2020 (procent)

	Totalt*	Netflix	SVT play	Viaplay/ Viafree	C More/ TV4 play
Totalt	67	45	26	16	13
Kvinna	70	45	30	17	17
Man	64	44	21	15	10
25–34 år	69	48	24	16	15
35–44 år	65	41	28	16	12
Ej högskola	62	43	19	20	13
Högskola	70	45	31	14	14
Storstad	72	49	32	15	13
Stad	67	44	23	18	15
Landsbygd	61	39	19	16	13

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga strömningstjänster, inte bara de som nämns i tabellen..

STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2020 (procent)

	Totalt*	Netflix	SVT play	Viaplay/ Viafree	C More/ TV4 play
Totalt	49	24	25	8	13
Kvinna	48	23	27	8	14
Man	50	27	22	10	12
45–54 år	54	29	24	10	12
55–64 år	44	20	26	7	13
Ej högskola	43	22	20	8	13
Högskola	54	27	30	9	12
Storstad	56	29	31	8	14
Stad	46	22	24	9	13
Landsbygd	44	22	21	8	12

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga strömningstjänster, inte bara de som nämns i tabellen..

STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 65–85 år, 2020 (procent)

	Totalt*	Netflix	SVT play	Viaplay/ Viafree	C More/ TV4 play
Totalt	29	10	19	3	7
Kvinna	24	7	18	2	6
Man	33	12	21	4	8
65–74 år	34	13	22	3	9
75–85 år	20	4	15	3	4
Ej högskola	24	8	16	3	8
Högskola	35	12	24	3	6
Storstad	31	10	22	2	6
Stad	33	10	24	4	8
Landsbygd	24	9	14	4	7

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga strömningstjänster, inte bara de som nämns i tabellen..

Dagstidning: Daglig räckvidd



Pia Isaksson/Scandinav

68% i åldern 9 till 85 år läste någon dagstidning, digitalt eller på papper, en vanlig dag 2020.

55% läste dagstidning digitalt – 28% läste på papper.

Högst räckvidd hade dagstidningen i åldern 65 till 85 år – lägst var den i åldern 9 till 14 år.

65 till 85-åringarna var också den enda åldersgruppen där dagstidningen hade högre räckvidd på papper än digitalt.

Dagstidningens digitala räckvidd var högst i storstäderna och lägst på landsbygden. För papperstidningen gällde det omvända.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från 9–79 år till 9–85 år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern 9–79 år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet 9–85 år.

Under 2020 tog 56 procent i befolkningen 9 till 79 år del av en digital dagstidning en vanlig dag. Med dagstidning menas här såväl prenumererade morgontidningar som kvällstidningar och gratistidningar. I siffrorna ingår läsning på papper, på webben, via app eller via e-tidning. Under 2019 tog 48 procent del av en digital dagstidning en vanlig dag. Det innebär att den digitala dagstidningsläsningen ökade med 8 procentenheter under 2020. Däremot minskade andelen läsare av en dagstidning på papper från 31 procent 2019 till 27 procent 2020.

I åldersgruppen 9 till 85 år läste 68 procent av befolkningen en dagstidning en vanlig dag. Huvuddelen, 55 procent, läste tidningen digitalt. För dagstidningen på papper var räckvidden en vanlig dag 28 procent.

Bakom räckvidden för befolkningen som helhet döljer sig stora skillnader mellan olika grupper. Kvinnors tidningsläsning skilde sig dock inte från männens.

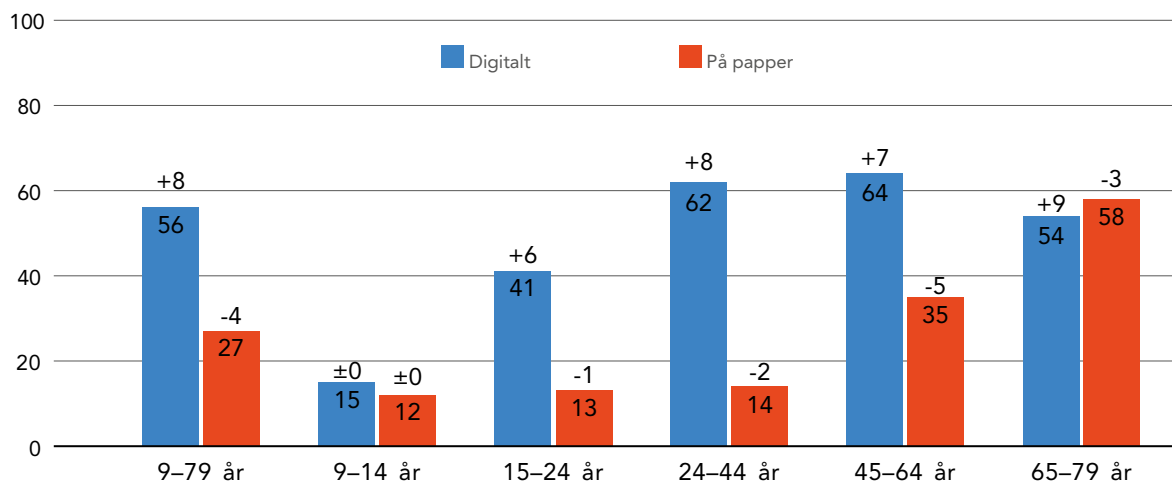
De största skillnaderna i tidningsläsningen hade istället att göra med ålder. Det fanns under 2020 ett tydligt samband mellan den totala räckvidden för dagstidningen och stigande ålder. I åldersgruppen 65 till 85 år läste 84 procent en dagstidning en vanlig dag. I åldern 9 till 14 år var andelen 24 procent.

Sambandet med ålder gällde både för läsning digitalt och på papper. Undantaget var digital läsning i åldersgruppen 65 till 85 år som läste den digitala tidningen i lägre utsträckning än i åldersgruppen närmast under. I samtliga åldersgrupper utom bland de äldsta lästes också dagstidningen digitalt i större utsträckning än på papper. Åldersgruppen 65 till 85 år är den enda grupp där läsning av en tidning på papper är vanligare än digital läsning. I övriga åldrar dominerade den digitala läsningen. I grupperna mellan 25 och 64 år läste något över 60 procent en digital dagstidning en vanlig dag 2020. I dessa grupper hade också papperstidningen en mycket svag ställning.

Den samlade räckvidden för dagstidningen var något högre bland personer med högskoleutbildning än bland personer utan. Skillnaden förklaras uteslutande av en högre räckvidd för den digitala dagstidningen bland högutbildade. När det gäller räckvidden för tryckta dagstidningar var skillnaderna små mellan utbildningsnivåerna.

Dagstidningens samlade räckvidd var högre i storstäderna än på landsbygden. Det berodde framför allt på att den digitala dagstidningen hade en starkare ställning i storstäderna jämfört med landsbygden. För papperstidningen gällde istället det omvända förhållandet.

DAGSTIDNING Daglig räckvidd, **9–79 år**, 2020 (procent samt förändring jämfört med 2019 i procentenheter)



Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar.

DAGSTIDNING Daglig räckvidd, **9–85 år**, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	68	55	28
Kvinna	69	55	29
Man	67	55	27
9–14 år	24	15	12
15–24 år	47	41	13
25–44 år	67	62	14
45–64 år	78	64	35
65–85 år	84	51	58
Ej högskola (25–85 år)	72	54	34
Högskola (25–85 år)	79	66	31
Storstad	71	61	24
Stad	70	57	31
Landsbygd	64	47	30

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar.

Dagstidning: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

Gruppen **9 till 14 år** var den enskilda åldersgrupp som under 2020 hade jämnast fördelning mellan tidningsläsare på papper och digitalt.

I åldern **15 till 24 år** var däremot de digitala läsarna i klar majoritet. Det gällde både bland kvinnor och män. Läsningen av digitala dagstidningar var även i den här gruppen betydligt mer utbredd i storstäderna än på landsbygden.

Bland **25 till 44-åringarna** var det små skillnader mellan kvinnors och mäns läsning av digitala dagstidningar. För papperstidningar gällde det samma. Räckvidden för digitala dagstidningar var högst bland högutbildade och i storstäderna.

I gruppen **45 till 64 år** var skillnaderna utifrån utbildningsnivå och boendeort något mindre framträdande. Det var små skillnader mellan kvinnors och mäns läsning av dagstidningar. Något fler kvinnor än män läste dagstidning på papper.

I den äldsta gruppen, **65 till 85 år**, fanns det fler läsare bland män än bland kvinnor. Det förklaras av männens högre andelar för digital läsning. Den mest utbredda tidningsläsningen fanns bland högutbildade. Lägst andel fanns i landsbygd.

DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 9–14 år, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	24	15	12
Flicka	23	15	8
Pojke	25	13	16
Storstad	24	14	12
Stad	25	18	11
Landsbygd	(24)	(13)	(14)

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 15–24 år, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	47	41	13
Kvinna	49	42	12
Man	46	39	14
15–19 år	43	33	15
20–24 år	53	48	10
Storstad	53	46	12
Stad	49	44	12
Landsbygd	40	31	14

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar.

DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 25–44 år, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	67	62	14
Kvinna	69	63	15
Man	65	60	12
25–34 år	61	57	10
35–44 år	73	67	18
Ej högskola	59	54	14
Högskola	73	68	14
Storstad	71	67	12
Stad	68	63	15
Landsbygd	61	53	15

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar.

DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 45–64 år, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	78	64	35
Kvinna	79	64	37
Man	76	65	32
45–54 år	76	67	28
55–64 år	79	62	41
Ej högskola	75	61	34
Högskola	80	68	35
Storstad	80	71	31
Stad	81	67	39
Landsbygd	74	57	35

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar.

DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 65–85 år, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	84	51	58
Kvinna	81	45	58
Man	87	56	59
65–74 år	86	58	56
75–85 år	81	38	62
Ej högskola	81	45	56
Högskola	88	59	62
Storstad	86	55	60
Stad	86	55	60
Landsbygd	81	44	56

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar.

Dagstidning: Genomsnittlig läsartid bland läsare



Lisa Wikstrand/Scandinav

I åldersgruppen 9 till 85 år var den genomsnittliga läsartiden 2020 bland läsare en dryg halvtimme – oavsett plattform.

Män läste den digitala tidningen något längre än vad kvinnor gjorde – papperstidningen läste kvinnliga och manliga läsare lika länge.

Läsare i åldern 65 till 85 år spenderade mest tid på tidningen – oavsett plattform.

Högutbildade och lågutbildade läste tidningen lika länge.

Läsare i storstäderna ägnade längre tid åt dagstidningen än läsare på landsbygden.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från 9–79 år till 9–85 år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern 9–79 år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet 9–85 år.

Läsare av digitala respektive tryckta dagstidningar spenderade en vanlig dag 2020 ungefär lika lång tid på att läsa tidningen. Den genomsnittliga dagstidningsläsaren 9 till 85 år ägnade 33 minuter åt att läsa digitala dagstidningar en vanlig dag. Den genomsnittliga papperstidningsläsaren spenderade i snitt 35 minuter.

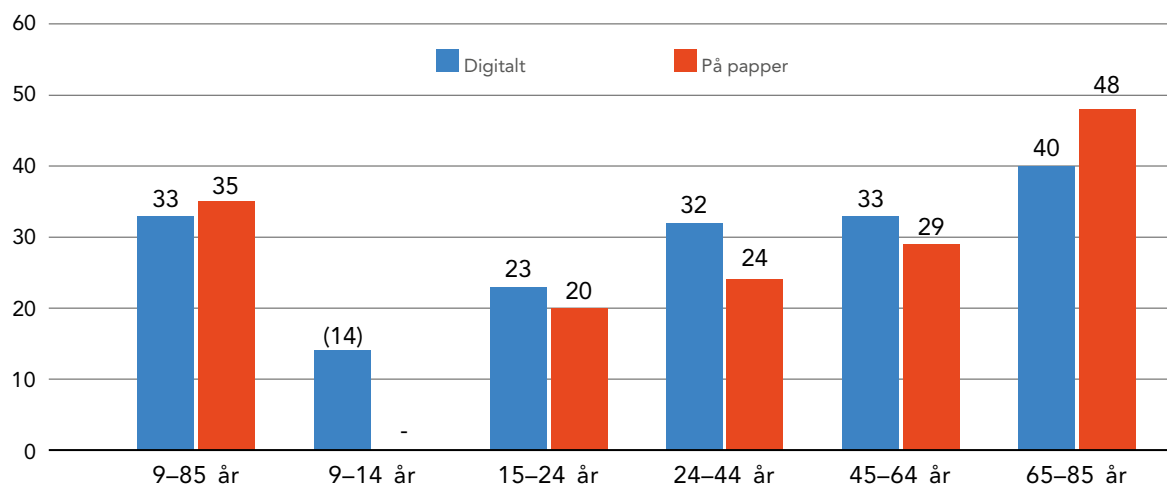
Manliga digitaltidningsläsare ägnade något längre tid åt att läsa dagstidningen än vad som var fallet med kvinnliga digitaltidningsläsare. För papperstidningen fanns det däremot ingen skillnad mellan kvinnliga och manliga läsare.

Däremot fanns det också med avseende på läsartid betydande skillnader mellan åldrarna. Dagstidningen hade under 2020 inte bara högre räckvidd i de äldsta åldersgrupperna (se s. 49). Äldre tidningsläsare ägnade också mer tid åt tidningen än vad yngre läsare gjorde. Det gällde både digitala och tryckta tidningar. Den genomsnittliga tidningsläsaren i åldern 65 till 85 år spenderade under 2020 40 minuter på digitala dagstidningar och 48 minuter på tryckta. I åldern 15 till 24 år var motsvarande användningstider 23 respektive 20 minuter. Digitala tidningsläsare spenderade alltså mer tid på sin läsning än vad som var fallet bland papperstidningsläsarna i den här åldersgruppen. Samma förhållande gällde i ännu högre grad i åldersgruppen 25 till 44 år.

Mellan utbildningsnivåerna fanns det under 2020 inga motsvarande skillnader i fråga om läsartid bland läsare. Högutbildade tidningsläsare spenderade lika mycket tid i snitt på att läsa tidningen som var fallet med lågutbildade. Det gällde både digitala och tryckta dagstidningar.

När det gäller skillnader mellan olika delar av landet så var den genomsnittliga läsartiden av både digitala och tryckta dagstidningar lägst på landsbygden. När det gäller tryckta dagstidningar var läsartiden längst i storstäderna.

DAGSTIDNING Genomsnittlig läsartid bland läsare, 9–85 år, 2020 (minuter)



Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-"Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

DAGSTIDNING Genomsnittlig läsartid bland läsare, 9–85 år, 2020 (minuter)

	Digitalt	På papper
Totalt	33	35
Kvinna	31	35
Man	34	35
9–14 år	(14)	-
15–24 år	23	20
25–44 år	32	24
45–64 år	33	29
65–85 år	40	48
Ej högskola (25–85 år)	33	36
Högskola (25–85 år)	35	37
Storstad	35	39
Stad	32	35
Landsbygd	30	31
Antal svar	3 298	1 693

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-"Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

Morgontidning: Daglig räckvidd

Sara Danielsson/Scandinav

53% i åldersgruppen 9 till 85 år läste någon morgontidning, på papper eller digitalt, en vanlig dag 2020.

Det var fler som läste morgontidningen digitalt än på papper.

Papperstidningen hade högst räckvidd i åldern 65 till 85 år – digitalt var räckvidden högst i åldern 45 till 64 år.

Den digitala morgontidningen hade högre räckvidd bland högutbildade än bland lågutbildade.

Räckvidden för digital morgontidning var högst i storstäderna – samtidigt var det här som räckvidden på papper var lägst.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från 9–79 år till 9–85 år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern 9–79 år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet 9–85 år.

I åldersgruppen 9 till 79 år tog 37 procent del av en av en digital morgontidning 2020. Med morgontidning räknas här både prenumererade och gratisutdelade nyhetstidningar (men inte kvällstidningar). Jämfört med 2019 ökade andelen morgontidningsläsare med 6 procentenheter. Den största ökningen märktes i åldersgruppen 65 till 79 år, här ökade andelen digitala läsare med 9 procentenheter, från 32 till 41 procent. Under 2020 minskade andelen läsare av en morgontidning på papper med 4 procentenheter, från 29 procent till 25 procent. Den största minskningen återfanns i gruppen 45 till 64 år.

En genomsnittlig dag 2020 läste drygt hälften – 53 procent – av befolkningen 9 till 85 år en morgontidning. Det var fler som läste den digitala morgontidningen än den tryckta tidningen. 37 procent av befolkningen läste en digital morgontidning, medan 26 procent läste en morgontidning på papper. De flesta läsarna läste antingen enbart på papper eller enbart digitalt. Enbart en av tio, eller 10 procent, av befolkningen 9 till 85 år läste både någon tryckt och någon digital morgontidning en vanlig dag 2020.

Den samlade räckvidden för morgonpressen var ungefär lika stor bland kvinnor som bland män.

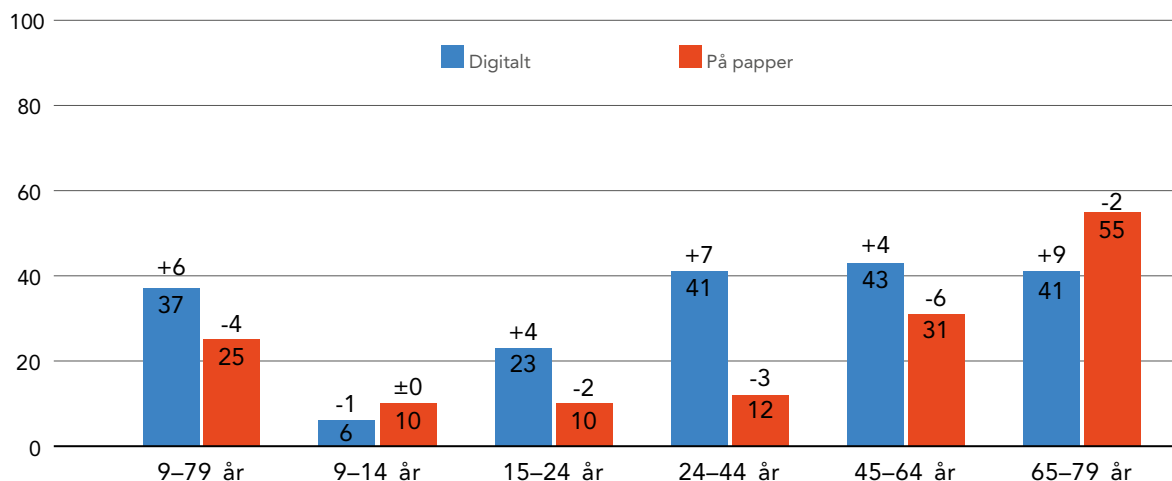
När det gäller den totala räckvidden för morgontidningen fanns däremot ett mycket tydligt positivt samband med ålder. I åldersgruppen 9 till 14 år nådde morgontidningen 15 procent en vanlig dag 2020, på papper eller digitalt. I den äldsta gruppen, 65 till 85 år, var räckvidden 77 procent.

Sambandet med ålder gällde i första hand morgontidningen på papper. Med undantag för personer under 25 år, där räckvidden var jämförelsevis låg, lästes morgontidningen digitalt i ungefär lika hög utsträckning oavsett ålder. Allra mest utbredd var läsningen av digital morgontidning i åldersgruppen 45 till 64 år: Här uppgick räckvidden under 2020 till 43 procent.

Morgontidningen lästes i högre grad av personer med högskoleutbildning. Skillnaden mellan utbildningsnivåerna förklaras av en lägre utbredning av den digitala läsningen bland personer utan högskoleutbildning. Morgontidningen på papper hade lika hög räckvidd bland hög- som bland lågutbildade.

Den totala räckvidden för morgontidningen varierade relativt lite mellan olika delar av landet. Stadsborna märkte dock ut sig genom en hög räckvidd för digital morgontidning och en låg räckvidd för morgontidning på papper.

MORGONTIDNING Daglig räckvidd, **9–79 år**, 2020 (procent samt förändring jämfört med 2019 i procentenheter)



Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar.

MORGONTIDNING Daglig räckvidd, **9–85 år**, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	53	37	26
Kvinna	54	36	27
Man	52	37	25
9–14 år	15	6	10
15–24 år	30	23	10
25–44 år	48	41	12
45–64 år	62	43	31
65–85 år	77	38	56
Ej högskola (25–85 år)	55	34	31
Högskola (25–85 år)	65	49	29
Storstad	55	42	22
Stad	56	39	28
Landsbygd	50	30	27

Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar.

Morgontidning: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldersgruppen **9 till 14 år** var räckvidden högre för tryckta morgontidningar än för digitala. Pojkar läste tryckta morgontidningar i något högre utsträckning än flickor 2020.

I åldersgruppen **15 till 24 år** märktes skillnader mellan den yngre och äldre halvan av gruppen. De äldre läste en digital tidning i större utsträckning än de yngre och det omvända förhållandet gällde papperstidningar. Läsningen av digitala morgontidningar var väsentligt mer utbredd i städerna än på landsbygden.

I gruppen **25 till 44 år** överskuggades skillnaderna utifrån boendeort av utbildningsfaktorn. Morgontidningens räckvidd var avsevärt högre bland personer med högskoleutbildning än bland personer utan. Det förklaras av den högre digitala läsningen.

Betydelsen av utbildningsnivå bestod, fast något mindre markant, i åldern **45 till 64 år**. Både tryckt och digital morgontidning hade en högre räckvidd bland högutbildade personer. Räckvidden för den digitala morgontidningen var också något lägre på landsbygden.

I den äldsta gruppen, **65 till 85 år**, var den digitala läsningen mer utbredd bland män än bland kvinnor. Andelen läsare av en digital tidning var avsevärt lägre i den äldre halvan av åldersgruppen medan den tryckte tidningen lästes i något större utsträckning bland gruppens äldsta jämfört med den yngre halvan. Högutbildade personer läste också tidningen såväl digitalt som på papper i större utsträckning än andra.

MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 9–14 år, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	15	6	10
Flicka	13	5	7
Pojke	16	5	12
Storstad	17	5	12
Stad	17	10	10
Landsbygd	(12)	(4)	(9)

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 15–24 år, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	30	23	10
Kvinna	30	24	9
Man	30	22	11
15–19 år	28	19	12
20–24 år	33	28	7
Storstad	33	27	9
Stad	32	26	9
Landsbygd	25	17	11

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar.

MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 25–44 år, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	48	41	12
Kvinna	51	43	14
Man	45	39	11
25–34 år	43	38	9
35–44 år	53	45	16
Ej högskola	37	30	12
Högskola	56	49	13
Storstad	52	47	11
Stad	50	43	14
Landsbygd	41	32	13

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar.

MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 45–64 år, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	62	43	31
Kvinna	62	42	33
Man	61	45	29
45–54 år	60	46	26
55–64 år	64	41	36
Ej högskola	56	38	29
Högskola	67	48	33
Storstad	63	50	28
Stad	66	45	35
Landsbygd	59	37	32

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar.

MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 65–85 år, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	77	38	56
Kvinna	75	34	56
Man	79	44	56
65–74 år	78	43	54
75–85 år	75	31	59
Ej högskola	72	31	53
Högskola	84	48	60
Storstad	79	42	58
Stad	80	42	57
Landsbygd	73	32	53

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar.

Morgontidning: Genomsnittlig läsartid bland läsare

Lisa Wikstrand/Scandinav

2020 ägnade pappers-tidningsläsarna i åldern 9 till 85 år i snitt 33 minuter per dag åt morgontidningen.

De som läste digital morgontidning ägnade tidningen i snitt 23 minuter.

Kvinnliga och manliga läsare ägnade i snitt lika lång tid åt morgontidningen – oavsett plattform.

Av morgontidningsläsarna var det gruppen 65 till 85 år som läste tidningen längst – på papper såväl som digitalt.

Läsare på landsbygden ägnade tidningen kortare tid än läsare i storstad – det gällde både för papper och digitalt.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från 9–79 år till 9–85 år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern 9–79 år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet 9–85 år.

Tryckta morgontidningar upptog under 2020 mer av den genomsnittliga läsarens tid än som var fallet med digitala morgontidningar. Den genomsnittliga läsaren i åldern 9 till 85 år ägnade en vanlig dag 2020 i snitt 23 minuter åt att läsa digital morgontidning. För den tryckta morgontidningen var den genomsnittliga läsartiden 33 minuter.

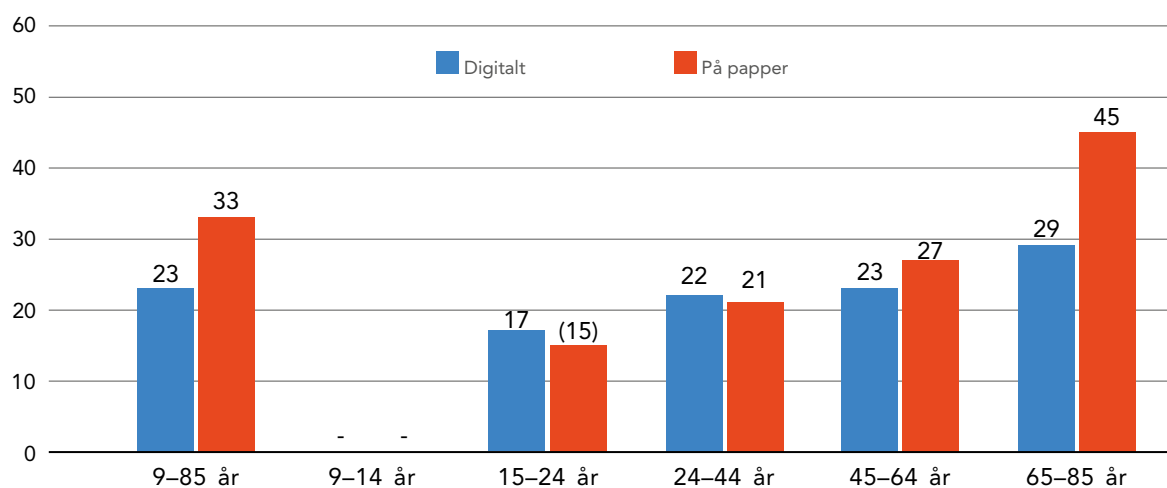
Mellan kvinnor och män fanns i detta avseende ingen skillnad. Kvinnliga och manliga läsare ägnade morgontidningen lika lång tid, oavsett om den var på papper eller digital.

För både den tryckta och den digitala morgontidningen fanns det däremot ett tydligt samband med ålder. Den genomsnittliga läsartiden steg i båda fallen med stigande ålder. Den genomsnittliga morgontidningsläsaren i åldern 65 till 85 år ägnade 29 minuter per dag åt den digitala tidningen och 45 minuter åt den tryckta. I åldersgruppen 15 till 24 år var motsvarande läsartider 17 respektive 15 minuter. Med andra ord var läsartiden något högre digitalt än på papper bland morgontidningsläsare i den här gruppen.

När det kommer till utbildning var skillnaderna i läsartid relativt begränsade. Men personer som läst på högskola ägnade under 2020 den digitala morgontidningen något mer tid än personer som inte gjort det. För tryckta tidningar fanns däremot ingen skillnad alls mellan olika utbildningsgrupper.

Boende i städer ägnade något mer tid åt tidningen än landsbygdsbor. Resultatet gäller för såväl digitala morgontidningar som morgontidningar på papper.

MORGONTIDNING Genomsnittlig läsartid bland läsare, 9–85 år, 2020 (minuter)



Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-" Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

MORGONTIDNING Genomsnittlig läsartid bland läsare, 9–85 år, 2020 (minuter)

	Digitalt	På papper
Totalt	23	33
Kvinna	23	33
Man	23	32
9–14 år	-	-
15–24 år	17	(15)
25–44 år	22	21
45–64 år	23	27
65–85 år	29	45
Ej högskola (25–85 år)	21	34
Högskola (25–85 år)	26	35
Storstad	26	38
Stad	22	31
Landsbygd	21	30
Antal svar	2 209	1 545

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-" Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

Kvällstidning: Daglig räckvidd

Hannes Söderlund/Scandinav

44% i befolkningen 9 till 85 år läste någon kvällstidning en genomsnittlig dag 2020.

Den största andelen, 41%, läste kvällstidningen digitalt – på papper var räckvidden 6%.

Kvinnor och män tog del av kvällstidningen i lika hög utsträckning.

Kvällstidningen hade högst räckvidd i åldern 45 till 64 år – i gruppen tog 50% del av en digital kvällstidning.

Kvällstidningens totala räckvidd var högre i städerna än på landsbygden.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från 9–79 år till 9–85 år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern 9–79 år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet 9–85 år.

Till skillnad från det stora antalet morgontidningar utgörs kvällspressen i Sverige av endast två titlar, Aftonbladet och Expressen (med GT i Göteborg och Kvällsposten i Malmö). Kvällstidningarnas räckvidd för den digitala tidningen låg i befolkningen 9 till 79 år en vanlig dag 2020 på 42 procent. Det är en ökning med 6 procentenheter jämfört med 2019. Läsningen ökade mest bland personer över 45 år. Andelen som läste en papperstidning minskade i åldersgruppen 65 till 79 år, från 13 till 9 procent.

I åldersgruppen 9 till 85 år tog totalt 44 procent del av någon kvällstidning en vanlig dag 2020. 41 procent läste tidningen digitalt, vilket var betydligt fler än de 6 procent som läste kvällstidningen på papper.

Det var inga större skillnader mellan kvinnors och mäns läsning. 45 procent av männen läste kvällstidning en genomsnittlig dag 2020, 44 procent av kvinnorna gjorde detsamma.

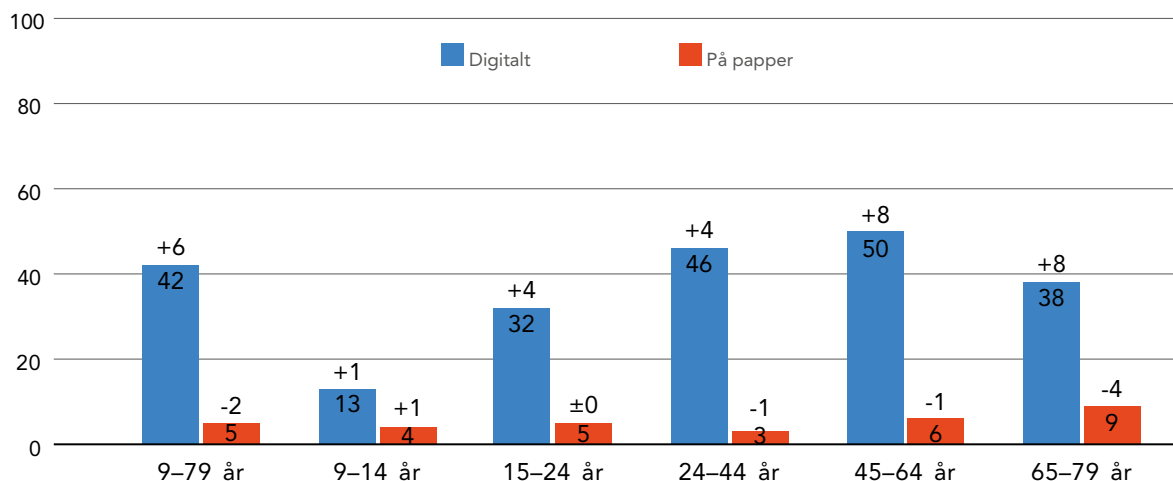
På samma sätt som för morgontidningen (se s. 55) fanns det ett tydligt samband mellan läsning av kvällstidning och ålder. Sambandet var dock inte helt rakt. Under 2020 fanns den lägsta andelen kvällstidningsläsare bland barnen 9 till 14 år, 16 procent. Störst andel läsare fanns i åldrarna 25 till 44 år och 45 till 64 år, där 47 respektive 52 procent läste någon kvällstidning en vanlig dag 2020. Det var även i de här åldersgrupperna som andelen läsare av en digital kvällstidning var störst: bland 25 till 44-åringarna 46 procent och bland 45 till 64-åringarna 50 procent.

Papperstidningen nådde flest användare i den äldsta åldersgruppen 65 till 85 år. En vanlig dag 2020 läste 9 procent i den åldersgruppen en kvällstidning på papper. I övriga åldersgrupper varierade den dagliga räckvidden mellan 3 och 6 procent.

Det fanns inga skillnader i läsning av kvällstidningar avseende utbildningsnivå.

I städerna var kvällstidningsläsningen mer utbredd än i resten av landet. 46 procent av stadsborna läste en kvällstidning en vanlig dag 2020. På landsbygden var andelen 41 procent. För läsning av papperstidningen fanns det inga skillnader som kan kopplas till var människor bor, men i städerna läste fler kvällstidningen i digital form, 44 procent i storstäderna och 43 procent i städerna mot 38 procent på landsbygden.

KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, **9–79 år**, 2020 (procent samt förändring jämfört med 2019 i procentenheter)



Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, **9–85 år**, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	44	41	6
Kvinna	44	41	5
Man	45	42	6
9–14 år	16	13	4
15–24 år	35	32	5
25–44 år	47	46	3
45–64 år	52	50	6
65–85 år	41	35	9
Ej högskola (25–85 år)	48	44	7
Högskola (25–85 år)	48	46	5
Storstad	46	44	4
Stad	46	43	7
Landsbygd	41	38	6

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Kvällstidning: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

Kvällstidningsläsningen var under 2020 begränsad i åldern **9 till 14 år**. Få i gruppen läste papperstidning, läsningen var framför allt digital. Flickor och pojkar läste i lika hög utsträckning.

Bland dem som var **15 till 24 år** läste de över 20 år i högre utsträckning än tonåringar. Lika många kvinnor som män läste kvällstidning. Kvällstidningsläsarna var fler i storstäderna, jämfört med landsbygden.

I gruppen **25 till 44 år** var kvällstidningsläsningen betydligt högre bland 35 till 44-åringarna jämfört med dem mellan 25 och 34 år. Det var ingen skillnad i läsning i avseende på utbildnings-

nivå. Den digitala läsningen var något mer utbredd i städerna än på landsbygden.

I gruppen **45 till 64 år** läste fler män än kvinnor en digital kvällstidning. Andelen läsare av en tidning på papper var något högre bland de utan högskoleutbildning jämfört med högskoleutbildade. Den digitala tidningen lästes i mindre utsträckning på landsbygd än i städer.

Bland de äldsta, **65 till 85 år**, läste den yngre halvan – 65 till 75-åringarna – digitalt i betydligt högre utsträckning än de äldsta, 75 till 85 år. Kvällstidningsläsningen var mer utbredd i storstad och på landsbygd.

KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 9–14 år, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	16	13	4
Flicka	16	13	3
Pojke	15	12	5
Storstad	12	12	1
Stad	19	17	4
Landsbygd	(17)	(12)	(7)

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 15–24 år, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	35	32	5
Kvinna	36	33	5
Man	34	32	5
15–19 år	31	28	6
20–24 år	38	37	4
Storstad	38	35	5
Stad	35	33	5
Landsbygd	30	28	4

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 25–44 år, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	47	46	3
Kvinna	47	47	3
Man	47	46	3
25–34 år	42	41	2
35–44 år	53	51	4
Ej högskola	48	46	5
Högskola	48	47	2
Storstad	49	48	3
Stad	46	45	3
Landsbygd	46	44	4

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 45–64 år, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	52	50	6
Kvinna	50	48	6
Man	54	53	7
45–54 år	54	53	4
55–64 år	50	48	8
Ej högskola	53	51	8
Högskola	51	50	5
Storstad	55	54	5
Stad	56	54	8
Landsbygd	47	45	6

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 65–85 år, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	41	35	9
Kvinna	39	32	9
Man	44	38	10
65–74 år	47	43	8
75–85 år	31	23	12
Ej högskola	40	34	9
Högskola	42	36	10
Storstad	39	35	7
Stad	47	39	13
Landsbygd	38	32	8

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).



Kvällstidning: Genomsnittlig läsartid bland läsare

Phia Bergdahl/Scandinav

Läsarna i befolkningen 9 till 85 år läste tryckta kvällstidningar i genomsnitt 24 minuter en vanlig dag 2020.

De som läste kvällstidning digitalt ägnade tidningen 23 minuter.

För både papper och digitalt var skillnaderna mellan kvinnors och mäns läsartid mycket små.

Inte heller utbildningsnivå spelade roll för hur lång tid någon läste kvällstidningen.

Läsarna i åldern 65 till 85 år ägnade mest tid åt kvällstidningen – det gällde både för papper och digitalt.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från 9–79 år till 9–85 år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern 9–79 år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet 9–85 år.

Även om räckvidden för den digitala kvällstidningen var flerfaldigt större än den för papperstidningen, läste papperstidningsläsarna sin tidning lika länge som de som läste kvällstidningen digitalt. Läsare av en digital kvällstidning i befolkningen 9 till 85 år läste i genomsnitt 23 minuter en vanlig dag 2020. Tiden som läsarna av kvällstidning på papper gav sin tidning var i snitt 24 minuter.

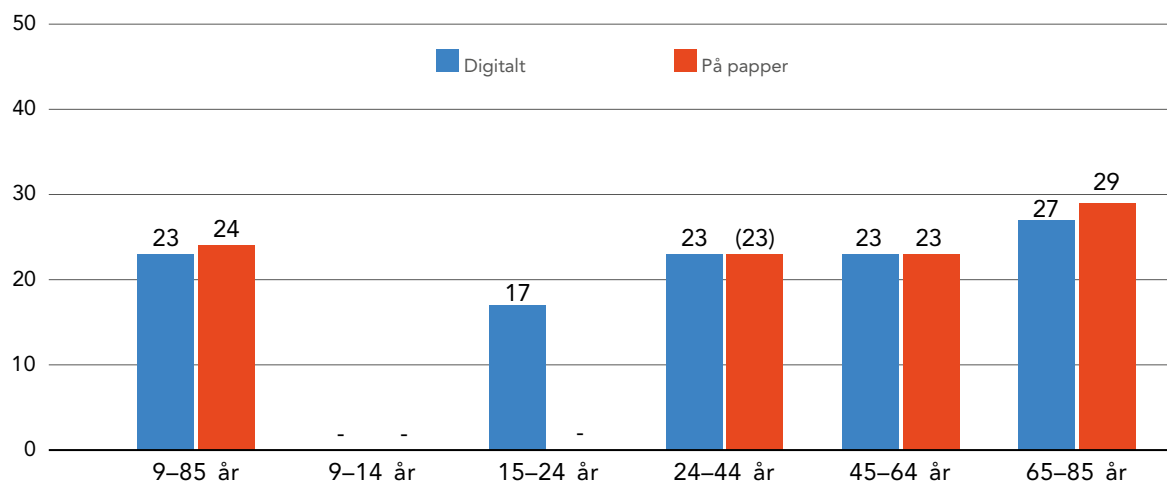
Manliga läsare av en digital tidning tenderade under 2020 att lägga lite mer tid än kvinnliga läsare på att läsa kvällstidningen, men skillnaden handlade bara om ett fåtal minuter.

Av de allra yngsta, 9 till 14 år, var andelen läsare så pass få att svarsunderlaget inte håller för att redovisa läsartiden bland läsare. Detsamma gäller andelen ungdomar som läste kvällstidningen på papper. Kvällstidningsläsarnas läsartid ökade annars med stigande ålder och de som spenderade mest tid på att läsa kvällstidningen fanns i åldersgruppen 65 till 85 år. Det gällde både på papper och digitalt. De äldsta papperstidningsläsarna läste i snitt i 29 minuter, medan de äldsta läsarna av digital kvällstidning läste 27 minuter en genomsnittlig dag 2020. Läsare i åldersgrupperna 25 till 44 år och 45 till 64 år spenderade i snitt 23 minuter på att läsa en kvällstidning. Tiden var densamma för såväl digital tidning som papperstidning.

Det fanns under 2020 inga skillnader i kvällstidningsläsarnas läsartid som kan kopplas till utbildningsnivå. Det gäller oavsett läsning på papper eller digitalt.

Den genomsnittliga läsartiden för läsare av kvällstidningen på papper var däremot lite högre bland boende i städer jämfört med bland boende i storstäder och på landsbygd.

KVÄLLSTIDNING Genomsnittlig läsartid bland läsare, 9–85 år, 2020 (minuter)



Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värderna i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-"Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

KVÄLLSTIDNING Genomsnittlig läsartid bland läsare, 9–85 år, 2020 (minuter)

	Digitalt	På papper
Totalt	23	24
Kvinna	21	25
Man	24	24
9–14 år	-	-
15–24 år	17	-
25–44 år	23	(23)
45–64 år	23	23
65–85 år	27	29
Ej högskola (25–85 år)	24	25
Högskola (25–85 år)	24	26
Storstad	23	24
Stad	23	27
Landsbygd	21	22
Antal svar	2 494	331

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värderna i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-"Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.



Tidskrift: Daglig räckvidd

Johan Wingborg/GU bildbank

36% i befolkningen 9 till 85 år läste någon tidskrift en genomsnittlig dag 2020.

Flest, 25%, läste tidskrift på papper – för digital tidskrift var räckvidden 15%.

Fler kvinnor läste papperstidskrift, medan något fler män läste digital tidskrift.

Tidskrifter på papper hade högst räckvidd i åldern 65 till 85 år – för digital tidskrift var räckvidden högst i åldern 15 till 24 år.

Den digitala tidskriften hade lägst andel läsare på landsbygden medan papperstidningen hade lägst andel läsare i storstäderna.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från 9–79 år till 9–85 år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern 9–79 år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet 9–85 år.

Frågorna om tidskriftsläsning omfattar alla typer av tidskrifter, exempelvis veckotidningar, serietidningar, specialmagasin, yrkes- och branschtidningar och medlems- och kundtidningar. Dessa tidningar har traditionellt varit i tryckt format men idag finns en rik flora av digitala tidskrifter. Det ska också tilläggas att tidskrifter ges ut med högst ett nummer per vecka, många publiceras per månad. Det ska beaktas när räckvidden redovisas på daglig nivå.

Andelen läsare av digitala tidskrifter ökade något under 2020. I åldersgruppen 9 till 79 år tog 16 procent del av en digital tidskrift, motsvarande andel var 13 procent år 2019. Det var särskilt bland ungdomar 15 till 24 år som den digitala läsningen ökade. Andelen läsare av en tidskrift på papper var däremot ungefär lika hög 2020 som 2019 i hela gruppen 9 till 79 år.

I befolkningen 9 till 85 år läste 36 procent någon tidskrift en vanlig dag 2020. Den största andelen läste tidskrift på papper, 25 procent, och ungefär hälften så stor andel läste tidskrift digitalt, 13 procent.

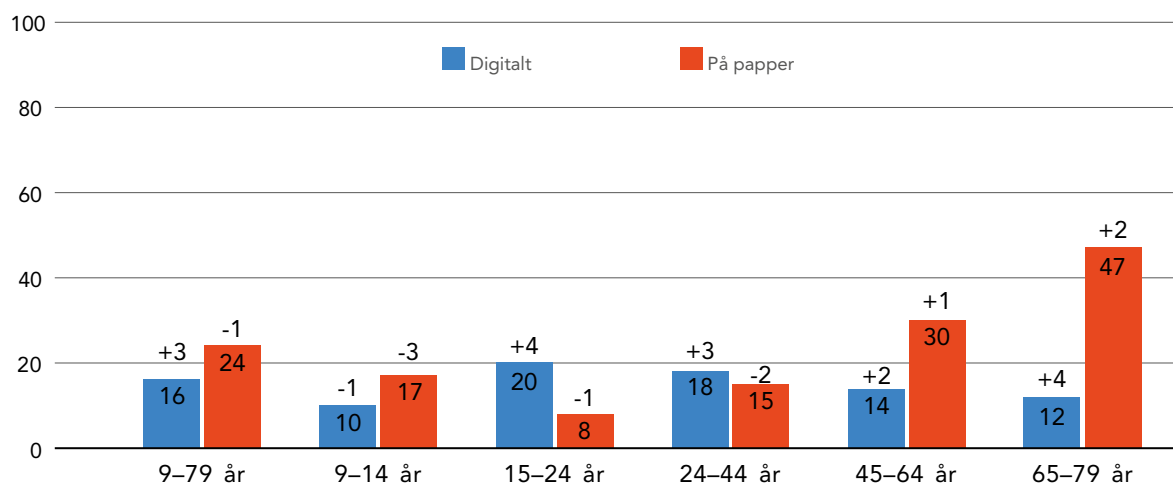
Något fler kvinnor än män läste tidskrift under 2020. När det kommer till tidskriftens distributionsform läste både kvinnor och män främst tryckt tidskrift. Bland kvinnorna var det en högre andel än bland männen som läste tidningen på papper, medan andelen digitala tidningsläsare var högre bland männen än bland kvinnorna.

Läsningen av tidskrift ökade med stigande ålder. Flest tidskriftsläsare fanns bland de äldsta 65 till 85 år, där varannan läste någon tidskrift en vanlig dag 2020. De läste i första hand tidskriften på papper. I åldern 9 till 24 år hade en fjärdedel läst tidskrift en vanlig dag. I gruppen 15 till 24 år hade den digitala tidskriften högst räckvidd, 20 procent, vilket var mer än dubbelt så många som hade läst tidskrift på papper. Också i gruppen 25 till 44 år var de digitala läsarna fler än de som läste på papper. I alla övriga åldersgrupper hade den tryckta tidskriften fler läsare.

För tidskriftsläsning totalt märktes under 2020 inga stora skillnader beroende på utbildningsnivå. I likhet med flera andra medieformer noteras dock även här en tendens till att läsning digitalt var lite vanligare bland personer med högskoleutbildning.

Med avseende på boendeort var det också mycket små skillnader för läsning av tidskrift en vanlig dag, totalt sett. Det digitala formatet var dock något vanligare i storstäderna jämfört med på landsbygden.

TIDSKRIFT Daglig räckvidd, **9–79 år**, 2020 (procent samt förändring jämfört med 2019 i procentenheter)



Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

TIDSKRIFT Daglig räckvidd, **9–85 år**, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	36	15	25
Kvinna	37	14	27
Man	34	17	22
9–14 år	25	10	17
15–24 år	26	20	8
25–44 år	29	18	15
45–64 år	38	14	30
65–85 år	52	11	46
Ej högskola (25–85 år)	39	14	30
Högskola (25–85 år)	38	16	27
Storstad	35	17	22
Stad	35	16	25
Landsbygd	36	13	26

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Tidskrift: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

Åldersgruppen **9 till 14 år** visade mycket liten skillnad mellan flickor och pojkar vad gäller tidskriftsläsning. Större skillnad noterades i förhållande till bostadsort. Tidskriftsläsning var mer utbredd i storstäderna än på landsbygden.

Jämfört med övriga åldersgrupper utmärkte sig gruppen **15 till 24 år** vad gäller tidskriftens distributionsform. Här var läsning i digitalt format vanligare än tryckt. Bland de yngre i åldersgruppen, 15 till 19 år, var tidskriftsläsning mer utbredd än bland 20 till 24-åringar.

Det rådde ingen skillnad mellan kvinnor och män i andelen tidskriftsläsare totalt bland **25 till 44-åringar**. Dock läste kvinnor i något större utsträckning tidskrift på papper än männen. I den

yngre delen av åldersgruppen (25 till 34 år) var digital läsning vanligare än på papper.

I åldern **45 till 64 år** dominerade läsning av tryckt tidskrift. Totalt sett läste kvinnor i större utsträckning än män, 35 procent av kvinnorna läste på papper och 25 procent av männen läste på papper. Andelen läsare av en digital tidskrift var 13 procent bland kvinnorna och 15 procent bland männen.

Andelen tidskriftsläsare var högst i åldersgruppen **65 till 85 år**. Drygt hälften av männen och kvinnorna läste en tidskrift en vanlig dag. Läsningen var mer utbredd bland högskoleutbildade än bland dem utan högskoleutbildning.

TIDSKRIFT Daglig räckvidd, 9–14 år, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	25	10	17
Flicka	25	8	17
Pojke	24	12	16
Storstad	32	14	21
Stad	21	7	17
Landsbygd	(23)	(10)	(15)

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

TIDSKRIFT Daglig räckvidd, 15–24 år, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	26	20	8
Kvinna	27	21	8
Man	25	20	9
15–19 år	29	24	10
20–24 år	21	16	7
Storstad	26	20	8
Stad	24	19	10
Landsbygd	27	22	7

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

TIDSKRIFT Daglig räckvidd, **25–44** år, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	29	18	15
Kvinna	27	15	16
Man	31	22	13
25–34 år	27	19	11
35–44 år	31	17	19
Ej högskola	27	17	13
Högskola	31	19	16
Storstad	31	20	15
Stad	28	18	13
Landsbygd	27	15	16

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

TIDSKRIFT Daglig räckvidd, **45–64** år, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	38	14	30
Kvinna	42	13	35
Man	34	15	25
45–54 år	35	15	25
55–64 år	42	13	35
Ej högskola	40	14	32
Högskola	37	13	29
Storstad	39	15	29
Stad	37	14	28
Landsbygd	39	12	33

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

TIDSKRIFT Daglig räckvidd, **65–85** år, 2020 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	52	11	46
Kvinna	55	9	49
Man	51	13	44
65–74 år	54	13	47
75–85 år	51	7	46
Ej högskola	50	10	44
Högskola	56	12	50
Storstad	50	12	44
Stad	56	13	50
Landsbygd	52	9	46

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Tidskrift: Genomsnittlig läsartid bland läsare

Lisa Öberg/Scandinav

Läsare i befolkningen 9 till 85 år ägnade 2020 i snitt 41 minuter åt att läsa tidskrift på papper – läsarna av digital tidskrift läste i snitt 25 minuter.

Kvinnor ägnade mer tid åt den tryckta tidningen än männen, men det var inga skillnader mellan hur mycket tid kvinnliga och manliga läsare ägnade åt den digitala tidskriften.

För både digitala tidskrifter och tidskrifter på papper ökade läsartiden med stigande ålder i åldersgrupperna mellan 15 och 85 år.

Ej högskoleutbildade ägnade något längre tid åt en tidskrift på papper än högskoleutbildade. Hög- och lågutbildade tidskriftsläsare läste den digitala tidskriften lika länge.

Tidskriftsläsare i städer och på landsbygd ägnade ungefär lika lång tid åt tidskriftsläsning.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från 9–79 år till 9–85 år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern 9–79 år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet 9–85 år.

Tidskriftsläsare i åldern 9 till 85 år läste i genomsnitt 41 minuter på sin läsning av tryckta tidskrifter en vanlig dag 2020. Läsartid för digital tidskrift var väsentligt kortare, i genomsnitt 25 minuter per läsare.

För den digitala läsningen noterades ingen skillnad mellan kvinnor och män. Däremot läste kvinnor den tryckta tidskriften något längre än männen, 44 respektive 36 minuter.

Mönstret att läsarna använde längst tid åt att läsa tidningen i pappersformat kvarstod även när andra bakgrundsfaktorer beaktades såsom ålder, utbildning och bostadsort.

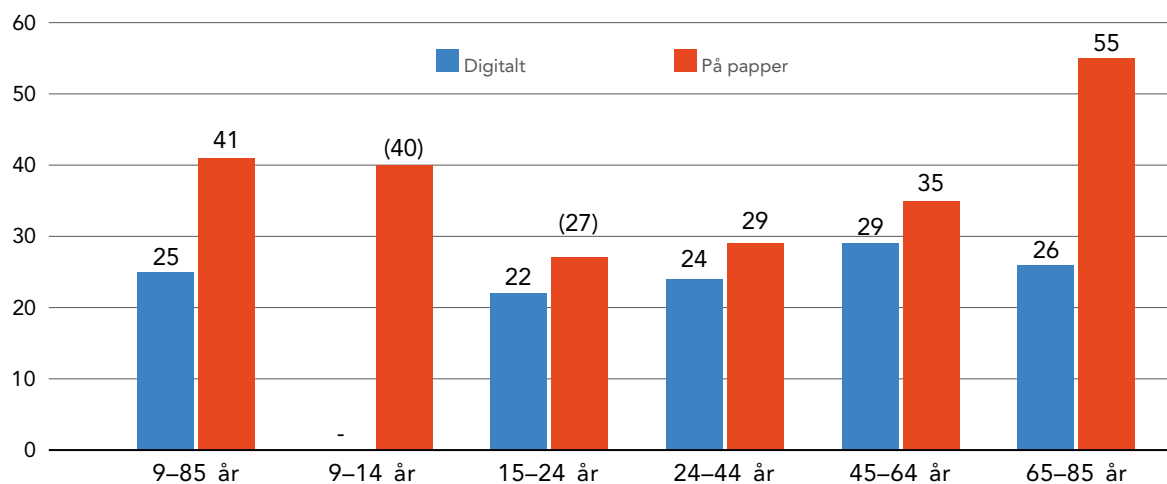
Läsartiden bland tidskriftsläsare totalt sett ökade med stigande ålder. Den åldersgrupp som läste tidskrift på papper längst tid, 55 minuter, var personer i åldern 65 till 85 år. I den något yngre åldersgruppen, 45 till 64-åringarna, låg den genomsnittliga läsartiden bland de som läst någon tryckt tidskrift på 35 minuter en vanlig dag. Tidskriftsläsare i åldern 25 till 44 år läste tryckt tidskrift i ungefär en halvtimme.

Det var under 2020 ingen större skillnad i läsartid av tryckt tidskrift beroende på utbildning. Läsartiden bland personer utan högskoleutbildning var 44 minuter en genomsnittlig dag. Motsvarande siffra för personer med högskoleutbildning var 39 minuter.

Bland de tidskriftsläsare som läste digitalt var skillnaderna mycket små mellan olika grupper. Samtliga rörde sig nära genomsnittstiden bland läsare i befolkningen som helhet vilken var 25 minuter.

Tidskriftsläsare som ägnade något längre tid än genomsnittet åt digital tidskriftsläsning var i åldern 45 år och uppåt. Det bör dock noteras att avseende digital tidskrift var antalet svarspersoner bland de yngre läsarna lågt, resultatet ska därför tolkas med försiktighet.

TIDSKRIFT Genomsnittlig läsartid bland läsare, 9–85 år, 2020 (minuter)



Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-"Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

TIDSKRIFT Genomsnittlig läsartid bland läsare, 9–85 år, 2020 (minuter)

	Digitalt	På papper
Totalt	25	41
Kvinna	25	44
Man	25	36
9–14 år	-	(40)
15–24 år	22	(27)
25–44 år	24	29
45–64 år	29	35
65–85 år	26	55
Ej högskola (25–85 år)	26	44
Högskola (25–85 år)	26	39
Storstad	26	40
Stad	24	42
Landsbygd	24	41
Antal svar	925	1 479

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-"Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

Tidskriftsgenrer: Daglig räckvidd

Lina Karna Kippel/Scandinav

20% av befolkningen 9 till 85 år läste någon vecko- eller månadstidning en vanlig dag 2020.

En tiondel läste någon yrkes-/branschtidning eller organisations-/medlemstidning.

Fler kvinnor än män läste vecko-/månadstidning medan det var tvärtom för yrkes-/branschtidning.

Räckvidden för samtliga tidskriftsgenrer var högst i åldersgruppen 65 till 85 år.

Utbildningsnivå och boendeort spelade liten roll för läsningen av olika tidskriftsgenrer.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från **9–79** år till **9–85** år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern **9–79** år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet **9–85** år.

En femtedel, det vill säga 20 procent, av befolkningen 9 till 79 år läste en veckotidning eller månadsmagasin en vanlig dag 2020. Den dagliga räckvidden för yrkes- eller branschtidning respektive organisations-, medlems- eller kundtidning var hälften så stor. Båda tidskriftsgrupperingarna lästes av cirka en tiondel sett till hela befolkningen. Resultaten stämmer mycket väl överens med motsvarande siffror för åldersgruppen 9 till 79 år 2019.

I åldersgruppen 9 till 85 år läste fler kvinnor än män någon veckotidning eller månadsmagasin under 2020: 23 procent av kvinnorna jämfört med 17 procent av männen. Yrkes- eller branschtidning lästes omvänt i något större utsträckning av män än av kvinnor men skillnaden var inte stor. 11 procent av männen läste någon tidskrift i genren jämfört med 8 procent av kvinnorna. Organisations-, medlems- eller kundtidning lästes i lika stor utsträckning av kvinnor som av män.

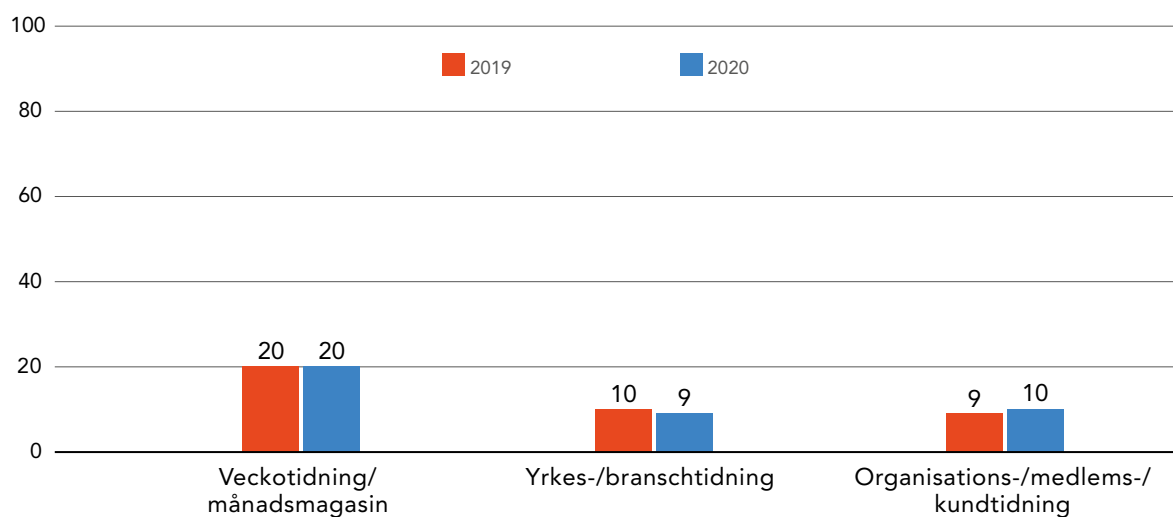
Ålder var den faktor som i störst utsträckning påverkade läsningen av olika typer av tidskrifter. Andelen läsare för samtliga tidskriftsgenrer ökade generellt med stigande ålder. För veckotidning och månadsmagasin var dock ökningen inte lika rak som i de övriga fallen. Jämfört med andelen läsare i åldern 9 till 14 år, som var 14 procent, var räckvidden något lägre i åldersgrupperna 15 till 44 år. Därefter ökade räckvidden till 23 procent bland 45 till 64-åringar. Högsta andelen läsare av veckotidning och månadsmagasin återfanns under 2020 i åldersgruppen 65 till 85 år, 35 procent.

Yrkes- och branschtidningar hade sin högsta andel läsare bland de äldsta. Av förklarliga skäl var andelen läsare av yrkes- och branschtidningar i det närmaste obefintlig i gruppen 9 till 14 år. Andelen läsare av denna typ av tidskrift var även något högre bland högskoleutbildade.

Räckvidden för organisations-, medlems- eller kundtidningar ökade även den i takt med ålder. Den högsta andelen läsare fanns i åldern 65 till 85 år, 16 procent.

Sett till boendeort, märktes inga nämnvärda skillnader i läsning av olika typer av tidskrifter i befolkningen som helhet.

TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 och 2020 (procent)



Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller digitala och tryckta tidskrifter.

TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2020 (procent)

	Veckotidning/ månadsmagasin	Yrkes-/branschtidning	Organisations-/ medlems-/kundtidning
Totalt	20	9	10
Kvinna	23	8	10
Man	17	11	10
9–14 år	14	2	5
15–24 år	11	4	6
25–44 år	13	9	8
45–64 år	23	11	12
65–85 år	35	13	16
Ej högskola (25–85 år)	24	9	11
Högskola (25–85 år)	22	13	12
Storstad	20	9	11
Stad	19	11	11
Landsbygd	21	8	9

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller digitala och tryckta tidskrifter.

Tidskriftsgenrer: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldern **9 till 14 år** läste flickor och pojkar veckotidning/månadsmagasin i lika hög utsträckning. Framförallt var det bland boende i storstäderna som genren hade läsare. Något fler flickor än pojkar läste organisations-/medlems- eller kundtidning.

Andelen tidskriftsläsare var överlag låg i åldern **15 till 24 år**. Läsning av veckotidning/månadsmagasin var dock något mer utbredd bland kvinnor än bland män.

Bland **25 till 44-åringarna** var andelen som tog del av veckotidning/månadsmagasin ungefär lika hög bland kvinnor och män. Det märktes inte heller några skillnader mellan den yngre och äldre halvan av åldersgruppen eller om man bor i stad

eller landsbygd. Yrkes-/branschtidning lästes i något större utsträckning bland män.

I gruppen **45 till 64 år** var andelen läsare av vecko-/månadsmagasin däremot betydligt högre jämfört med de yngre åldersgrupperna, främst bland kvinnor. Särskilt i den äldre delen av åldersgruppen, 55 till 64 år, fanns en högre andel läsare av vecko-/månadsmagasin.

Åldersgruppen **65 till 85 år** hade den högsta andelen läsare av vecko-/månadsmagasin. Framförallt var det kvinnorna som tog del av denna genre. Män läste däremot yrkes-/branschtidning i högre utsträckning än kvinnor. Organisations-/medlems- eller kundtidning lästes i samma utsträckning oavsett kön, ålder, utbildning eller boendeort.

TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2020 (procent)

	Veckotidning/ månadsmagasin	Yrkes-/branschtidning	Organisations-/ medlems-/kundtidning
Totalt	14	2	5
Flicka	14	2	7
Pojke	12	1	4
Storstad	19	3	5
Stad	13	0	5
Landsbygd	(11)	(1)	(6)

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller digitala och tryckta tidskrifter. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2020 (procent)

	Veckotidning/ månadsmagasin	Yrkes-/branschtidning	Organisations-/ medlems-/kundtidning
Totalt	11	4	6
Kvinna	12	5	7
Man	9	4	6
15–19 år	12	3	6
20–24 år	9	6	6
Storstad	10	5	8
Stad	8	5	6
Landsbygd	14	3	4

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller digitala och tryckta tidskrifter.

TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2020 (procent)

	Veckotidning/ månadsmagasin	Yrkes-/branschtidning	Organisations-/ medlems-/kundtidning
Totalt	13	9	8
Kvinna	14	7	8
Man	13	12	8
25–34 år	12	8	6
35–44 år	15	10	10
Ej högskola	13	8	6
Högskola	15	10	9
Storstad	16	10	9
Stad	12	9	8
Landsbygd	12	8	6

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller digitala och tryckta tidskrifter.

TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2020 (procent)

	Veckotidning/ månadsmagasin	Yrkes-/branschtidning	Organisations-/ medlems-/kundtidning
Totalt	23	11	12
Kvinna	27	12	12
Man	18	10	12
45–54 år	18	11	11
55–64 år	28	11	13
Ej högskola	25	8	11
Högskola	22	14	13
Storstad	25	11	12
Stad	20	13	13
Landsbygd	24	10	12

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller digitala och tryckta tidskrifter.

TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 65–85 år, 2020 (procent)

	Veckotidning/ månadsmagasin	Yrkes-/branschtidning	Organisations-/ medlems-/kundtidning
Totalt	35	13	16
Kvinna	43	8	15
Man	27	18	17
65–74 år	35	14	15
75–85 år	35	11	17
Ej högskola	34	11	15
Högskola	38	16	17
Storstad	32	12	16
Stad	38	17	18
Landsbygd	35	10	14

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller digitala och tryckta tidskrifter.

Bok: Daglig räckvidd



Depiction AB/Scandinav

45% i befolkningen 9 till 85 år läste någon bok en vanlig dag 2020.

Det vanligaste formatet var tryckt bok med en daglig räckvidd på 34%.

12% lyssnade på ljudbok – 7% läste e-bok.

Hälften av de högskoleutbildade läste någon bok, medan andelen bokläsare bland de med lägre utbildning var en tredjedel.

Det fanns totalt sett en större andel bokläsare i storstäderna än på landsbygden.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från 9–79 år till 9–85 år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern 9–79 år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet 9–85 år.

45 procent av befolkningen 9 till 79 år läste en bok en vanlig dag 2020. Det var en svag ökning jämfört med 2019 då andelen som tagit del av någon bok låg på 43 procent. Den svaga ökningen förklaras av ökade andelar för ljud- och e-böcker. Den dagliga räckvidden för tryckt bok var 34 procent båda åren.

Även i befolkningen 9 till 85 år tog 45 procent del av någon bok en genomsnittlig dag. Den tryckta boken dominerade med en räckvidd på 34 procent, medan 12 procent tog del av en ljudbok och 7 procent läste en e-bok.

Kvinnor läste bok i större utsträckning än män, ett förhållande som stått sig genom de dryga 40 år som Mediebarometern gjort mätningar. En genomsnittlig dag 2020 läste 53 procent, det vill säga över hälften, av kvinnorna och 36 procent av männen någon bok. Fyra av tio kvinnor läste tryckt bok och 15 procent lyssnade på ljudbok. Tre av tio män läste tryckt bok och 8 procent lyssnade på ljudbok.

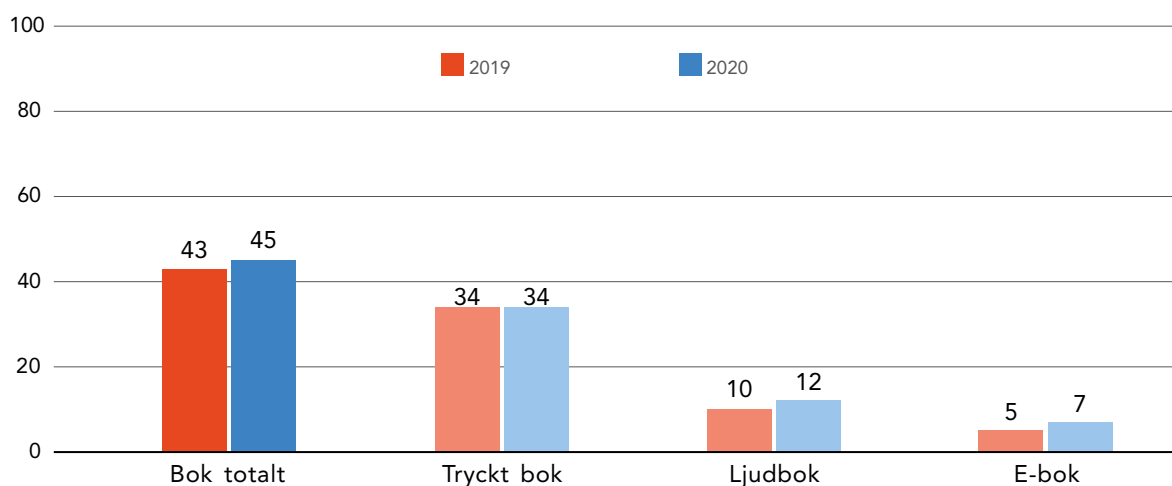
Vad gäller e-bok finns däremot ingen skillnad mellan kvinnor och män. Andelen läsare i denna grupp är än så länge totalt sett mycket låg, vilket gör det svårt att dra några slutsatser om resultaten i förhållande till olika bakgrundsfaktorer.

I åldersgruppen 9 till 14 år fanns störst andel bokläsare, 59 procent. Därefter följde de äldsta, personer i åldern 65 till 85 år, med 48 procent. Övriga åldersgrupper låg samtliga något över 40 procentsnivån. Den tryckta boken var under 2020 den klart mest använda boktypen i samtliga åldersgrupper. Ljudboken hade sin största andel lyssnare i åldersgruppen 45 till 64 år. Läst andel boklyssnare fanns bland de äldsta.

Personer med högre utbildning läste eller lyssnade på bok i större utsträckning än de med lägre utbildning under 2020. 52 procent av de högskoleutbildade mellan 25 och 85 år läste en bok en genomsnittlig dag, 36 procent bland personer utan högskoleutbildning. Skillnaden i förhållande till utbildning gäller oavsett vilken typ av bok det rör sig om.

Boende i storstad eller övriga städer läste någon tryckt bok eller e-bok i större utsträckning än vad som var fallet med boende på landsbygd. Ljudboken nådde i stort sett lika stora andelar av befolkningen oavsett boendeort.

BOK Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 och 2020 (procent)



Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

BOK Daglig räckvidd, 9–85 år, 2020 (procent)

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	45	34	12	7
Kvinna	53	40	15	7
Man	36	28	8	6
9–14 år	59	51	13	7
15–24 år	43	34	11	9
25–44 år	42	30	12	7
45–64 år	45	31	15	6
65–85 år	48	41	6	4
Ej högskola (25–85 år)	36	26	11	4
Högskola (25–85 år)	52	39	13	8
Storstad	49	38	13	8
Stad	46	35	11	7
Landsbygd	40	30	12	5

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Bok: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

Bland **9 till 14-åringar** var bokläsningen som mest utbredd. Flickor läste tryckt bok i högre utsträckning än pojkar. Flickor lyssnade till en ljudbok i något större utsträckning än pojkar medan andelen som läste en e-bok var jämn i åldersgruppen. Andelen läsare var förhållandevis hög i storstäderna.

Kvinnor i åldern **15 till 24 år** läste i större utsträckning än män. En skillnad märks mellan de yngre och äldre i gruppen. En högre andel av 15 till 19-åringarna läste någon bok jämfört med 20 till 24-åringarna. 15 till 19-åringarna tog också del av ljud- eller e-bok i större utsträckning än 20 till 24-åringarna.

Även i åldersgruppen **25 till 44 år** läste kvinnor mer än män. Ljudboken var något mer populär bland dem utan högskoleutbildning medan e-boken lästes i något högre utsträckning bland dem med högskoleutbildning. Den tryckta boken lästes i högre utsträckning i städer medan ljudbok och e-bok användes i samma utsträckning i städer och på landsbygd.

I åldern **45 till 64 år** var andelen kvinnor som lyssnade på ljudbok dubbelt så hög som bland män. Bland de äldsta, **65 till 85-åringarna**, var andelen ljudbokslyssnare något lägre än i de flesta andra grupper. Åldersgruppen följer mönstret med högst andel läsare bland kvinnor, högskoleutbildade samt boende i storstad/stad.

BOK Daglig räckvidd, 9–14 år, 2020 (procent)

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	59	51	13	7
Flicka	62	54	14	7
Pojke	54	45	11	6
Storstad	68	62	12	13
Stad	55	48	10	5
Landsbygd	(55)	(45)	(15)	(4)

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

BOK Daglig räckvidd, 15–24 år, 2020 (procent)

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	43	34	11	9
Kvinna	48	38	14	11
Man	37	30	8	7
15–19 år	47	36	14	10
20–24 år	38	31	8	8
Storstad	48	39	12	10
Stad	41	33	10	11
Landsbygd	39	28	11	7

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

BOK Daglig räckvidd, **25–44 år**, 2020 (procent)

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	42	30	12	7
Kvinna	49	35	16	7
Man	34	25	9	7
25–34 år	39	29	11	7
35–44 år	45	31	14	8
Ej högskola	35	22	15	6
Högskola	47	35	11	9
Storstad	44	32	13	8
Stad	47	34	11	8
Landsbygd	36	25	12	6

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

BOK Daglig räckvidd, **45–64 år**, 2020 (procent)

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	45	31	15	6
Kvinna	54	37	20	7
Man	32	22	8	5
45–54 år	45	28	17	7
55–64 år	44	33	13	5
Ej högskola	35	23	12	4
Högskola	54	38	18	8
Storstad	50	35	15	8
Stad	42	27	15	6
Landsbygd	41	29	15	5

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

BOK Daglig räckvidd, **65–85 år**, 2020 (procent)

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	48	41	6	4
Kvinna	58	50	8	5
Man	38	33	4	3
65–74 år	49	41	7	4
75–85 år	47	42	5	3
Ej högskola	40	34	5	3
Högskola	60	52	8	6
Storstad	55	46	8	5
Stad	50	45	5	3
Landsbygd	42	35	6	4

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).



Bok: Genomsnittlig läsartid bland läsare/lyssnare

Ulf Huett Nilsson/Scandinav

Bland bokläsare- och lyssnare i åldern 9 till 85 år ägnades ljudboken längst tid under 2020.

Boklyssnarna lyssnade till en ljudbok i snitt en timme och 10 minuter.

De som läste tryckt bok eller e-bok ägnade dem i snitt något under en timme.

Generellt ägnade kvinnliga bokläsare lite mer tid åt den tryckta boken än manliga läsare.

Läsartiden för tryckt bok var längst i åldern 65 till 85 år medan tiden för ljudbok var längst bland lyssnare 45 år och äldre.

Längst tid lyssnade ljudbokslyssnare med lägre utbildning och lyssnare på landsbygden.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från 9–79 år till 9–85 år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern 9–79 år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet 9–85 år.

Under en genomsnittlig dag 2020 lyssnade boklyssnare i åldern 9 till 85 år sammantaget 71 minuter, det vill säga cirka en timme och tio minuter, på ljudbok. E-bok och tryckt bok lästes kortare tid men ungefär lika länge vardera, runt 55 minuter. Kvinnliga läsare läste tryckt bok och lyssnade till ljudbok något längre tid än manliga läsare. Omvänt läste manliga läsare av e-bok något längre tid än kvinnor. Skillnaderna mellan könen var dock förhållandevis små.

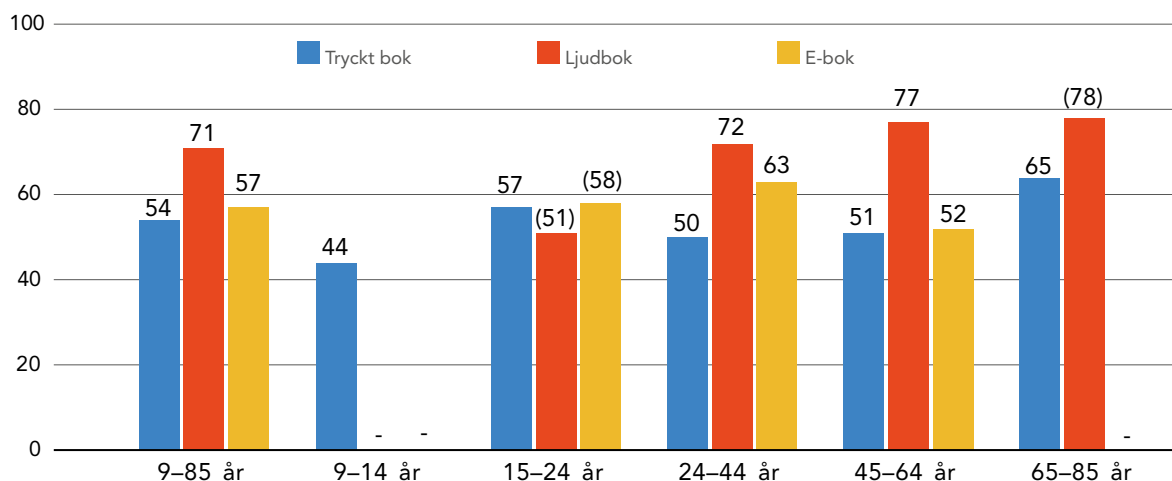
Tiden för läsning av tryckt bok var längst bland de äldsta, 65 minuter, och kortast i undersökningens yngsta åldersgrupp, 9 till 14 år, 44 minuter. Läsarna mellan 15 och 24 år läste knappt en timme, 57 minuter.

I åldrarna 25 till 44 år och 45 till 64 år var läsartiden för tryckt bok densamma, cirka 50 minuter vardera. Däremot lyssnade den äldre gruppen på ljudbok något längre än 25 till 44-åringarna. Lyssnartiden uppgick till 77 minuter jämfört med 25 till 44-åringarnas 72 minuter.

Personer utan högskoleutbildning lyssnade längre tid på ljudbok, 80 minuter, än de med högskoleutbildning, 72 minuter. För tryckt bok fanns under 2020 ingen egentlig skillnad beroende på utbildning vad gällde läsartid bland bokläsare.

Bostadsort visade inte heller på någon skillnad vad gäller läsartid för den tryckta boken. För ljudboken var dock lyssnartiden längre på landsbygden än i städerna. E-bok lästes något längre tid bland läsare i städer jämfört med läsare på landsbygden, strax över en timme.

BOK Genomsnittlig läsartid bland läsare/lyssnare, 9–85 år, 2020 (minuter)



Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-" Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

BOK Genomsnittlig läsartid bland läsare/lyssnare, 9–85 år, 2020 (minuter)

	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	54	71	57
Kvinna	56	72	56
Man	51	69	60
9–14 år	44	-	-
15–24 år	57	(51)	(58)
25–44 år	50	72	63
45–64 år	51	77	52
65–85 år	65	(78)	-
Ej högskola (25–85 år)	56	80	(54)
Högskola (25–85 år)	54	72	61
Storstad	54	69	57
Stad	58	69	62
Landsbygd	52	74	54
Antal svar	2 049	717	402

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-" Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

Bokgenrer: Daglig räckvidd



Astrakan Images AB/Scandinavia

Den mest lästa bokgenren i befolkningen 9 till 85 år 2020 var skönlitteratur.

Kvinnor läste skönlitteratur i betydligt större utsträckning än män.

Läsning av skönlitteratur var högst bland de yngsta och de äldsta.

Barn och unga var de som i störst utsträckning läste lärobok en genomsnittlig dag.

Räckvidden för skönlitteratur var högre i storstad än i landsbygd. Övriga bokgenrer hade ingen koppling till var människor bodde.

I befolkningen 9 till 79 år var skönlitteratur den mest lästa bokgenren under 2020. En av tre läste någon skönlitterär bok en vanlig dag. I jämförelsen med hur befolkningen 9 till 79 år läste 2019 är resultaten i avseende på vilka bokgenrer man tagit del av likartade. Något fler läste skönlitteratur under 2020 men andelarna som tog del av en fackbok, lärobok, barnbok eller biografi/memoar var ungefär lika höga 2020 som 2019.

I befolkningen 9 till 85 år läste kvinnor skönlitteratur i högre utsträckning än män. För lärobok, fackbok och biografi/memoar förelåg inga skillnader i läsning mellan könen. Barnbok lästes däremot i något högre grad bland kvinnor än bland män.

Sett till de olika åldersgrupperna var det främst de yngsta, 9 till 14-åringarna, och de äldsta, 65 till 85-åringarna, som läste skönlitteratur. I åldern 15 till 44 år var det ungefär en av fyra som läste skönlitteratur en vanlig dag.

Lärobok eller kursbok var den genre som lästes i näst störst utsträckning sett till hela befolkningen, men i förhållande till skönlitteratur låg läsningen på en helt annan nivå. En av tio i befolkningen 9 till 85 år läste en lärobok eller kursbok en vanlig dag 2020. Här spelade dock ålder en viktig roll. Det var främst de yngre åldrarna, 9 till 24 år, som läste lärobok eller kursbok.

Facklitteratur lästes i förhållandevis likartad utsträckning oavsett kön. Däremot märktes en skillnad mellan åldersgrupperna. 9 till 14-åringar låg lägst, 4 procent läste en fackbok en vanlig dag. Högst räckvidd fanns bland de mellan 25 och 44 år, 10 procent.

Läsning av barnbok var däremot som mest utbredd bland de yngsta, 9 till 14-åringarna. Föräldrars läsning för barn noteras också i åldersgruppen 25 till 44 år där 12 procent läste någon barnbok. Andelen läsare i denna åldersgrupp var därmed betydligt högre än i åldrarna närmast under och över. Biografi/memoar lästes i stort sett i samma utsträckning bland dem över 14 år, cirka 5 procent en genomsnittlig dag.

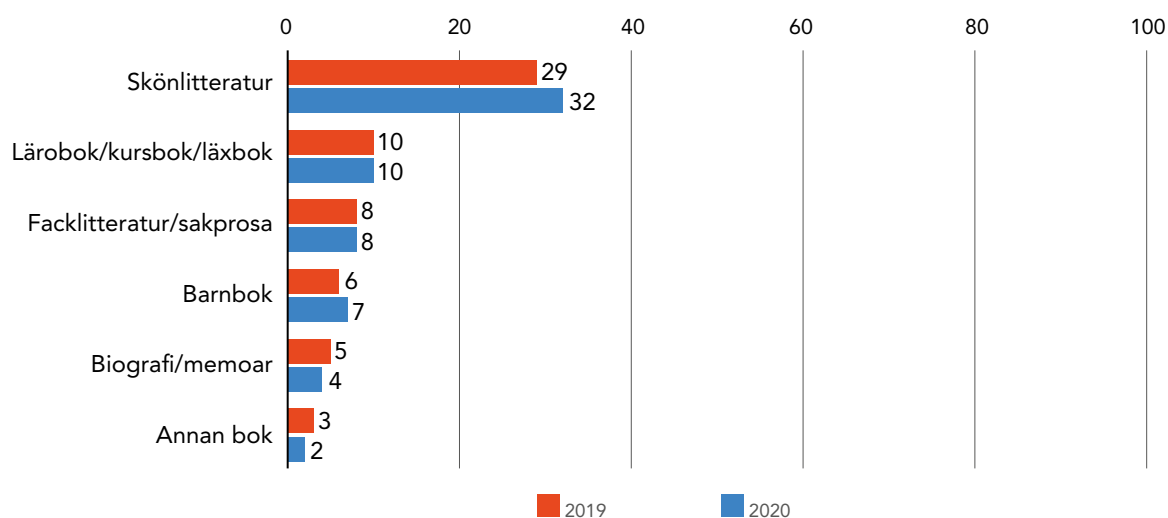
Utbildningsnivå hade betydelse för andelen läsare av samtliga genrer. Det var vanligare att läsa skönlitteratur bland personer med högskoleutbildning, 37 procent läste denna genre en vanlig dag jämfört med 27 procent bland personer utan högskoleutbildning. En något högre andel läsare bland högskoleutbildade märktes även för lärobok, facklitteratur och barnbok.

Bostadsort uppvisade enbart skillnader i avseende på skönlitteratur, som lästes i högre utsträckning bland storstads- än bland landsbygdsbor.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från 9–79 år till 9–85 år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern 9–79 år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet 9–85 år.

BOKGENRER Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 och 2020 (procent)



Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller tryckt bok, ljudbok eller e-bok.

BOKGENRER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2020 (procent)

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/ memoar
Totalt	32	10	8	7	4
Kvinna	40	11	8	8	5
Man	24	9	9	5	3
9–14 år	41	31	4	14	3
15–24 år	28	26	7	3	4
25–44 år	26	8	9	12	4
45–64 år	34	5	9	5	4
65–85 år	40	2	8	1	5
Ej högskola (25–85 år)	27	3	5	4	3
Högskola (25–85 år)	37	7	12	10	5
Storstad	35	11	10	7	5
Stad	33	10	8	7	4
Landsbygd	29	8	7	6	4

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller tryckt bok, ljudbok eller e-bok.

Bokgenrer: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldersgruppen **9 till 14 år** läste flickor såväl skönlitteratur som facklitteratur i högre utsträckning än pojkar. 9 till 14-åringar boende i storstad läste både skönlitteratur och läroböcker i högre utsträckning än övriga.

Bland ungdomarna, **15 till 24 år**, läste kvinnor skönlitteratur men även lärobok i större utsträckning än män. Bland 15 till 19-åringar tog var tredje del av skönlitteratur och ungefär lika många tog del av någon lärobok. I den äldre halvan av åldersgruppen, 20 till 24 år, läste ungefär en femtedel någon skönlitterär bok och lika många tog del av en fackbok. Läsning av lärobok var högst i storstäderna.

I åldern **25 till 44 år** pekade högre utbildningsnivå mot en högre andel läsare av samtliga genrer, undantaget biografi/memoar som lästes av lika många i båda grupperna. Andelen personer som läste barnböcker var högre i den äldre halvan av åldersgruppen.

I åldern **45 till 64 år** dominerade läsning av skönlitteratur. För övriga genrer var utbildningsnivå den bakgrundsfaktor som framträdde tydligast vad gäller skillnader i andelen läsare.

I åldersgruppen **65 till 85 år** var skillnaderna mellan män och kvinnors läsning av skönlitteratur störst. Hälften av kvinnorna hade läst en skönlitterär bok en vanlig dag 2020. Bland männen rörde det sig om en knapp tredjedel.

BOKGENRER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2020 (procent)

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/ memoar
Totalt	41	31	4	14	3
Flicka	45	34	3	16	4
Pojke	35	27	4	12	3
Storstad	48	40	4	21	6
Stad	36	30	2	10	1
Landsbygd	(39)	(25)	(4)	(12)	(2)

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller tryckt bok, ljudbok eller e-bok. Värdet i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

BOKGENRER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2020 (procent)

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/ memoar
Totalt	28	26	7	3	4
Kvinna	34	30	6	3	5
Man	23	21	7	3	4
15–19 år	33	30	6	4	4
20–24 år	23	21	7	2	5
Storstad	32	29	7	4	5
Stad	24	27	7	3	3
Landsbygd	28	21	6	3	5

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller tryckt bok, ljudbok eller e-bok.

BOKGENRER Daglig räckvidd, **25–44 år**, 2020 (procent)

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/ memoar
Totalt	26	8	9	12	4
Kvinna	32	8	8	16	5
Man	20	8	10	8	3
25–34 år	25	10	9	7	4
35–44 år	28	7	9	17	4
Ej högskola	21	7	6	8	4
Högskola	29	9	11	15	4
Storstad	28	8	10	10	5
Stad	28	10	11	16	4
Landsbygd	21	7	7	12	3

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller tryckt bok, ljudbok eller e-bok.

BOKGENRER Daglig räckvidd, **45–64 år**, 2020 (procent)

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/ memoar
Totalt	34	5	9	5	4
Kvinna	42	6	10	5	4
Man	23	4	8	4	3
45–54 år	33	7	10	7	3
55–64 år	35	3	9	3	4
Ej högskola	27	2	5	2	2
Högskola	40	8	13	7	5
Storstad	37	6	12	6	4
Stad	35	4	7	4	4
Landsbygd	30	5	8	5	3

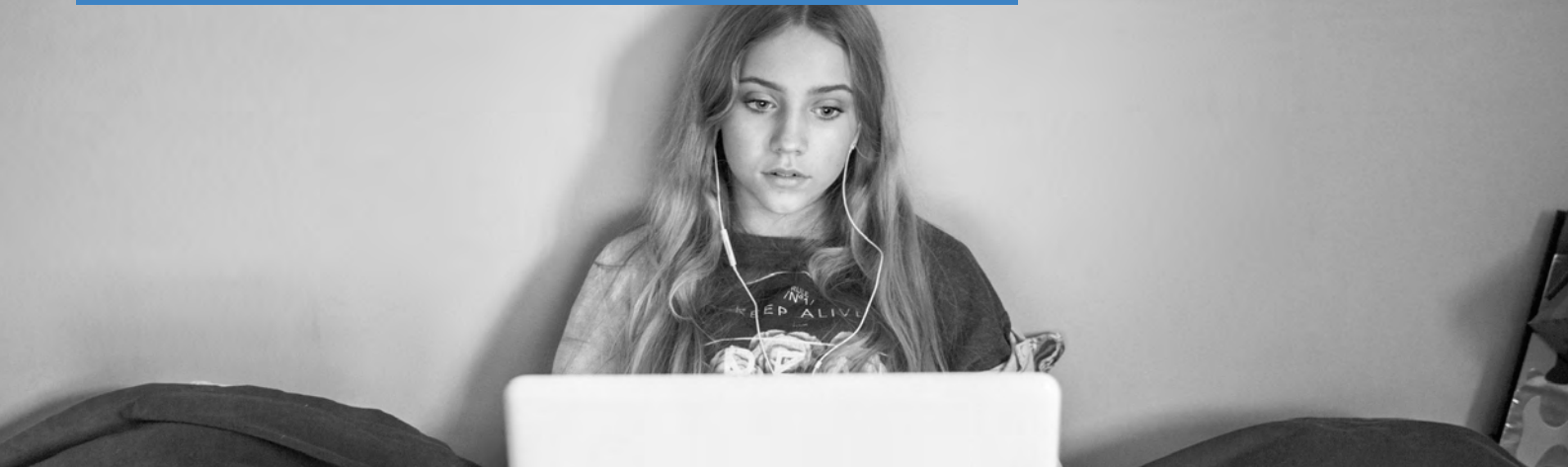
Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller tryckt bok, ljudbok eller e-bok.

BOKGENRER Daglig räckvidd, **65–85 år**, 2020 (procent)

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/ memoar
Totalt	40	2	8	1	5
Kvinna	51	2	7	2	6
Man	29	1	9	0	4
65–74 år	41	2	8	1	6
75–85 år	40	2	8	1	5
Ej högskola	33	1	5	1	5
Högskola	50	3	13	2	6
Storstad	45	4	9	1	6
Stad	43	1	9	1	5
Landsbygd	34	1	7	1	5

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller tryckt bok, ljudbok eller e-bok.

Sociala nätverkstjänster: Daglig räckvidd



Lena Granefelt/Scandinav

83% i åldern 9 till 85 år använde sociala nätverkstjänster en vanlig dag 2020 – flest, 64%, använde Facebook.

Facebook, Instagram, Snapchat och Tiktok hade fler användare bland kvinnor än bland män – för Twitter och LinkedIn gällde det omvända.

96% i åldern 15 till 24 år använde sociala nätverkstjänster en vanlig dag – andelen användare i åldern 65 till 85 år var 58%.

Räckvidden för sociala nätverkstjänster var högre bland högutbildade än bland lågutbildade – det gällde i synnerhet Instagram och LinkedIn.

De sociala nätverkstjänsterna var överlag lika populära i hela landet – undantaget var LinkedIn, som hade klart högst räckvidd i storstäderna.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från 9–79 år till 9–85 år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern 9–79 år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet 9–85 år.

Under 2020 tog 84 procent av befolkningen 9 till 79 år del av någon social nätverkstjänst en vanlig dag. De flesta tog del av Facebook, 64 procent. Nästan lika stor del av befolkningen, 59 procent, tog del av Instagram, medan 32 procent tog del av Snapchat. Omkring 10 procent tog del av Twitter, LinkedIn eller någon blogg/vlogg. Användningen av sociala nätverkstjänster ökade från 2019 med 5 procentenheter. Ökningen gällde framför allt Facebook och Instagram.

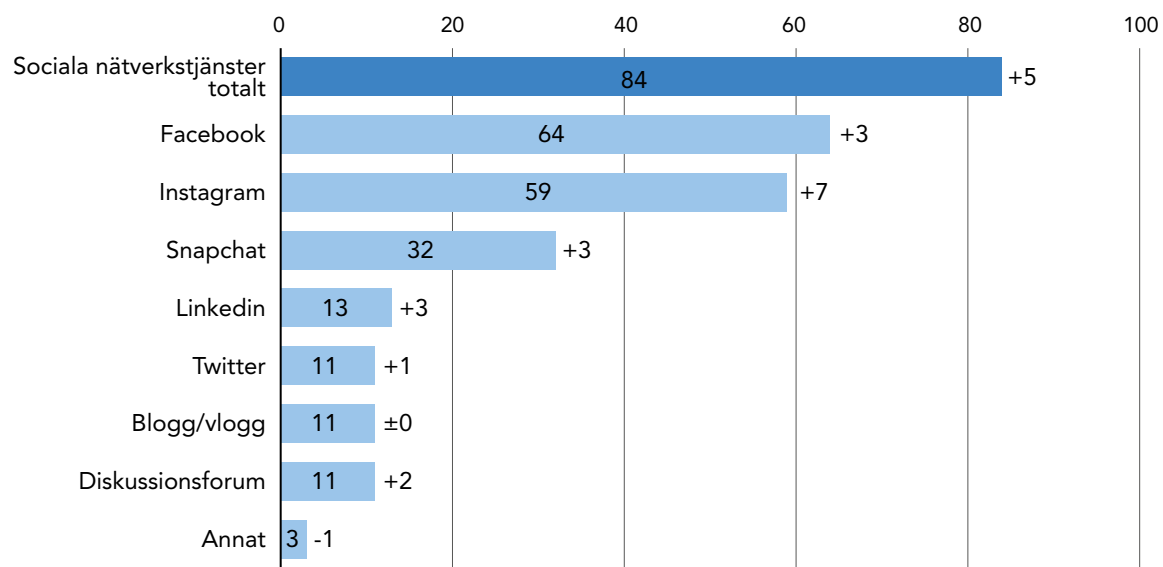
Under 2020 ingick Tiktok i frågorna och 12 procent i åldern 9 till 85 år använde tjänsten. Överlag använde kvinnor de olika sociala nätverkstjänsterna i högre utsträckning än vad män gjorde. Undantagen var Twitter och LinkedIn som har fler användare bland män. Största gapet mellan kvinnors och mäns användning av nätverkstjänsterna var för Instagram. En vanlig dag 2020 var det 68 procent av kvinnorna som tog del av Instagram. Bland männen var motsvarande andel 46 procent.

Det fanns en betydande åldersskillnad i användningen av de olika sociala nätverkstjänsterna. Högst andel användare fanns i åldersgruppen 15 till 24 år. Lägst andel fanns i gruppen 65 till 85 år. Facebook var den populäraste plattformen i de tre äldre åldersgrupperna, 45 till 85 år, medan åldersgruppen mellan 15 och 24 år var betydligt mer benägen att använda Snapchat, Instagram och Tiktok. Skillnaderna var särskilt tydliga för Snapchat: 85 procent i gruppen 15 till 24 år använde Snapchat en vanlig dag 2020. Bland de yngsta, 9 till 14 år, var andelen 76 procent. Endast 3 procent i åldersgruppen 65 till 85 år använde Snapchat under 2020. I den yngsta gruppen 9 till 14 år fanns den största andelen användare av Tiktok, 63 procent.

Personer med högskoleutbildning var generellt sett något mer benägna att använda sociala nätverkstjänster jämfört med personer utan högskoleutbildning. Skillnaderna avsåg främst Facebook, Instagram och LinkedIn. För LinkedIn låg räckvidden på 20 procent bland personer med högskoleutbildning och 9 procent bland dem utan högskoleutbildning. Sociala nätverkstjänster med ung användarprofil har låg räckvidd eftersom utbildning redovisas i befolkningen som var 25 år och äldre.

Skillnader beroende på boendeort noterades tydligast i räckvidden för LinkedIn. Andelen användare av dessa tjänster var högre bland storstadsbor än bland landsbygdsbor. Även Twitter hade lägre andel användare på landsbygd.

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, **9–79 år**, 2020 (procent samt förändring jämfört med 2019 i procentenheter)



Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, **9–85 år**, 2020 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	LinkedIn	Tiktok	Twitter
Totalt	83	64	58	31	13	12	11
Kvinna	86	70	68	33	12	14	7
Man	79	57	46	29	14	10	15
9–14 år	90	9	60	76	0	63	6
15–24 år	96	62	83	85	6	44	23
25–44 år	92	77	69	32	21	5	14
45–64 år	81	69	51	14	16	2	7
65–85 år	58	51	29	3	4	0	4
Ej högskola (25–85 år)	75	64	47	19	9	3	7
Högskola (25–85 år)	84	70	57	16	20	2	11
Storstad	86	65	61	29	20	11	14
Stad	82	63	58	32	11	12	13
Landsbygd	81	63	54	32	7	12	7

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga sociala nätverkstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

Sociala nätverkstjänster: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

Bland **9 till 14-åringarna** tog flickor del av sociala nätverkstjänster i högre utsträckning än pojkar under 2020. Det gällde framförallt Snapchat, Instagram och Tiktok.

Även i åldersgruppen **15 till 24 år** var Instagram och Snapchat de största tjänsterna. Facebook hade fler användare än Tiktok, men där fanns en tydlig skillnad mellan den yngre och äldre halvan av gruppen. Tiktok hade flest användare på landsbygd, för Twitter var det tvärtom.

I åldern **25 till 44 år** var gapet mellan kvinnors och mäns användning av tjänsterna förhållandevis stort. Män använde Twitter i betydligt högre grad

än kvinnor. Skillnaderna utifrån utbildningsnivå och boendeort avsåg framförallt LinkedIn.

I gruppen **45 till 64 år** var räckvidden högre för Facebook och Instagram bland kvinnor än bland män. Män använde istället Twitter och LinkedIn i högre utsträckning. Även högskoleutbildning och boende i storstad utmärkte användare av dessa tjänster.

Även bland **65 till 85-åringar** använde fler kvinnor sociala nätverkstjänster än män. Framför allt användes Facebook och Instagram. Högutbildade använde dessa tjänster i större utsträckning än de utan högskoleutbildning. Skillnaderna var överlag små i relation till boendeort.

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2020 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	LinkedIn	Tiktok	Twitter
Totalt	90	9	60	76	0	63	6
Flicka	95	10	68	83	0	77	6
Pojke	84	8	51	69	0	48	6
Storstad	87	4	54	67	0	64	6
Stad	85	8	54	74	0	61	4
Landsbygd	(94)	(12)	(68)	(84)	(0)	(65)	(7)

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga sociala nätverkstjänster, inte bara de som nämns i tabellen. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2020 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	LinkedIn	Tiktok	Twitter
Totalt	96	62	83	85	6	44	23
Kvinna	98	68	91	89	5	52	20
Man	94	56	75	82	6	36	26
15–19 år	97	46	84	91	3	57	21
20–24 år	95	80	81	79	9	30	24
Storstad	96	60	83	83	8	38	25
Stad	97	66	85	85	6	44	27
Landsbygd	94	61	82	87	2	51	17

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga sociala nätverkstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2020 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Linkedin	Tiktok	Twitter
Totalt	92	77	69	32	21	5	14
Kvinna	95	84	81	34	21	7	7
Man	89	69	56	30	20	3	21
25–34 år	94	79	74	46	20	7	15
35–44 år	90	74	63	17	21	3	13
Ej högskola	91	74	67	39	13	7	13
Högskola	93	78	69	24	25	4	14
Storstad	94	77	71	28	30	6	16
Stad	92	75	70	33	18	5	17
Landsbygd	90	77	65	36	10	5	8

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga sociala nätverkstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2020 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Linkedin	Tiktok	Twitter
Totalt	81	69	51	14	16	2	7
Kvinna	85	74	63	17	13	2	4
Man	75	62	35	10	19	2	11
45–54 år	85	73	56	18	20	2	9
55–64 år	77	65	46	10	11	1	5
Ej högskola	79	69	46	14	11	2	4
Högskola	83	69	56	14	20	2	10
Storstad	82	66	55	12	23	2	11
Stad	79	69	53	14	14	2	7
Landsbygd	81	71	47	15	11	1	4

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga sociala nätverkstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 65–85 år, 2020 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Linkedin	Tiktok	Twitter
Totalt	58	51	29	3	4	0	4
Kvinna	63	56	36	4	2	0	2
Man	53	45	21	2	6	0	5
65–74 år	64	56	34	4	5	0	4
75–85 år	49	42	20	2	2	0	3
Ej högskola	55	48	26	4	2	0	3
Högskola	63	55	32	3	7	0	5
Storstad	59	52	28	2	7	0	4
Stad	61	51	30	3	5	0	4
Landsbygd	56	50	28	4	2	0	3

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga sociala nätverkstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

Sociala nätverkstjänster: Genomsnittlig användartid bland användare



Scandinav

Användarna 9 till 85 år tog i snitt del av sociala nätverkstjänster 72 minuter en vanlig dag 2020.

Kvinnliga användare ägnade mer tid åt sociala nätverkstjänster än manliga användare.

Längst tid, två timmar och tio minuter per dag, spenderade åldersgruppen 15 till 24 år – det var nästan fyra gånger så lång tid som 65 till 85-åringarna.

Högutbildade användare spenderade lika lång tid på sociala nätverkstjänster som lågutbildade.

Användare boende i stad lade lite mer tid på sociala nätverkstjänster än de som bodde i storstad eller på landsbygd.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från **9–79 år** till **9–85 år**. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern **9–79 år**. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet **9–85 år**.

Under 2020 spenderade den genomsnittlige användaren i åldern 9 till 85 år i snitt 72 minuter på sociala nätverkstjänster en vanlig dag. Mediebarometern har tidigare visat att vi investerar mer och mer av vår tid på att vara online på olika sociala nätverkstjänster. I olika användargrupper är det de grupper som tidigt haft en hög andel användare som fortsatt lägger mest tid på sociala nätverkstjänster.

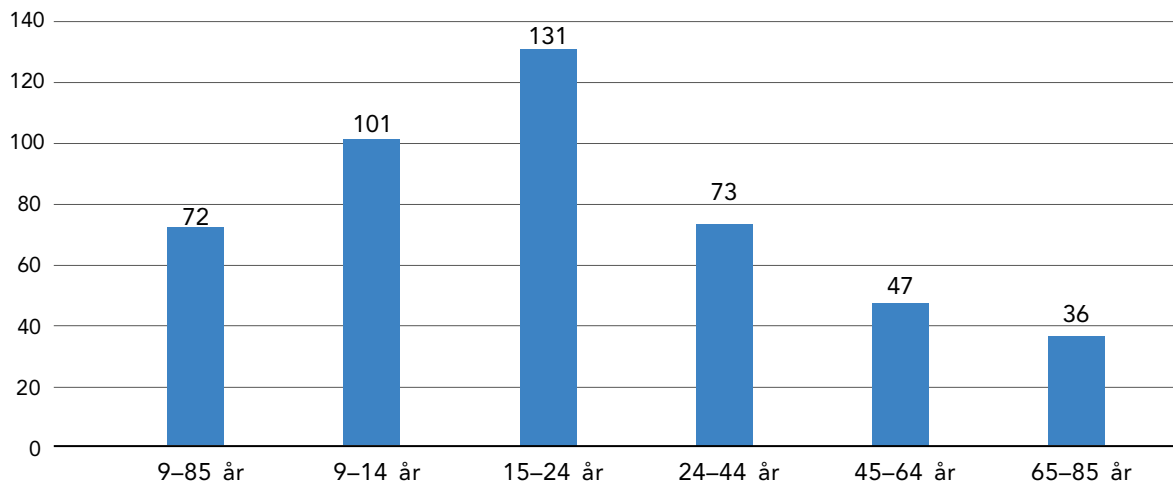
Kvinnliga och manliga användare ägnade olika lång tid åt tjänsterna. Bland de kvinnor som tog del av sociala nätverkstjänster uppgick användartiden till i genomsnitt 79 minuter mot männens 63 minuter.

Användartiden bland användare av sociala nätverkstjänster varierade kraftigt mellan olika åldersgrupper. Under 2020 tog 90 procent av barnen 9 till 14 år del av sociala nätverkstjänster en vanlig dag och sammanlagt tog användarna del av tjänsterna drygt 1 timme och 40 minuter per dag. Den genomsnittliga användaren i åldersspannet 15 till 24 år använde sociala nätverkstjänster i 131 minuter. Det var således den åldersgrupp som ägnade mest tid åt sociala nätverkstjänster under 2020 som var den grupp där nästan alla använde sociala nätverkstjänster en vanlig dag, 96 procent. Bland personer 25 år och äldre år sjönk användartiden med stigande ålder. Användarna mellan 65 och 85 år tog del av sociala nätverkstjänster i snitt 36 minuter per dag, vilket var hälften så lång tid som snittet för befolkningen som helhet.

När det gäller utbildning fanns nästan inga skillnader i användartiden av sociala nätverkstjänster under 2020. Användare i åldersintervallet 25 till 85 år ägnade omkring 55 minuter åt sociala nätverkstjänster en vanlig dag oberoende av utbildningsnivå.

Skillnaderna i användartid utifrån boendeort var också relativt begränsade.

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Genomsnittlig användartid bland användare, 9–85 år, 2020 (minuter)



Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

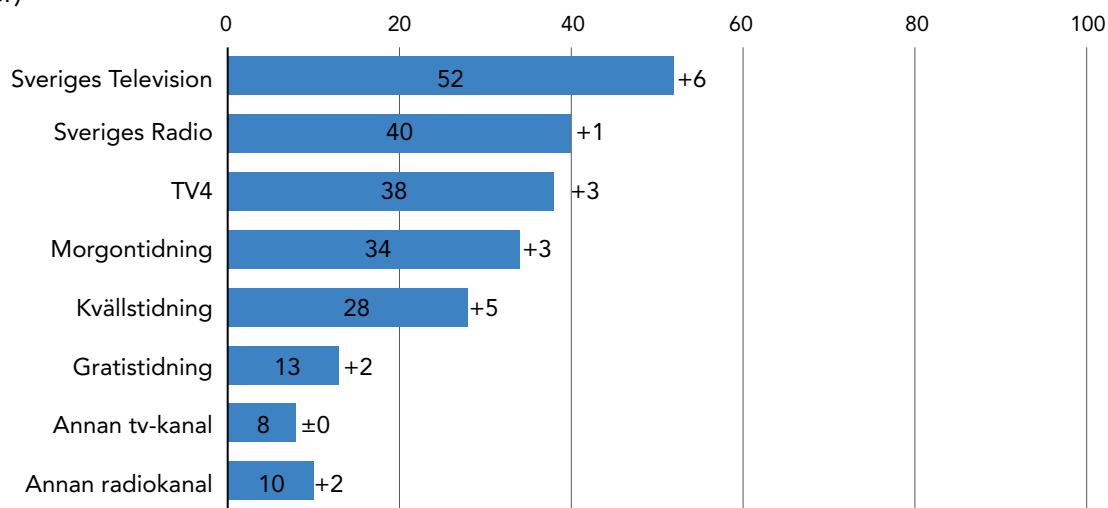
SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Genomsnittlig användartid bland användare, 9–85 år, 2020 (minuter)

	Användartid
Totalt	72
Kvinna	79
Man	63
9–14 år	101
15–24 år	131
25–44 år	73
45–64 år	47
65–85 år	36
Ej högskola (25–85 år)	57
Högskola (25–85 år)	55
Storstad	70
Stad	77
Landsbygd	70
Antal svar	4 987

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).



NYHETER Daglig räckvidd, **9–79 år**, 2020 (procent samt förändring jämfört med 2019 i procent-enheter)



Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter i respektive medium i traditionell form eller digitalt.

NYHETER Daglig räckvidd, **9–85 år**, 2020 (procent)

	SVT	SR	TV4	Morgon-tidning	Kvälls-tidning	Gratis-tidning
Totalt	53	41	39	35	27	13
Kvinna	53	39	41	36	27	12
Man	53	43	37	33	29	13
9–14 år	22	13	16	6	4	4
15–24 år	22	16	23	13	15	13
25–44 år	38	34	27	25	32	13
45–64 år	66	51	48	44	35	12
65–85 år	88	64	63	61	24	14
Ej högskola (25–85 år)	60	47	50	36	29	12
Högskola (25–85 år)	62	48	38	45	33	14
Storstad	53	39	35	35	29	15
Stad	54	39	40	38	29	13
Landsbygd	52	45	42	32	25	10

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter i respektive medium i traditionell form eller digitalt.

Nyheter: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

Räckvidden för nyheter i traditionella nyhetsmedier var under 2020 jämförelsevis låg i åldersgrupperna **9 till 14 år** och **15 till 24 år**. Skillnaderna i relation till kön och boendeort var också begränsade.

I gruppen **25 till 44 år** var differenserna i räckvidden för traditionella nyhetsmedier tydliga i förhållande till utbildningsnivå och boendeort. I gruppen tog en större andel med högskoleutbildning än utan högskoleutbildning del av SVT:s och morgontidningarnas nyheter. Räckvidden för dessa medier var också högre i storstäderna. Inom åldersgruppen tog den äldre halvan del av nyheter från de traditionella medierna i högre utsträckning

än den yngre halvan. Undantaget var gratistidningar som överlag uppvisade en låg räckvidd.

Personer i åldern **45 till 64 år** uppvisade samma mönster som 25 till 44-åringarna. Skillnaderna mellan olika grupper var dock något mindre framträdande.

Bland **65 till 85-åringarna** var skillnaderna överlag små sett till kön, utbildning och boendeort. Största differenserna gällde räckvidden för nyheter i morgontidningar som var förhållandevis hög bland personer med högskoleutbildning och bland boende i storstäderna. Omvänt tog förhållandevis många utan högskoleutbildning del av nyheterna i TV4.

NYHETER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2020 (procent)

	SVT	SR	TV4	Morgontidning	Kvällstidning	Gratis-tidning
Totalt	22	13	16	6	4	4
Flicka	16	8	13	6	3	4
Pojke	29	18	21	6	5	4
Storstad	22	9	16	6	5	5
Stad	24	18	12	8	6	6
Landsbygd	(20)	(14)	(20)	(4)	(1)	(3)

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter i respektive medium i traditionell form eller digitalt. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

NYHETER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2020 (procent)

	SVT	SR	TV4	Morgontidning	Kvällstidning	Gratis-tidning
Totalt	22	16	23	13	15	13
Kvinna	25	17	26	12	15	15
Man	20	15	19	14	15	11
15–19 år	22	16	24	12	10	11
20–24 år	22	17	22	14	21	16
Storstad	24	19	25	14	17	16
Stad	23	10	24	16	18	14
Landsbygd	20	19	20	9	10	10

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter i respektive medium i traditionell form eller digitalt.

NYHETER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2020 (procent)

	SVT	SR	TV4	Morgon-tidning	Kvälls-tidning	Gratis-tidning
Totalt	38	34	27	25	32	13
Kvinna	38	31	30	28	32	12
Man	39	37	23	22	32	14
25–34 år	33	30	24	21	28	14
35–44 år	45	38	30	30	37	13
Ej högskola	31	31	30	16	30	12
Högskola	44	36	25	32	34	15
Storstad	42	32	25	28	33	16
Stad	38	33	27	26	31	14
Landsbygd	34	37	29	21	33	10

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter i respektive medium i traditionell form eller digitalt.

NYHETER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2020 (procent)

	SVT	SR	TV4	Morgon-tidning	Kvälls-tidning	Gratis-tidning
Totalt	66	51	48	44	35	12
Kvinna	66	48	49	45	32	11
Man	65	54	47	43	38	14
45–54 år	57	45	40	41	37	13
55–64 år	73	56	55	47	32	12
Ej högskola	63	49	55	36	34	12
Högskola	68	52	42	51	35	13
Storstad	67	48	41	43	37	15
Stad	69	48	49	49	36	12
Landsbygd	63	54	53	41	32	10

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter i respektive medium i traditionell form eller digitalt.

NYHETER Daglig räckvidd, 65–85 år, 2020 (procent)

	SVT	SR	TV4	Morgon-tidning	Kvälls-tidning	Gratis-tidning
Totalt	88	64	63	61	24	14
Kvinna	86	64	65	59	22	13
Man	89	65	62	62	26	14
65–74 år	88	66	64	60	29	13
75–85 år	88	62	63	61	16	16
Ej högskola	85	63	67	57	22	14
Högskola	92	67	59	66	26	14
Storstad	89	63	61	64	23	17
Stad	88	65	63	63	29	15
Landsbygd	87	65	65	56	21	11

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter i respektive medium i traditionell form eller digitalt.

Nyheter i sociala nätverkstjänster: Daglig räckvidd



Scandinav

29% av befolkningen 9 till 85 år tog del av nyheter via Facebook en vanlig dag 2020 – 18% tog del av nyheter via Instagram och 10% via Youtube.

Instagram var mer populär som nyhetsförmedlare bland kvinnor – nyheter från Youtube och Twitter var mer populära bland män.

Nyheter från Instagram hade högst räckvidd i åldern 15 till 24 år medan Snapchat var störst i åldern 9 till 14 år.

Låg- och högutbildade tog del av nyheter från Facebook i lika hög utsträckning.

Räckvidden för de sociala nätverkstjänsterna som nyhetsförmedlare var ungefär lika hög i storstäderna som på landsbygden.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från **9–79** år till **9–85** år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern **9–79** år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet **9–85** år.

Andelen som tar del av nyheter i de sociala nätverkstjänsterna är lägre än den totala konsumtionen av nyheter i traditionella nyhetsmedier. Under 2020 låg andelen som tog del av nyheter i sociala nätverkstjänster i åldersgruppen 9 till 79 år på samma nivå som 2019. Facebook var båda åren den mest använda sociala nätverkstjänsten för nyheter. Omkring 30 procent i åldersgruppen 9 till 79 år uppgav att de tog del av nyheter via Facebook en genomsnittlig dag under åren 2019 och 2020.

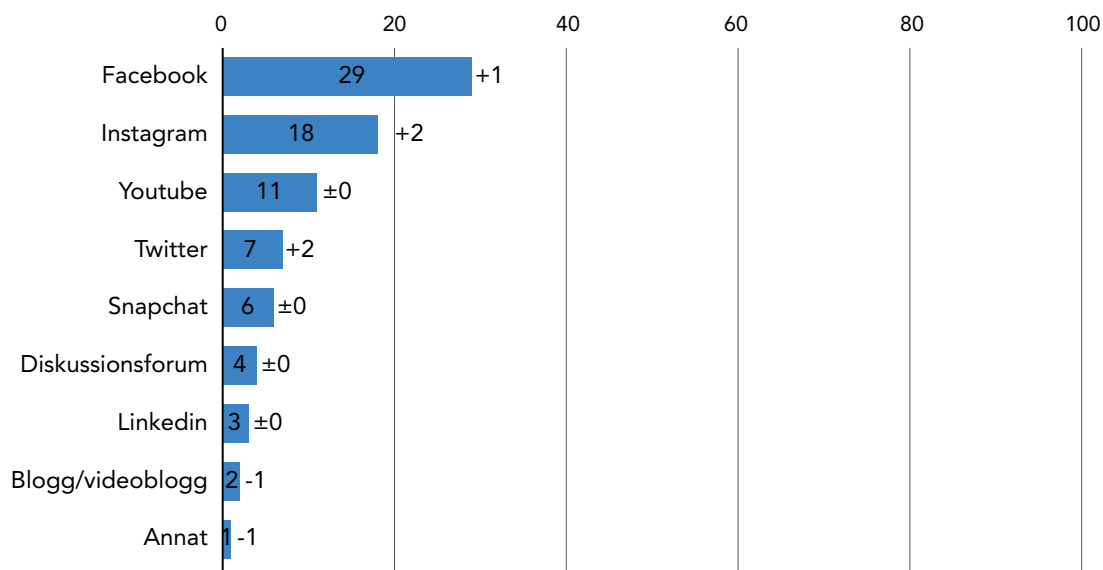
I åldersgruppen 9 till 85 år var skillnaderna i kvinnors och mäns nyhetskonsumtion via sociala nätverkstjänster relativt begränsade under 2020. Det kan dock konstateras att fler kvinnor än män tog del av nyheter via Instagram. Och fler män än kvinnor såg på nyheter via Youtube.

Räckvidden för nyheter i Facebook var relativt jämnt fördelad mellan olika åldersgrupper. Undantaget var barnen, 9 till 14 år, vars närvaro på Facebook generellt sett är låg. De yngre generationerna, som historiskt sett aldrig varit stora nyhetskonsumenter, angav dock att de i jämförelsevis hög grad tog av nyheter via Youtube, Instagram och Snapchat. Bland 9 till 14-åringarna var Youtube den vanligaste nyhetskällan bland de sociala nätverkstjänsterna, följt av Instagram och Snapchat.

I åldersgruppen 15 till 24 år var Instagram den största nyhetskällan med en daglig räckvidd på 42 procent, medan 34 procent tog del av nyheter via Facebook och 28 procent via Youtube. I de tre äldsta åldersgrupperna (25 till 85 år), tog relativt sett få del av nyheter på Youtube, Snapchat och Twitter.

I avseende på utbildning och boendeort var skillnaderna i nyhetsanvändningen begränsade under 2020.

NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, **9–79 år**, 2020 (procent samt förändring jämfört med 2019 i procentenheter)



Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter via respektive nätverkstjänst.

NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, **9–85 år**, 2020 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Twitter	Snapchat	Tiktok
Totalt	29	18	10	7	6	4
Kvinna	31	20	7	4	6	4
Man	27	15	14	10	5	3
9–14 år	4	33	30	5	23	24
15–24 år	34	42	28	15	20	13
25–44 år	36	18	9	9	3	1
45–64 år	29	10	4	4	1	0
65–85 år	18	7	3	2	1	0
Ej högskola (25–85 år)	30	11	6	4	2	1
Högskola (25–85 år)	28	13	6	7	1	0
Storstad	27	18	11	8	5	3
Stad	29	19	11	8	5	4
Landsbygd	30	16	9	4	6	4

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter via respektive nätverkstjänst.

Nyheter i sociala nätverkstjänster: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldersgruppen **9 till 14 år** var andelen som konsumerade nyheter via Instagram en vanlig dag 2020 högre bland flickor än bland pojkar. Samtidigt tog pojkar del av nyheter via Youtube i högre grad än flickor.

Samma mönster återfanns i åldern **15 till 24 år**. I åldersgruppen fanns också en tydlig skiljelinje mellan 15 till 19-åringar och 20 till 24-åringar i avseende på vilken social nätverkstjänst man tog del av nyheter genom. Bland de äldsta var Facebook den vanligaste sociala nätverkstjänsten för nyheter. Andelen låg på 45 procent medan motsvarande

andel bland 15 till 19-åringarna var 24 procent.

I åldrarna **25 till 44 år** och **45 till 64 år** fanns inte lika tydliga skillnader mellan kvinnor och män eller mellan storstadsbor och landsortsbor när det gällde att ta del av nyheter via sociala nätverkstjänster. Det största gapet avsåg nyheter via Instagram. 22 procent av kvinnorna i åldern 25 till 44 år tog del av nyheter från Instagram en vanlig dag 2020 men endast 13 procent av männen.

Bland **65 till 85-åringarna** märktes inga skillnader kopplade till kön, ålder, utbildningsnivå eller boendeort.

NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2020 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Twitter	Snapchat	Tiktok
Totalt	4	33	30	5	23	24
Flicka	4	36	26	5	23	25
Pojke	3	29	36	4	25	23
Storstad	1	34	27	4	20	21
Stad	4	31	35	4	24	25
Landsbygd	(6)	(33)	(30)	(6)	(25)	(25)

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter via respektive nätverkstjänst. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2020 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Twitter	Snapchat	Tiktok
Totalt	34	42	28	15	20	13
Kvinna	38	46	23	13	20	16
Man	31	37	34	17	20	10
15–19 år	24	54	34	15	27	19
20–24 år	45	28	22	15	12	6
Storstad	31	41	32	16	21	14
Stad	35	42	28	18	18	11
Landsbygd	36	41	25	11	22	14

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter via respektive nätverkstjänst.

NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2020 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Twitter	Snapchat	Tiktok
Totalt	36	18	9	9	3	1
Kvinna	40	22	5	4	3	1
Man	32	13	13	13	2	1
25–34 år	38	22	11	9	4	1
35–44 år	34	13	7	8	1	1
Ej högstskola	38	17	11	8	4	1
Högstskola	34	17	8	9	2	1
Storstad	32	18	9	10	3	1
Stad	37	20	9	10	3	1
Landsbygd	40	14	9	6	3	1

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter via respektive nätverkstjänst.

NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2020 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Twitter	Snapchat	Tiktok
Totalt	29	10	4	4	1	0
Kvinna	30	13	3	2	1	0
Man	28	7	5	7	1	0
45–54 år	33	12	5	6	2	0
55–64 år	26	9	3	3	1	0
Ej högstskola	32	9	4	2	1	0
Högstskola	27	12	4	6	1	0
Storstad	26	9	5	6	1	0
Stad	29	12	4	5	2	0
Landsbygd	32	10	3	2	1	0

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter via respektive nätverkstjänst.

NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 65–85 år, 2020 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Twitter	Snapchat	Tiktok
Totalt	18	7	3	2	1	0
Kvinna	18	7	2	1	1	0
Man	18	7	4	3	1	0
65–74 år	19	8	3	2	1	0
75–85 år	16	5	3	1	1	0
Ej högstskola	19	7	3	1	1	0
Högstskola	16	7	3	3	1	0
Storstad	18	7	3	2	1	0
Stad	18	7	3	2	0	0
Landsbygd	18	7	3	2	1	0

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter via respektive nätverkstjänst.

Medieteknik: Tillgång i hushållet

Caluvafoto/Scandinav

2020 hade nästan alla mellan 9 och 64 år tillgång till en smartphone – i gruppen 65 till 85 år var andelen 82%.

87% av befolkningen hade en bärbar dator i hushållet och 68% en surfplatta.

Tillgången till olika medietekniker varierade mycket litet mellan kvinnor och män.

93% i åldern 65 till 85 år hade en radioapparat i hushållet – i åldern 25 till 44 år var andelen 44%.

73% i åldern 9 till 14 år hade tillgång till en mediaspelare – i åldern 65 till 85 år var andelen 38%.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från 9–79 år till 9–85 år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern 9–79 år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet 9–85 år.

Den svenska befolkningen var tämligen välutrustad med avseende på tillgång till medieteknik under 2020. Tillgången till såväl smartphone som tv-apparat och bärbar dator var i det närmaste total i stora delar av befolkningen 9 till 79 år. Under året hade 96 procent tillgång till en smartphone, 94 procent till en tv-apparat och 88 procent till en bärbar dator. Tillgången till en mediaspelare, som till exempel Apple tv eller Chromecast, var 62 procent. Det var lika många som hade en radioapparat. Innehavet av medieteknik i hemmet ökade från 2019 till 2020. Fler äldre skaffade smartphone och tillgången till tv-apparat ökade i alla grupper jämfört med föregående år. Innehavet av radioapparat var det enda som minskade.

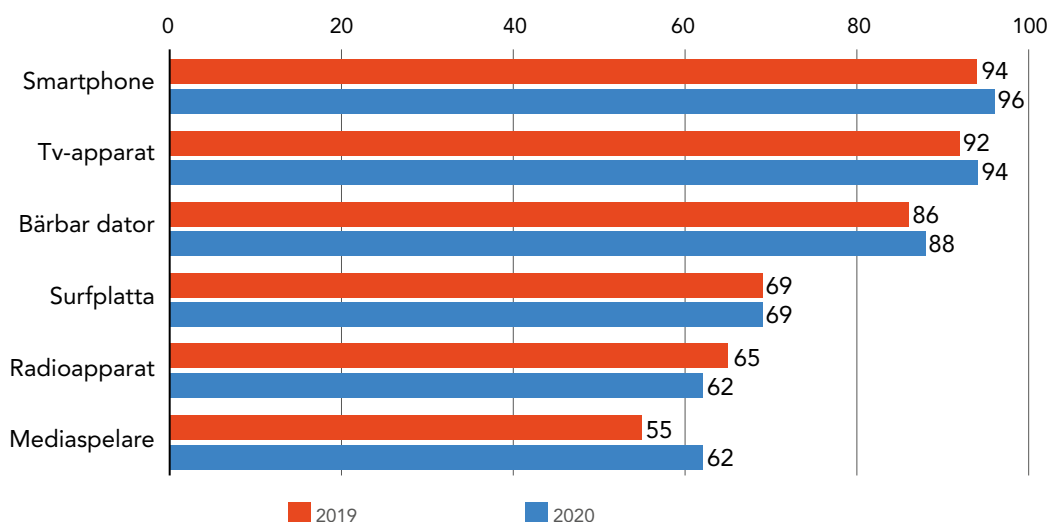
I åldersgruppen 9 till 85 år var skillnaden mellan könen i det närmaste obefintlig under 2020. Kvinnor och män hade tillgång till de olika typerna av medieteknologi i lika hög utsträckning. Dock var det en lite högre andel kvinnor än män som uppgav sig ha tillgång till en surfplatta.

I samtliga åldersgrupper hade en stor majoritet tillgång till såväl tv-apparat som smartphone och bärbar dator. Dessutom var tillgången till en smartphone högre än tillgången till en tv-apparat i nästan alla åldersgrupper. Undantaget var den äldsta gruppen, 65 till 85 år. Bland dem hade 82 procent en smartphone och 97 procent en tv-apparat. De flesta barn mellan 9 och 14 år hade tillgång till såväl smartphone som tv-apparat och bärbar dator. Tillgången till mediaspelare var högst bland barnen, 73 procent, och minskade därefter med stigande ålder. Lägst andel fanns bland personer i gruppen 65 till 85 år, 38 procent.

Även i fråga om utbildningsnivå fanns det under 2020 tydliga skillnader i tillgången till olika medietekniker. Undantaget var tv-apparater där tillgången var lika hög oberoende av utbildningsnivå. Personer utan högskolestudier hade större tillgång till radioapparater jämfört med personer med högskolestudier. Tillgång till smartphone, bärbar dator, surfplatta och mediaspelare var högst bland högskoleutbildade.

När det gäller boendeort fanns det i första hand skillnader i tillgången till radioapparat. Tillgången var mer utbredd på landsbygden jämfört med i storstäderna. I sammanhanget kan det noteras att även det totala radiolyssnandet var mer utbrett på landsbygd jämfört med i storstad.

MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 9–79 år, 2019 och 2020 (procent)



Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 9–85 år, 2020 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Radioapparat	Mediaspelare
Totalt	95	94	87	68	63	61
Kvinna	95	94	87	70	62	61
Man	95	94	86	66	63	60
9–14 år	99	98	91	88	57	73
15–24 år	99	94	93	65	45	71
25–44 år	99	90	90	66	44	65
45–64 år	97	96	88	74	73	63
65–85 år	82	97	74	58	93	38
Ej högskola (25–85 år)	91	95	79	64	70	54
Högskola (25–85 år)	97	93	91	71	64	62
Storstad	97	93	90	69	56	62
Stad	94	94	86	67	61	62
Landsbygd	94	95	84	68	70	58

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Medieteknik: Tillgång i hushållet i olika åldersgrupper

I åldersgrupperna **9 till 14 år** och **15 till 24 år** var tillgången till smartphone, tv-apparat och bärbar dator nära på total under 2020. Även tillgången till mediaspelare var hög oberoende av kön och boendeort. I den äldre gruppen var tillgången till bärbar dator och surfplatta högre bland kvinnor än bland män.

Bland **25 till 44-åringarna** var tillgången till smartphone, tv-apparat och bärbar dator också mycket hög. Den tudelade åldersindelningen inom åldersgruppen visade att tillgången till radioapparat, surfplatta och mediaspelare var högre i den äldre halvan, 25 till 34 år. I storstäderna var till-

gången till tv, surfplatta och radioapparat lägre än utanför dessa.

I åldern **45 till 64 år** var tillgången till bärbar dator och surfplatta mer utbredd bland personer med högskoleutbildning. Tillgången till radioapparat var högst på landsbygd.

I gruppen **65 till 85 år** var tillgången till bärbar dator, surfplatta och mediaspelare något högre bland män och bland högskoleutbildade. Tillgången till dessa tekniker var också högre i den yngre delen av gruppen. Tillgången till tv och radioapparat var jämnast fördelad i hela åldersgruppen.

MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 9–14 år, 2020 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Radioapparat	Mediaspelare
Totalt	99	98	91	88	57	73
Flicka	99	97	93	88	58	72
Pojke	99	99	90	87	57	73
Storstad	100	99	94	93	61	78
Stad	96	94	90	81	51	73
Landsbygd	(99)	(99)	(91)	(88)	(59)	(70)

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 15–24 år, 2020 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Radioapparat	Mediaspelare
Totalt	99	94	93	65	45	71
Kvinna	99	94	96	68	43	72
Man	99	95	90	62	46	70
15–19 år	99	98	95	78	55	75
20–24 år	98	90	91	50	33	66
Storstad	99	94	96	65	42	71
Stad	98	91	91	60	36	70
Landsbygd	98	97	92	69	56	72

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 25–44 år, 2020 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Radioapparat	Mediaspelare
Totalt	99	90	90	66	44	65
Kvinna	99	91	92	69	42	67
Man	99	89	87	63	46	63
25–34 år	99	88	90	56	34	61
35–44 år	99	92	90	77	55	69
Ej högskola	99	92	83	66	45	63
Högskola	99	89	94	68	45	67
Storstad	99	87	92	63	36	63
Stad	99	92	90	66	43	68
Landsbygd	99	92	87	70	55	65

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 45–64 år, 2020 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Radioapparat	Mediaspelare
Totalt	97	96	88	74	73	63
Kvinna	97	96	88	77	73	63
Man	96	96	88	72	74	63
45–54 år	98	95	90	79	67	69
55–64 år	95	96	86	70	79	58
Ej högskola	95	96	84	68	74	60
Högskola	98	96	92	80	73	66
Storstad	98	96	90	78	70	66
Stad	96	96	88	75	72	66
Landsbygd	96	95	86	71	77	59

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 65–85 år, 2020 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Radioapparat	Mediaspelare
Totalt	82	97	74	58	93	38
Kvinna	82	97	69	55	94	35
Man	83	96	79	62	92	41
65–74 år	90	97	81	64	92	47
75–85 år	69	96	62	48	94	24
Ej högskola	77	97	68	56	92	36
Högskola	90	96	82	62	94	42
Storstad	87	96	77	60	92	40
Stad	82	97	72	60	94	41
Landsbygd	78	96	73	56	93	35

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Prenumeration dagstidning: Tillgång i hushållet



Marie Linnér/Scandinav

2020 hade 49% av befolkningen 9 till 85 år tillgång till prenumererad dagstidning i hemmet, på papper eller digitalt.

47% hade tillgång till prenumererad morgontidning och 7% till någon kvällstidnings plustjänst.

36% hade tillgång till prenumererad digital morgontidning och 29% till någon papperstidning.

Den högsta andelen med tillgång till en morgontidningsprenumeration fanns i gruppen 65 till 85 år och den lägsta i gruppen 25 till 44 år.

Digitala prenumerationer var vanligare bland högutbildade än bland lågutbildade – för papperstidningen fanns inga sådana skillnader.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från **9–79** år till **9–85** år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern **9–79** år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet **9–85** år.

Under 2020 hade hälften, 49 procent, av den svenska befolkningen 9 till 79 år tillgång till en dagstidningsprenumeration i hushållet, på papper eller digitalt. Andelen som hade en prenumererad morgontidning uppgick till 46 procent. Det är värt att notera att den dagliga räckvidden för morgontidning, var högre än tillgången till prenumeration (se s. 55). 36 procent av befolkningen hade tillgång till digital morgontidningsprenumeration medan 29 procent hade tillgång till en prenumeration på papperstidning. 7 procent hade tillgång till prenumeration på en kvällstidnings plustjänst. Jämfört med 2019 ökade tillgången till prenumererad dagstidning i befolkningen som helhet. Ökningen beror på att fler uppgav sig ha tillgång till digitalt prenumererad morgontidning, en ökning med 5 procentenheter.

Några skillnader i befolkningen 9 till 85 år med avseende på kön fanns inte 2020. I princip lika många kvinnor som män hade tillgång till en prenumererad dagstidning.

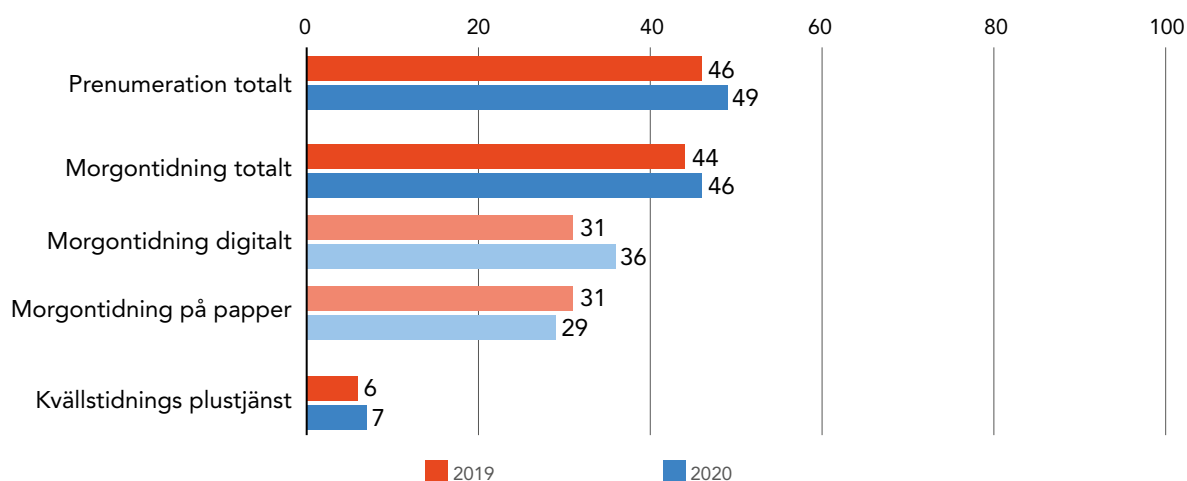
Skillnaderna mellan yngre och äldre var däremot påfallande. Den klart högsta andelen med tillgång till en prenumererad morgontidning fanns bland personer mellan 65 och 85 år. Andelen uppgick under 2020 till 73 procent. De flesta av dem hade en prenumeration på en papperstidning. Den lägsta andelen fanns i åldersgruppen 25 till 44 år. I alla åldersgrupper utom de äldsta var tillgång till en digital morgontidningsprenumeration vanligare än tillgång till en prenumeration på en papperstidning.

Att prenumeration på morgontidningar inte alltid är kopplad till läsning var särskilt tydligt bland de yngsta, 9 till 14 år. Bland dem var andelen läsare av morgontidningar överlag mycket låg (se s. 55) medan tillgången till en prenumeration i hemmet uppvisade stora likheter med tillgången till en prenumererad tidning i föräldragenerationen (45 till 54 år).

Sett till utbildningsnivå var andelen med tillgång till en prenumererad dagstidning totalt sett högre bland personer med högskoleutbildning än bland personer utan högskoleutbildning. Förhållandet mellan ej högskoleutbildade och högskoleutbildade gäller dock enbart tillgång till en digital prenumeration. Andelen som hade tillgång till en prenumererad papperstidning var lika hög i båda grupperna.

Skillnader i prenumeration i förhållande till boendeort var små. Boende på landsbygden och i städer hade dock tillgång till en prenumererad papperstidning i något högre utsträckning än storstadsbor.

PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 9–79 år, 2019 och 2020 (procent)



Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 9–85 år, 2020 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning
Totalt	49	47	36	29	7
Kvinna	50	48	37	30	6
Man	48	46	35	29	8
9–14 år	54	53	41	36	8
15–24 år	40	37	26	24	8
25–44 år	32	29	26	10	5
45–64 år	56	53	44	33	8
65–85 år	74	73	47	59	6
Ej högskola (25–85 år)	47	44	30	31	7
Högskola (25–85 år)	55	53	45	30	6
Storstad	49	46	39	26	6
Stad	52	50	39	31	8
Landsbygd	48	45	32	31	6

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser prenumeration på morgontidning (digital eller på papper) eller kvällstidnings plustjänst.

Prenumeration dagstidning: Tillgång i olika åldersgrupper

I gruppen **9 till 14 år** var tillgången till en dagstidningsprenumeration relativt jämnt fördelad. Men betydligt fler pojkar än flickor hade tillgång till digital prenumeration.

I åldern **15 och 24 år** hade unga män i betydligt högre grad tillgång till olika typer av dagstidningsprenumeration än unga kvinnor. Bara tillgången till digital morgontidning visade liten skillnad mellan könen. Tillgång till digital morgontidningsprenumeration var lägst på landsbygden.

I åldersgruppen **25 till 44 år** var mönstren det omvända. Fler kvinnor än män hade tillgång till prenumererad dagstidning. Tillgången var också större i den äldre halvan av gruppen. Personer med högskoleutbildning hade tillgång till en pre-

numererad digital morgontidning i högre utsträckning än de utan högskoleutbildning. Att ha digital morgontidning var också vanligare i storstäder.

I gruppen **45 till 64 år** var mönstret i stort sett detsamma som bland 25 till 44-åringarna. Andelen med tillgång till någon prenumeration var dock något högre i samtliga undergrupper.

65 till 85 år var den åldersgrupp som hade högst andel dagstidningsprenumeranter. De var också den enda grupp där andelen papperstidningsprenumeranter var högre än andelen digitala prenumerationer. Det fanns en tydlig skillnad knuten till utbildning. Högskoleutbildade hade i högre grad tillgång till morgontidningsprenumeration än de utan högskoleutbildning.

PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 9–14 år, 2020 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning
Totalt	54	53	41	36	8
Flicka	52	52	37	38	7
Pojke	55	53	45	34	9
Storstad	65	65	47	46	6
Stad	61	60	46	37	11
Landsbygd	(43)	(41)	(33)	(30)	(7)

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser prenumeration på morgontidning (digital eller på papper) eller kvällstidnings plustjänst. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 15–24 år, 2020 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning
Totalt	40	37	26	24	8
Kvinna	35	33	25	19	6
Man	44	42	27	28	10
15–19 år	50	48	31	34	10
20–24 år	29	26	20	12	6
Storstad	42	40	28	26	7
Stad	40	37	27	20	9
Landsbygd	38	35	23	24	7

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser prenumeration på morgontidning (digital eller på papper) eller kvällstidnings plustjänst.

PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 25–44 år, 2020 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning
Totalt	32	29	26	10	5
Kvinna	35	33	29	12	5
Man	28	25	22	8	6
25–34 år	26	24	22	6	5
35–44 år	37	34	29	14	6
Ej högskola	23	19	15	8	6
Högskola	38	36	33	11	5
Storstad	36	33	31	9	5
Stad	31	29	26	10	6
Landsbygd	27	24	18	11	5

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser prenumeration på morgontidning (digital eller på papper) eller kvällstidnings plustjänst.

PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 45–64 år, 2020 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning
Totalt	56	53	44	33	8
Kvinna	58	56	45	35	7
Man	53	51	42	31	9
45–54 år	51	49	43	27	8
55–64 år	60	58	45	39	8
Ej högskola	49	46	35	30	8
Högskola	63	61	52	36	8
Storstad	55	52	46	30	8
Stad	61	59	49	37	9
Landsbygd	54	51	39	34	7

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser prenumeration på morgontidning (digital eller på papper) eller kvällstidnings plustjänst.

PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 65–85 år, 2020 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning
Totalt	74	73	47	59	6
Kvinna	72	71	45	58	4
Man	76	75	50	60	8
65–74 år	73	72	51	56	7
75–85 år	75	74	41	63	4
Ej högskola	70	69	40	56	6
Högskola	78	77	58	61	7
Storstad	73	71	52	57	6
Stad	76	75	50	60	8
Landsbygd	73	72	42	58	5

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser prenumeration på morgontidning (digital eller på papper) eller kvällstidnings plustjänst.



Prenumeration tidskrifter/böcker: Tillgång i hushållet

Susanne Kronholm/Scandinav

Under 2020 hade 38% mellan 9 och 85 år tillgång till en prenumererad tidskrift.

Huvuddelen, 32%, hade tillgång till en tryckt prenumeration – 10% till någon digital.

5% hade tillgång till prenumerationstjänst för tidskrifter.

För prenumerationstjänst på ljud-/e-böcker var tillgången högst bland de allra yngsta.

För samtliga prenumerations typer var tillgången högre bland högutbildade än bland lågutbildade.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från **9–79** år till **9–85** år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern **9–79** år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet **9–85** år.

Under 2020 hade 38 procent av befolkningen 9 till 79 år tillgång till en tidskriftsprenumeration i hushållet. De flesta hade tillgång till en tryckt tidskrift. Den andelen uppgick till 31 procent medan andelen med tillgång till en digital prenumeration var 10 procent. Den stora majoriteten av tidskriftsprenumerationerna avsåg enskilda titlar. Endast 5 procent av befolkningen sade sig ha tillgång till en digital prenumerationstjänst för tidskrift, som till exempel Readly eller Ztory.

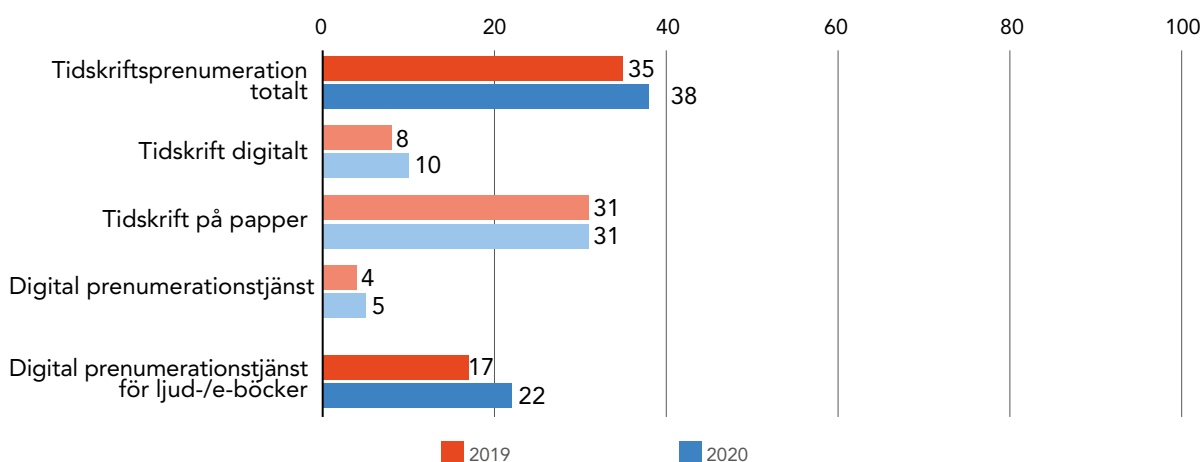
Utvecklingen mellan 2019 och 2020 visar att tillgången till både tidskriftsprenumeration och i synnerhet prenumerationstjänst för ljud- och e-böcker ökade. Tillgången till tryckt tidskrift förblev däremot oförändrad.

Tillgången till digital prenumerationstjänst på ljud- eller e-böcker var jämförelsevis mer utbredd. Under 2020 hade 21 procent av befolkningen 9 till 85 år tillgång till en sådan. Andelen med tillgång till en tidskriftsprenumeration var något högre bland kvinnor än män. Och tillgången var avsevärt högre bland kvinnor än bland män för en prenumerationstjänst på ljud- eller e-böcker.

Under 2020 var tillgången till en prenumererad tidskrift högst bland personer i åldersgruppen 65 till 85 år. Över hälften av dem hade tillgång till en prenumererad tidskrift. Det var också mer vanligt bland högskoleutbildade att ha tidskriftsprenumeration jämfört med dem som inte var det. Tillgången till digital tidskriftsprenumeration var jämnt utspridd i förhållande till boendeort. Däremot var tillgången till tryckt tidskrift något mer utbrett på landsbygd. Tillgången till någon tjänst för ljud- och e-böcker var vanligast i den yngsta åldersgruppen 9 till 14 år. I åldersintervallet 25 till 64 år hade var fjärde tillgång till en sådan tjänst, medan tillgången var betydligt lägre bland dem över 65 år.

Att ha tillgång till en tjänst för ljud- och e-böcker var betydligt mer vanligt bland högskoleutbildade och bland dem som bor i storstad.

PRENUMERATION TIDSKRIFTER/BÖCKER Tillgång i hushållet, 9–79 år, 2019 och 2020 (procent)



Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

PRENUMERATION TIDSKRIFTER/BÖCKER Tillgång i hushållet, 9–85 år, 2020 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerationstjänst	Prenumerationstjänst ljud-/e-böcker
Totalt	38	10	32	5	21
Kvinna	40	9	34	5	26
Man	36	11	30	4	16
9–14 år	45	10	39	6	36
15–24 år	26	10	19	5	24
25–44 år	27	7	21	3	22
45–64 år	44	11	38	6	24
65–85 år	54	10	49	3	9
Ej högskola (25–85 år)	37	8	32	4	16
Högskola (25–85 år)	43	11	36	5	23
Storstad	38	10	31	5	23
Stad	35	10	29	4	19
Landsbygd	40	9	35	4	21

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Prenumeration tidskrifter/böcker: Tillgång i olika åldersgrupper

I åldern **9 till 14 år** var andelen med tillgång till prenumererad tidskrift jämnt fördelad mellan flickor och pojkar. Däremot var tillgången till ljud- och e-bokstjänst mycket högre bland flickor än bland pojkar.

I gruppen **15 till 24 år** var skillnaderna mellan könen små. I den yngre halvan av gruppen var det dock betydligt vanligare att ha tillgång till både tidskriftsprenumeration och e-bokstjänst. Tillgången till tidskrifter och boktjänster var mer utbredd i storstad och på landsbygd.

I åldern **25 till 44 år** hade fler kvinnor än män tillgång till tidskrift och e-bokstjänster. De med högskoleutbildning hade i större utsträckning tidskriftsprenumeration än dem utan högskoleutbild-

ning. Utbildningsnivå spelade däremot ingen roll för tillgång till prenumerations-tjänst för böcker.

Bland **45 till 64-åringarna** fanns de största skillnaderna mellan yngre och äldre personer inom gruppen. Det var vanligare att personer med högskoleutbildning hade tillgång till prenumerations-tjänst på såväl tidskrifter som böcker än de utan högskoleutbildning.

I gruppen **65 till 85 år** var andelen kvinnor som hade tidskriftsprenumeration högre än bland män. Men medan en högre andel kvinnor hade tillgång till tryckt tidskrift, var det högre andel män som hade digital prenumerations-tjänst. Högskoleutbildade hade i högre utsträckning prenumerations-tjänst på både tidskrifter och böcker jämfört med ej högskoleutbildade.

PRENUMERATION TIDSKRIFTER/BÖCKER Tillgång i hushållet, 9–14 år, 2020 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerations-tjänst	Prenumerations-tjänst ljud-/e-böcker
Totalt	45	10	39	6	36
Flicka	45	10	40	6	40
Pojke	45	12	38	7	32
Storstad	46	5	43	6	38
Stad	48	13	39	7	36
Landsbygd	(43)	(12)	(36)	(6)	(36)

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

PRENUMERATION TIDSKRIFTER/BÖCKER Tillgång i hushållet, 15–24 år, 2020 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerations-tjänst	Prenumerations-tjänst ljud-/e-böcker
Totalt	26	10	19	5	24
Kvinna	25	9	17	5	26
Man	26	11	21	4	22
15–19 år	32	11	26	6	31
20–24 år	19	9	12	3	17
Storstad	28	11	19	5	25
Stad	22	10	16	5	22
Landsbygd	27	9	21	4	26

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

PRENUMERATION TIDSKRIFTER/BÖCKER Tillgång i hushållet, 25–44 år, 2020 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerations- tjänst	Prenumerations- tjänst ljud-/ e-böcker
Totalt	27	7	21	3	22
Kvinna	30	8	23	4	28
Man	23	7	18	3	16
25–34 år	20	7	15	2	19
35–44 år	34	8	27	5	26
Ej högskola	20	5	16	2	21
Högskola	31	9	24	4	23
Storstad	28	10	21	4	23
Stad	22	6	17	2	21
Landsbygd	28	6	24	3	22

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

PRENUMERATION TIDSKRIFTER/BÖCKER Tillgång i hushållet, 45–64 år, 2020 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerations- tjänst	Prenumerations- tjänst ljud-/ e-böcker
Totalt	44	11	38	6	24
Kvinna	46	9	39	7	29
Man	42	13	36	6	17
45–54 år	41	10	34	7	29
55–64 år	47	12	42	6	19
Ej högskola	41	10	35	5	19
Högskola	47	11	40	7	28
Storstad	46	11	38	8	25
Stad	41	11	34	5	21
Landsbygd	45	10	40	5	23

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

PRENUMERATION TIDSKRIFTER/BÖCKER Tillgång i hushållet, 65–85 år, 2020 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerations- tjänst	Prenumerations- tjänst ljud-/ e-böcker
Totalt	54	10	49	3	9
Kvinna	56	8	51	3	11
Man	52	12	47	4	7
65–74 år	54	11	48	4	11
75–85 år	54	9	50	2	4
Ej högskola	49	8	45	3	6
Högskola	60	13	55	4	13
Storstad	56	10	51	3	11
Stad	53	11	48	4	7
Landsbygd	53	10	48	3	9

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Abonnemang ljud- och bildmedier: Tillgång i hushållet



Anna Roström/Scandinav

Under 2020 var tillgången till abonnemang på strömningstjänst för tv 69% i befolkningen 9 till 85 år och för musik/podcast 68%.

För både strömningstjänster för tv och musik/podcast var tillgången högst bland de yngsta och lägst bland de äldsta.

57% hade tillgång till något kanalpaket för tv – lägst var andelen i åldern 25 till 44 år.

Tillgången till strömningstjänster var högre bland högutbildade än bland lågutbildade – för tv-kanalpaket gällde det omvända.

Tillgången till strömningstjänster var högst i storstäderna och lägst på landsbygden – för tv-kanalpaket var den skillnaden liten.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från **9–79** år till **9–85** år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern **9–79** år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet **9–85** år.

Under 2020 hade 70 procent av befolkningen mellan 9 och 79 år tillgång till ett abonnemang på en strömningstjänst för tv i hemmet. Lika många hade tillgång till ett abonnemang på en strömningstjänst för musik/podcast. Den totala tillgången till strömningstjänster för tv och ljud var något högre än räckvidden för strömmad tv och ljud en vanlig dag (se s. 45 och s. 31). Mer än hälften av befolkningen bodde i ett hushåll som abonnerade på ett kanalpaket för tv.

Jämfört med 2019 ökade tillgången till både strömningstjänster för tv och musik/podcast såväl som för abonnemang på kanalpaket för tv under 2020. Ökningen syntes i alla åldersgrupper men var lägre bland ungdomar där det redan var vanligt att ha tillgång till denna typ av abonnemang.

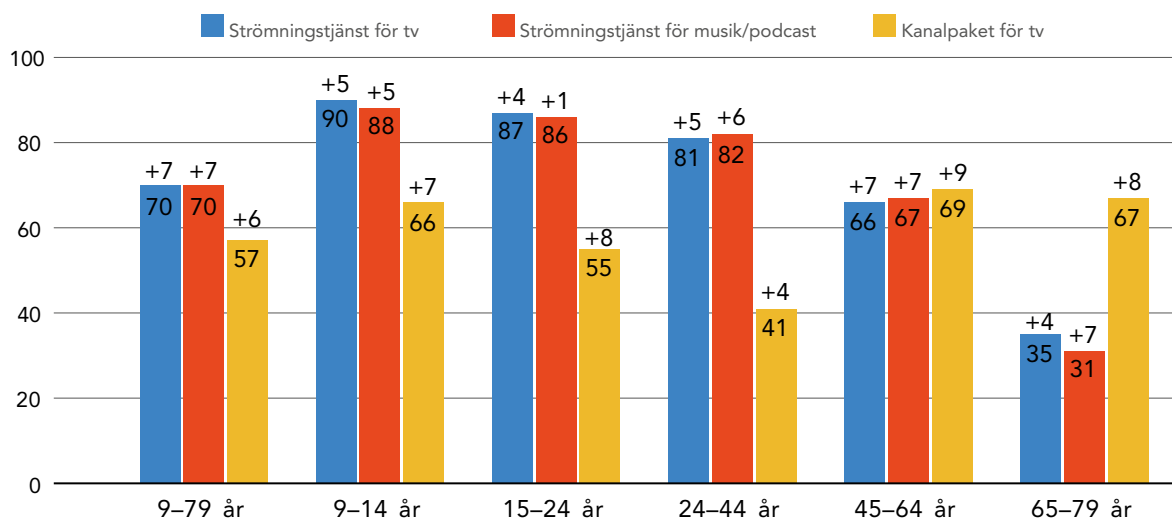
I befolkningen 9 till 85 år uppgav något fler kvinnor än män att de hade tillgång till olika abonnemang på ljud- och bildmedier. Tillgången till strömningstjänster för tv respektive musik/podcast var relativt likvärdig i samtliga åldersgrupper. Tillgången var i båda fallen högst i de yngsta åldersgrupperna (9 till 24 år), för att därefter minska med stigande ålder. Bland de yngre hade omkring 90 procent tillgång till såväl strömningstjänst för tv och/eller strömningstjänst för musik/podcast. I åldern 65 till 85 år var andelen med tillgång till strömningstjänst för tv 32 procent och andelen som hade ett abonnemang på en strömningstjänst för musik/podcast 28 procent.

Tillgången till kanalpaket för tv uppvisade ett annat mönster. 2020 var tillgången omkring 65 procent i de äldsta grupperna (45 till 85 år) samt i den yngsta gruppen, 9 till 14 år. Tillgången till kanalpaket för tv var lägst bland 25 till 44-åringarna, 41 procent.

När det gäller utbildningsnivå var tillgången till strömningstjänster mer utbredd bland personer med högskoleutbildning, medan tillgången på kanalpaket på tv var något mer utbredd bland personer utan högre utbildning.

Tillgången på strömningstjänster och kanalpaket för tv varierade också mellan olika delar av landet. Abonnemang på strömningstjänster för tv och musik/podcast var mer utbredda i än utanför storstäderna. Tillgången till tv-kanalpaket var däremot jämnt fördelad oavsett boendeort.

ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 9–79 år, 2020 (procent samt förändring jämfört med 2019 i procentenheter)



Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 9–85 år, 2020 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	69	68	57
Kvinna	70	69	58
Man	67	68	56
9–14 år	90	88	66
15–24 år	87	86	55
25–44 år	81	82	41
45–64 år	66	67	69
65–85 år	32	28	64
Ej högskola (25–85 år)	55	55	59
Högskola (25–85 år)	71	71	56
Storstad	75	74	56
Stad	67	67	57
Landsbygd	64	64	58

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Abonnemang ljud- och bildmedier: Tillgång i olika åldersgrupper

I åldern **9 till 14 år** var tillgången till strömningstjänster för tv, musik/podcast högre bland flickor än pojkar. För kanalpaket fanns inga noterbara skillnader mellan grupper.

I gruppen **15 till 24 år** var det fler kvinnor än män som hade tillgång till strömningstjänst för tv. Tillgången till strömningstjänster för tv och ljud var lägre på landsbygd, medan tillgången till tv-kanalpaket var högre.

Även i gruppen **25 till 44 år** var andelen med strömningstjänster för tv och musik/podcast och tv-kanalpaket högre bland kvinnor än män. Tillgången var också högre bland personer med högskoleutbildning än bland dem utan. Tillgången till strömningstjänster var högre i storstad.

I åldern **45 till 64 år** fanns tydliga skillnader mellan yngre och äldre inom gruppen. Andelen som abonnerade på strömningstjänst för tv eller musik/podcast var klart högre i den yngre halvan. Både tillgången till strömningstjänster för tv och musik/podcast var högre bland högskoleutbildade än bland personer som ej studerat vid högskola.

I åldersgruppen **65 till 85 år** var det männen som stod för en högre tillgång till samtliga typer av abonnemang. Innehav av abonnemang var mer utbrett bland högskoleutbildade än bland personer utan högskoleutbildning. Det var också vanligare i storstäderna.

ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 9–14 år, 2020 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	90	88	66
Flicka	93	92	66
Pojke	86	85	67
Storstad	97	90	66
Stad	92	83	62
Landsbygd	(85)	(90)	(70)

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 15–24 år, 2020 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	87	86	55
Kvinna	90	87	57
Man	83	85	54
15–19 år	88	87	67
20–24 år	85	84	42
Storstad	89	88	54
Stad	86	86	53
Landsbygd	84	83	58

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, **25–44** år, 2020 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	81	82	41
Kvinna	84	84	45
Man	78	80	37
25–34 år	82	84	35
35–44 år	80	80	48
Ej högskola	77	79	42
Högskola	83	84	40
Storstad	85	86	39
Stad	79	81	41
Landsbygd	78	79	43

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, **45–64** år, 2020 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	66	67	69
Kvinna	67	68	70
Man	64	65	68
45–54 år	76	77	65
55–64 år	56	57	73
Ej högskola	59	58	70
Högskola	72	75	68
Storstad	71	71	69
Stad	66	67	71
Landsbygd	61	63	68

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, **65–85** år, 2020 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	32	28	64
Kvinna	29	25	59
Man	35	32	70
65–74 år	40	35	68
75–85 år	20	17	58
Ej högskola	27	25	62
Högskola	40	34	67
Storstad	37	31	71
Stad	33	29	63
Landsbygd	29	26	60

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Profil i sociala nätverkstjänster: Tillgång i befolkningen



Kari Kohvakka/Scandinav

Under 2020 hade 88% av befolkningen 9 till 85 år egen profil på någon social nätverkstjänst.

Högst andel, 77%, hade Facebook, därefter kom Instagram med 67%.

Kvinnor hade egen profil i större utsträckning än män – undantagen var Twitter och LinkedIn.

92% i åldern 15 till 24 år hade egen profil på Snapchat.

70% i åldern 9 till 14 år hade egen profil på Tiktok.

Andelen med profil i sociala nätverkstjänster var högre bland högutbildade än bland lågutbildade – det gällde framför allt LinkedIn och Twitter.

OBS

I Mediebarometern 2020 har urvalsramen ökat från 9–79 år till 9–85 år. I jämförelser med 2019 redovisas därför utfallet i åldern 9–79 år. Resultat som endast avser 2020 bygger däremot på åldersintervallet 9–85 år.

Under 2020 hade 89 procent av befolkningen 9 till 79 år egen profil på någon social nätverkstjänst. Överlag låg tillgången till en egen profil på en social nätverkstjänst något över användningen av nätverkstjänsterna en vanlig dag (se s. 87). De flesta, 78 procent, hade tillgång till en egen Facebookprofil medan 69 procent hade tillgång till en egen profil på Instagram. Tillgången till samtliga tjänster ökade från föregående år. Sett till procentenheter ökade Instagram mest, plus 7 procentenheter. Under 2020 tillkom också Tiktok i mätningen.

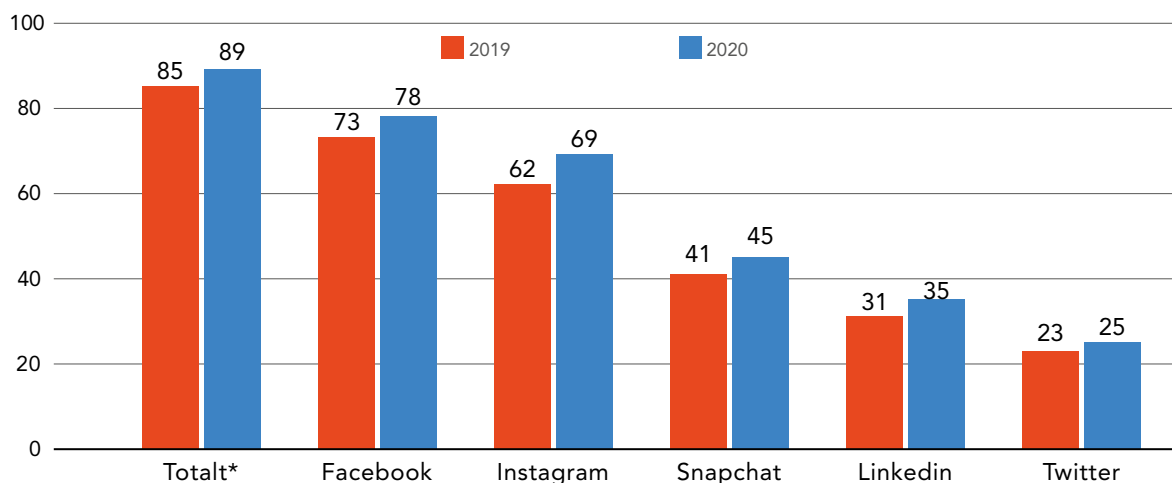
I befolkningen 9 till 85 år hade kvinnor egen profil på sociala nätverkstjänster i högre utsträckning än män. Skillnaderna mellan kvinnor och män var störst för Instagram. Det omvända förhållandet rådde på Twitter.

Det märktes ett betydande åldersgap i tillgången till sociala nätverkstjänster. Bland dem mellan 15 och 44 år hade nästan alla en egen profil på någon social nätverkstjänst. Andelen sjönk sedan med stigande ålder. Över 60 procent av 65 till 85-åringarna hade profil på någon social nätverkstjänst. De flesta hade en Facebookprofil. Åldersgruppen 15 till 24 år hade i väsentligt högre utsträckning en egen profil på Snapchat, Instagram och Twitter jämfört med andra åldersgrupper. Tiktok var den enda tjänsten där en annan åldersgrupp har fler med egen profil, 70 procent av 9 till 14-åringarna. 77 procent av 9 till 14-åringarna hade samtidigt en egen profil på Snapchat. Störst andel med tillgång till LinkedIn fanns i åldersgruppen 25 till 44 år.

En viss skillnad fanns också i relation till utbildningsnivå. Bland personer med högskoleutbildning var andelen med en egen profil högre på samtliga sociala nätverkstjänster än bland personer utan högskoleutbildning.

Även med avseende på boendeort fanns skillnader. Storstadsbor hade egen profil på de flesta av nätverkstjänsterna i större utsträckning än boende på landsbygden, framför allt LinkedIn och Twitter. Undantaget var Snapchat och Tiktok. Andelen med egen profil på dessa tjänster var relativt jämnt fördelad mellan storstadsbor och landsbygdabor.

PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 9–79 år, 2019 och 2020 (procent)



Mediebarometern 2019 och 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser profil i någon social nätverkstjänst, inte bara de som anges i tabellen.

PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 9–85 år, 2020 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	LinkedIn	Twitter	Tiktok
Totalt	88	77	67	44	35	24	16
Kvinna	90	80	76	47	33	20	18
Man	85	72	58	41	36	29	13
9–14 år	89	33	70	83	0	17	70
15–24 år	98	89	91	92	18	50	51
25–44 år	96	88	79	52	51	30	11
45–64 år	88	78	64	29	44	18	4
65–85 år	64	57	35	7	13	7	1
Ej högskola (25–85 år)	80	72	57	31	27	14	5
Högskola (25–85 år)	90	81	68	33	51	25	6
Storstad	90	79	71	44	48	31	15
Stad	87	76	68	45	32	25	16
Landsort	86	74	64	44	24	17	17

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser profil i någon social nätverkstjänst, inte bara de som anges i tabellen.

Profil i sociala nätverkstjänster: Tillgång i olika åldersgrupper

I åldern **9 till 14 år** hade flickor egen profil på Instagram, Snapchat och Tiktok i större utsträckning än pojkar. Pojkar hade egen profil på Twitter i högre grad än flickor.

Bland **15 till 24-åringarna** hade kvinnor egen profil på Instagram och Tiktok i högre grad än männen. För Twitter gällde det omvända. Egen profil på LinkedIn och Twitter var vanligare i storstäderna medan Tiktok var vanligast på landsbygden.

I gruppen **25 till 44 år** hade kvinnor egen profil på samtliga sociala nätverkstjänster i högre grad än män. Undantaget var Twitter. Egen profil på LinkedIn hade framför allt högutbildade och storstadsbor. Inom åldersgruppen var utbildning en

skiljelinje för egen profil på Snapchat. Snapchat var mer utbredd bland dem utan högskoleutbildning.

I åldrarna **45 till 64 år** hade kvinnor egen profil på Facebook, Instagram och Snapchat i högre grad än män. Däremot hade män profil på LinkedIn och Twitter i större utsträckning än kvinnor. Högskoleutbildning och boende i storstad ökade sannolikheten att ha egen profil på någon av tjänsterna.

Åldersgruppen **65 till 85 år** var minst troliga att ha egen profil på någon nätverkstjänst. Andelen med egen profil var högre bland kvinnor än män. Bland dem som studerat vid högskola var det fler som hade egen profil än bland dem utan högskoleutbildning.

PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 9–14 år, 2020 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	LinkedIn	Twitter	Tiktok
Totalt	89	33	70	83	0	17	70
Flicka	87	33	73	85	0	13	81
Pojke	91	33	65	79	1	23	56
Storstad	82	22	63	76	0	16	69
Stad	90	38	68	82	0	20	64
Landsbygd	(93)	(37)	(75)	(88)	(1)	(17)	(74)

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser profil i någon social nätverkstjänst, inte bara de som anges i tabellen. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 15–24 år, 2020 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	LinkedIn	Twitter	Tiktok
Totalt	98	89	91	92	18	50	51
Kvinna	98	88	94	92	18	44	59
Man	99	91	88	92	19	56	43
15–19 år	98	85	92	95	7	52	65
20–24 år	97	95	89	88	30	48	36
Storstad	98	89	90	92	26	53	44
Stad	98	91	92	92	19	51	50
Landsbygd	97	89	90	92	9	45	60

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser profil i någon social nätverkstjänst, inte bara de som anges i tabellen.

PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 25–44 år, 2020 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Linkedin	Twitter	Tiktok
Totalt	96	88	79	52	51	30	11
Kvinna	98	93	88	55	51	23	14
Man	94	84	69	48	51	36	7
25–34 år	97	91	81	66	51	34	12
35–44 år	95	85	76	36	51	25	10
Ej högskola	95	87	78	57	36	25	11
Högskola	97	89	78	46	60	31	10
Storstad	98	91	80	49	66	38	11
Stad	96	88	80	53	47	32	10
Landsbygd	94	86	76	54	35	18	11

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser profil i någon social nätverkstjänst, inte bara de som anges i tabellen.

PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 45–64 år, 2020 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Linkedin	Twitter	Tiktok
Totalt	88	78	64	29	44	18	4
Kvinna	92	83	74	36	42	16	5
Man	84	72	51	21	48	22	4
45–54 år	92	82	71	37	52	24	7
55–64 år	85	74	58	23	38	13	2
Ej högskola	85	75	59	28	33	11	3
Högskola	92	80	69	31	55	25	5
Storstad	91	80	68	28	57	26	5
Stad	86	76	65	31	42	18	4
Landsbygd	87	78	60	29	35	12	3

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser profil i någon social nätverkstjänst, inte bara de som anges i tabellen.

PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 65–85 år, 2020 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Linkedin	Twitter	Tiktok
Totalt	64	57	35	7	13	7	1
Kvinna	68	62	44	8	10	5	1
Man	59	51	27	6	17	8	0
65–74 år	70	62	41	9	17	8	1
75–85 år	54	49	27	5	7	5	0
Ej högskola	59	53	31	7	8	6	1
Högskola	70	62	41	7	21	9	0
Storstad	63	57	35	8	19	9	0
Stad	67	58	38	6	13	6	1
Landsbygd	62	55	34	8	10	6	1

Mediebarometern 2020 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser profil i någon social nätverkstjänst, inte bara de som anges i tabellen.

Medie- barometern 2020

Mediebarometern är en årlig undersökning av den svenska befolkningens tillgång till, och användning av, olika typer av medier. Undersökningen har genomförts sedan 1979 och det gör Mediebarometern till den äldsta studien i sitt slag i världen. Resultaten i 2020 års undersökning bygger på svar från omkring 6 000 slumpmässigt utvalda personer i åldern 9 till 85 år.

Mediebarometern genomförs av Nordicom vid Göteborgs universitet i samverkan med Dagens Nyheter, Göteborgs-Posten, Myndigheten för press, radio och tv, Sveriges Radio, Sveriges Television och Sveriges Utbildningsradio.

Rapporten Mediebarometern 2020 går att ladda ner gratis från Nordicoms webbplats: www.nordicom.gu.se



NORDICOM



GÖTEBORGS
UNIVERSITET

Nordicom
Göteborgs universitet
Box 713
405 30 Göteborg

ISBN 978-91-88855-48-0

