

Nordicom-Sveriges

Medie barometer 2015

i samverkan med

Dagens Nyheter

Göteborgs-Posten

IIS (Internetstiftelsen i Sverige)

Myndigheten för press, radio och tv

Sveriges Radio

Sveriges Television

Utbildningsradion

NORDICOM

Göteborgs universitet

Nordicom-Sveriges

Mediebarometer 2015

i samverkan med

Dagens Nyheter • Göteborgs-Posten

IIS (Internetstiftelsen i Sverige)

Myndigheten för press, radio och tv

Sveriges Radio • Sveriges Television • Utbildningsradion

Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2015

Ansvarig utgivare och redaktör:
Ingela Wadbring
Ingela.wadbring@nordicom.gu.se

©Nordicom 2016

ISBN 978-91-87957-25-3 (tryckt)
ISBN 978-91-87957-28-4 (pdf)

Nordicom
Göteborgs universitet
Box 713
SE 405 30 Göteborg

Tryck: Billes Tryckeri AB, Mölndal, 2016



3014 0129

Mediebarometern 2015

Mediebarometern belyser människors konsumtion av alla slags medier en genomsnittlig dag, oavsett distributionsteknik. Syftet från starten har varit att beskriva tendenser och förändringar i människors mediekonsumtion över tid, snarare än att fokusera på nivåer enskilda år. Undersökningen genomfördes första gången 1979 och har sedan dess genomförts varje år. Den översiktspublikation som nu utges är alltså den 37:e i ordningen, vilket gör Mediebarometern till en unik tidsserie. Sist i denna publikation finns alla fakta om undersökningen presenterade mer i detalj.

Mediebarometern har sedan starten tilldragit sig ett betydande allmänt intresse. Genom att den har organiserats som en oberoende medieundersökning med full insyn samt möjlighet till vidareanalyser har den successivt fått karaktären av basundersökning för alla medier. Genom ett relativt enkelt undersökningsförfarande och med många påbyggnadsmöjligheter har det skapats ett kraftfullt instrument i kunskapsutvecklingen rörande hela vårt mediasystem. Även i ett internationellt perspektiv är Mediebarometern unik genom att den både är kontinuerligt genomförd och offentligt tillgänglig.

Att undersöka ett medielandskap i förändring

När Mediebarometern gjordes för första gången 1979 var medielandskapet ett helt annat än det är idag. Det var förhållandevis enkelt att avgränsa olika medieformer från varandra, och det var relativt lätt för svarspersonerna att svara på frågorna. Så är det inte längre. Det blir allt svårare att bestämma vad som är ett medium eller en plattform, och inte minst att ställa frågor så att båda unga och äldre kan ta ställning till dem.

Frågorna i Mediebarometern har därför moderniserats i många omgångar för att följa medieutvecklingen, bland annat i tekniskt hänseende. Merparten av frågorna i Mediebarometern handlar idag om

hur människor tar del av olika medier oavsett vilken plattform de gör det på. Samtidigt är det viktigt att redovisa konsumtionen av såväl ursprungsformen för enskilda medier som digitala användningsformer, för att både behålla tidsserierna och förhålla sig till det nya medielandskapet. Det är också genom att fråga om användningen av enskilda plattformar som det är möjligt att följa den digitala övergång som vi befinner oss mitt i.

Inte bara frågorna, utan också sammanställningen av data måste förändras för att bättre spegla verkligheten. Den tydligaste förändringen som Mediebarometern genomgått på detta område de senaste åren är att användningen av internet sällan särredovisas, utan redovisas i relation till de olika medieslagen. Från och med 2015 redovisas inte sådant som människor gör online som inte har med medieanvändning att göra, till exempel bankärenden, shopping eller myndighetskontakter. Det innebär att jämförbarheten bakåt i tid påverkas, och på några ställen i framställningen görs därför två olika redovisningar, både inklusive och exklusive användning av annat än medier online.

I en tid då mediasystemet radikalt förändras är det viktigt att påminna om att förändringar mellan enskilda år ska tolkas med stor försiktighet; det är de långa tidsserierna som är viktiga. Den tekniska utvecklingen har lett till att vissa frågor måst omformuleras, vilket i vissa fall gör att jämförbarheten över tid inte blir helt korrekt. I sådana fall markeras detta i tabeller, och längst bak i denna publikation finns en beskrivning av vilken slags förändringar det rör sig om.

Mediebarometern: en räckviddsundersökning

Undersökningen bygger på telefonintervjuer till ett slumpmässigt urval av befolkningen mellan 9 och 79 år. Tanken med Mediebarometern var redan från starten att långsiktigt följa mediepubliken. Den ansats som valdes för Mediebarometern är mediernas faktiska

räckvidd. Undersökningen avser således inte människors medievanor, utan vad man faktiskt gjort en viss tidsperiod. Tekniskt brukar detta nämnas recency, i motsats till frequency, som avser regelbundenheten eller vanan.

Mediebarometern utgår från gårdagen som tidsenhet för mediekonsumtionen. Frågorna avser exempelvis om man igår läste någon morgontidning, om man tittade på TV eller lyssnade på musik. Först därefter ställs vidare frågor om vilken plattform intervjupersonen använt.

För vissa av medierna är gårdagen ett missvisande mått. Detta gäller i första hand veckopress, tidskrifter, bok och bio. De personer som svarar att de inte läst eller tittat i en veckotidning eller tidskrift igår får därför följdfrågan om hen i så fall gjort detta under någon av de föregående sex dagarna eller än längre tidsperiod bakåt. På så sätt kan Mediebarometern även redovisa bland annat veckoräckvidd.

Till dem som har tagit del av ett medium under den givna tidsrymden ställs frågan om hur lång tid de ägnat åt mediet. Detta är givetvis ett relativt grovt mått som primärt tar sikte på människors subjektivt uppskattade tid. En sådan skattning gör det möjligt att följa utvecklingen över tid. Sedan drygt femton år tillbaka ställs också frågor om när på dagen man tar del av olika medier.

Under den senaste tioårsperioden har antalet intervjuade ökat kraftigt i syfte att ytterligare säkerställa Mediebarometerens resultat. I 2015 års undersökning ingår 6069 personer. Svarsfrekvensen var 53 procent. Alla tekniska data om undersökningen finns sist i denna rapport.

Arbetet med Mediebarometern

Den modell för Mediebarometerens organisation och finansiering som Nordicom arbetat efter bygger på en tredelning:

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

Intressenter i 2015 års Mediebarometer är Dagens Nyheter, Göteborgs-Posten, IIS (Internetstiftelsen i Sverige), Sveriges Radio, Sveriges Television och Utbildningsradion. Bidragsgivare är Carat Sverige, Svenska Dagbladet, Svenska Förläggareföreningen och Sveriges Tidskrifter. Därtill kommer Myndigheten för press, radio och tv som bidrar genom ett analyssamarbete.

Pilen/CMA Research AB har haft uppdraget att genomföra fältarbetet för Mediebarometern 2015. Materialet har bearbetats av Karin Hellingwerf och Ulrika Facht vid Nordicom.

Avslutningsvis riktas ett stort tack till samtliga intressenter, bidragsgivare och Kulturdepartementet som gjort det ekonomiskt möjligt att genomföra Mediebarometern 2015.

Göteborg i maj 2016

Ingela Wadbring
Föreståndare vid Nordicom

Innehåll

Medieanvändning en vanlig dag	7
Ljudmedier en vanlig dag	21
Rörlig bild en vanlig dag	31
Textmedier en vanlig dag	51
Digitala plattformar en vanlig dag	85
Medieinnehav	99
Reklam	103
Fakta om undersökningen Mediebarometern 2015	105

Läsanvisningar

Gårdag och vecka

I Mediebarometern redovisas i huvudsak gårdagsanvändning, men för vissa medier är veckoanvändning mer passande.

Plattformer

Genomgående redovisas användningen av medier oavsett plattform. Ibland särredovisas emellertid ursprungsformen också.

Representativitet

Mediebarometern har en svarsfrekvens på 53 procent, och är förhållandevis representativ för den svenska befolkningen. Den har emellertid en viss överrepresentation av pensionärer i de redovisade totalsiffrorna. Data i Mediebarometern är inte viktade.

Gruppuppdelningen

Genomgående redovisas mediekonsumtionen i olika grupper. Värt att nämna är att i princip samtliga lågutbildade personer är pensionärer; nästan inga idag yrkesverksamma personer har enbart grundskoleutbildning.

Tekniska data

Sist i denna rapport finns tekniska data och metodbeskrivning för Mediebarometern.

Medieanvändning en vanlig dag

81% använder internet

80% tittar på tv på någon plattform

22% tittar på webb-tv

65% läser en dagstidning på någon plattform

48% använder sociala medier

Mediedagen: vad vi använder

Medier tar stor plats i vår vardag och fyller en viktig funktion för information och underhållning. Under 2000-talet har den teknologiska utvecklingen medfört nya förutsättningar för såväl medierna som för medieanvändarna.

Mediebarometern visar att det råder en påfallande stabilitet i det traditionella medielandskapet. Gamla medier ersätts inte med nya, men däremot ökar användningen av nya plattformar samtidigt som de gamla plattformarna fortfarande utgör en naturlig del av befolkningens vardag.

Tv-tittande är ett bra exempel: det totala tittandet på tv har minskat något under en femårsperiod, från 86 procent 2010 till 80 procent 2015. Samtidigt tittar allt fler på webb-tv; andelen har fördubblats mellan 2014 och 2015.

Idag har de flesta minst en mobiltelefon och fler läser kvällstidningar på nätet än i tryckt format. Användningen av sociala medier ligger kvar på samma nivå som 2014.

Den största förändringen över tid gäller morgontidningen. De senaste fem åren har den totala andelen morgontidningsläsare minskat med 11 procentenheter (läsning både på papper och internet).

Unga och äldre

Unga har andra vanor än äldre. Ungdomar mellan 15 och 24 år använder sociala medier (84 procent), strömmad musik (79 procent), videoklipp (61 procent), webb-tv (41 procent) och webb-/poddradio (14 procent) i högre utsträckning än andra åldersgrupper.

Bland pensionärer dominerar fortfarande tv, radio och dagstidningar på traditionella plattformar, trots att de flesta pensionärer numera har tillgång till internet. 2015 tar 23 procent av pensionärerna del av något tra-

ditionellt medium på en digital plattform och 21 procent tar del av sociala medier en genomsnittlig dag.

Medietiden: 333 minuter

Den totala tiden för medieanvändning är inte jämförbar med tidigare år. Från och med 2015 mäts enbart den tid online som handlar om någon slags medieanvändning. Att exempelvis ha gjort bankärenden eller spelat spel ingår således inte längre i den totala medietiden.

När internetanvändning som inte berör medier räknas bort, har användningstiden ökat något 2015, jämfört med 2014: från 326 till 333 minuter en genomsnittlig dag. Den procentuella fördelningen för medietiden är i det närmaste densamma mellan åren, och mest tid läggs på ljud (38 procent/123 minuter) och rörlig bild (35 procent/115 minuter). Därefter kommer tryckta medier (15 procent/49 minuter) och sociala medier (11 procent/38 minuter).

Den tid vi lägger på medier en vanlig dag har förändrats över tid. De medier som har ökat mest är användningen av traditionella medier på digitala plattformar. Användningstiden för traditionella medier i sina traditionella plattformar har på motsvarande sätt minskat. Samtidigt är traditionell tv och traditionell radio fortfarande de enskilda medier som upptar störst andel av medietiden. Böcker och dagstidningar är de tryckta medier som läses längst tid, deras del av medietiden uppgår till 6 procent/20 minuter vardera en genomsnittlig dag.

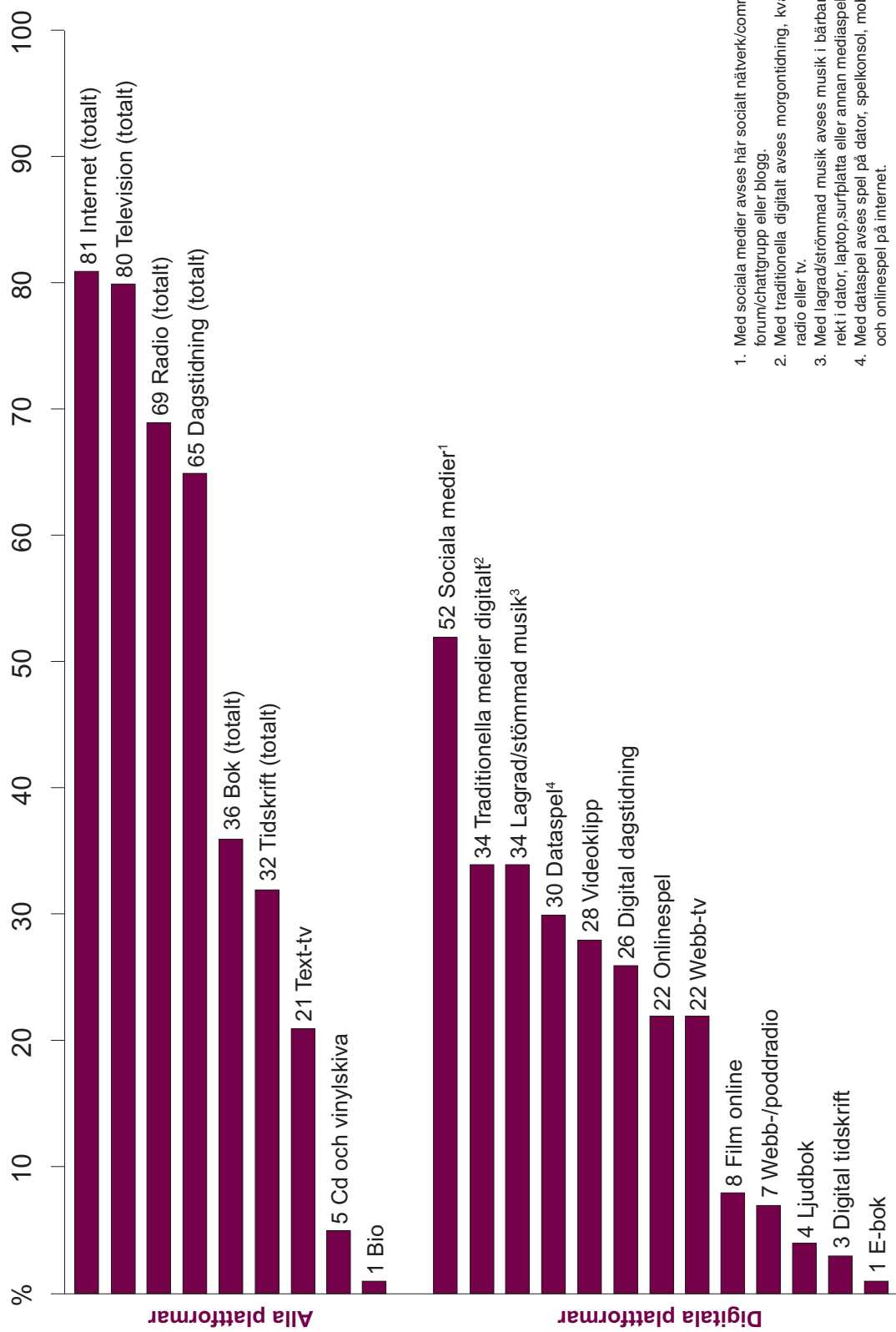
Unga och äldre

Både barn/unga och pensionärer lägger mer tid på mediekonsumtion än övriga åldersgrupper. Deras användningsmönster är både likt och olik. En likhet är att rörlig bild och ljud används mycket, men på helt olika plattformar. För de unga står vanlig tv för 10 procent av medietiden, för pensionärerna 31 procent.

Sociala medier upptar en fjärdedel av de ungas medietid (24 procent/107 minuter) en vanlig dag, medan pensionärer lägger betydligt mindre tid på tid (3 procent/12 minuter). Unga människor spenderar allt mer tid på tv/rörlig bild via internet. 2015 års Mediebarometer antyder ett trendbrott i tittande på tv/rörlig bild via internet, vilket också styrks av andra undersökningar; ökningen är mycket stor.

Mediedagen 2015

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 2015 (procent)



1. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chatgrupp eller blogg.
2. Med traditionella digitalt avses morgontidning, kvällstidning, tidskrift, radio eller tv.
3. Med lagrad/strömmad musik avses musik i bärbar digital spelare, direkt i dator, laptop, surfplatta eller annan mediaspelare.
4. Med dataspel avses spel på dator, spelkonsol, mobiltelefon, surfplatta och onlinespel på internet.

Mediedagen 2015

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 2015 (procent)

Alla plattformar	Totalt	Kön		Ålder			Utbildning (25-79 år)				
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Internet (totalt)	81	83	78	94	97	93	82	59	52	82	86
Television (totalt)	80	80	80	89	78	75	78	83	79	80	78
Radio (totalt)	69	69	68	41	52	67	77	78	75	72	72
Dagstidning (totalt)	65	66	64	21	41	63	74	83	76	67	73
Bok (totalt)	36	30	42	61	35	33	30	36	22	26	42
Tidskrift (totalt)	32	28	36	19	14	27	34	46	38	30	37
Text-tv	21	26	16	10	7	14	24	33	31	22	21
Cd/vinylskiva	5	5	5	2	2	4	6	7	5	4	6
Bio	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1
<i>Digitala plattformar</i>											
Sociala medier ¹	52	48	55	62	89	73	45	22	22	45	53
Traditionella medier digitalt ²	34	38	29	15	38	53	35	23	21	36	42
Lagrad/strömmad musik ³	34	37	30	68	79	46	21	7	12	31	32
Dataspel ⁴	30	32	27	66	48	32	23	15	18	27	25
Videoklipp	28	33	22	60	61	35	18	7	12	25	25
Digital dagstidning	26	28	24	9	26	40	28	19	16	27	33
Onlinespel	22	25	19	58	38	22	16	9	12	21	16
Webb-tv	22	24	19	33	41	28	17	9	10	22	21
Film online	8	10	7	16	23	10	5	1	3	8	7
Webb-/poddradio	7	8	6	4	14	12	7	2	4	7	10
Ljudbok	4	3	5	3	3	5	5	3	2	4	5
Digital tidskrift	3	4	2	3	4	5	3	1	2	2	4
E-bok	1	1	1	1	3	2	1	1	0	1	2

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

2. Med traditionella digitalt avses morgontidning, kvällstidning, tidskrift, radio eller tv.

3. Med lagrad/strömmad musik avses musik i bärbar digital spelare, direkt i dator, laptop, surfplatta eller annan mediaspelare.

4. Med dataspel avses spel på dator, spelkonsol, mobiltelefon, surfplatta och onlinespel på internet.

Mediedagen 1979-2015

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 1979-2015 (procent)

	1979	1981	1983	1985	1987	1989	1991	1993	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Radio	73	69	71	73	77	77	77	77	80	82	80	79	79	74	77	73	70	67	67	67	68	69
Fonogram	43	41	36	40	42	40	40	40	38
Kassetband	30	34	38	38	39	35	37	32	25	19	14	9	5	4	3
Cd-/vinylskiva	26	21	20	22	21	20	18	24	31	33	37	39	38	35	29	23	21	18	16	8	7	5
Lagrad/strömmad musik ¹	10	16	18	24	28	28	33	33	34
Tv	76	74	76	76	80	76	79	84	84	84	88	87	87	86	85	83	86	85	83	83	82	80
Text-tv	23	25	29	28	30	29	26	24	23	21	21	21	21	21
Internet	31	35	33	42	64	65	68	74	74	77	81	81
Sociala medier ²	26	35	42	47	47	48	52
Traditionella medier digitalt ³	25	28	31	32	32	33	34
Dagstidning	80	81	82	81	81	81	80	77	75	73	69	66	67	65
Morgontidning	74	74	75	75	76	72	73	73	71	72	75	73	73	73	72	68	66	64	61	56	57	55
Kvällstidning	39	36	35	33	36	34	32	29	27	28	28	29	30	31	31	29	31	28	25	25	26	27
Tidskrift	49	47	49	47	43	41	40	36	34	34	33	33	32	32
Vecko-/månadstidning	..	33	30	22	22	19	18	22	31	29	31	33	31	30	30	29	27	26	26	25	25	24
Special-/facktidning	..	22	27	26	26	24	26	28	29	26	28	21	19	17	15	12	11	11	11	11	11	12
Bok	29	29	31	31	35	31	32	31	44	38	37	38	35	38	38	36	36	36	34	34	34	36
Skönlitteratur/barn- och ungdomslitteratur	24	24	29	27	29	29	27	26	26	26	25	28	27
Facklitteratur/kurs- och läroböcker	16	14	11	7	10	8	8	7	7	7	7	8	8
Annan bok	2	3	4	5	6	6	5	3	3	2
Bio	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

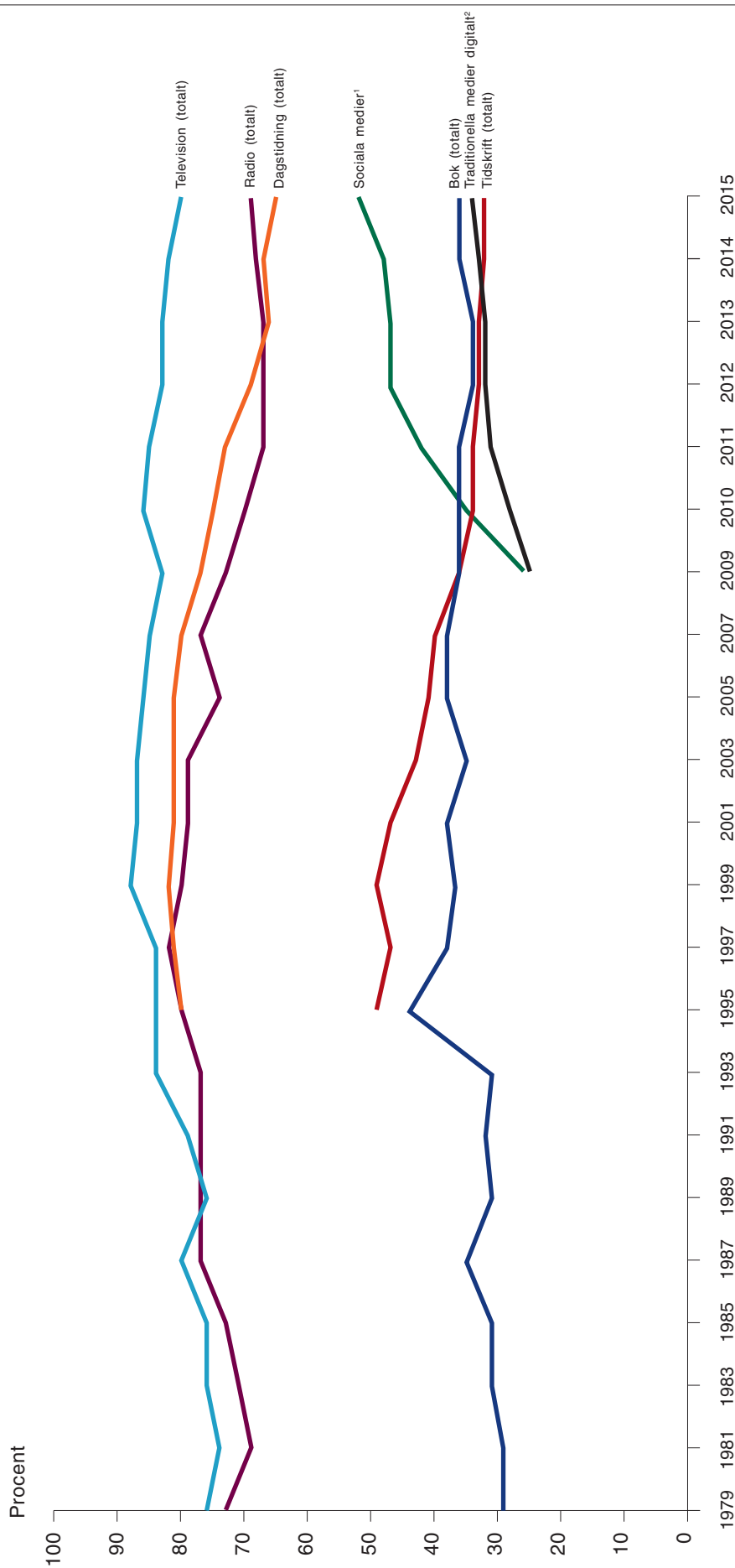
Anm: Brott i tidserien markeras med | i tabellen. För mer information se avsnittet Fakta om undersökningen Mediebarometern, rubriken Jämförelser över tid.

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

1. Med lagrad/strömmad musik avses musik i bärbar digital spelare, direkt i dator, laptop, surfplatta eller annan mediaspelare.
2. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chatgrupp eller blogg.
3. Med traditionella medier digitalt avses morgontidning, kvällstidning, tidskrift, radio eller tv.

Mediedagen 1979-2015

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 1979-2015 (procent)

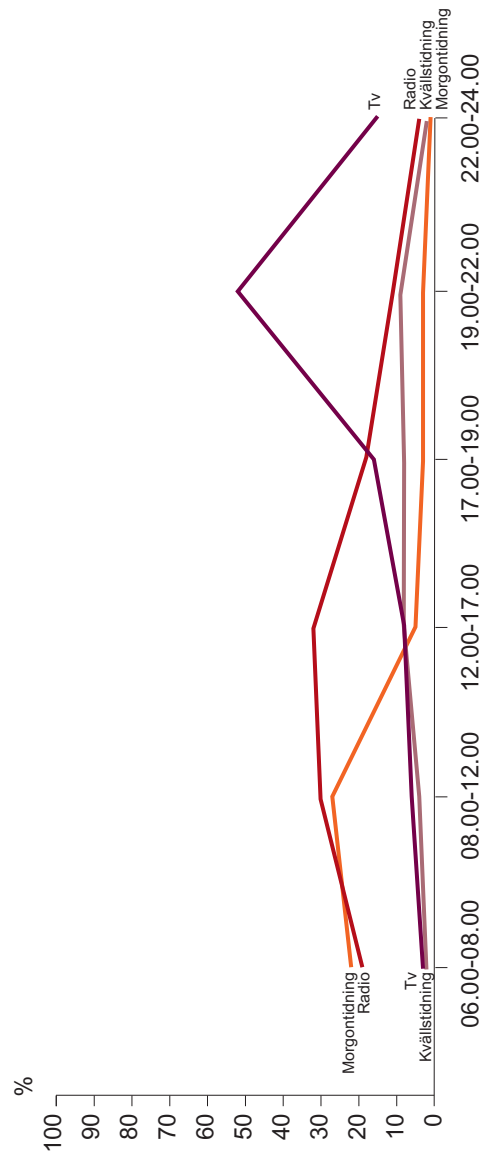
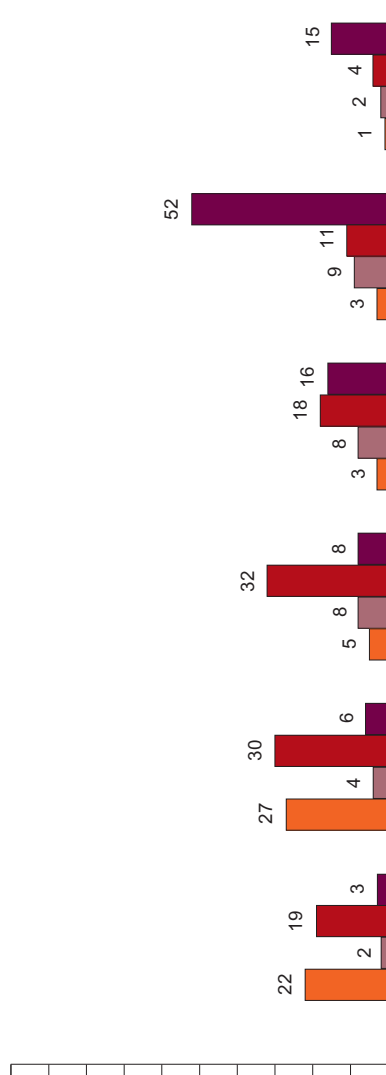


1. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chatgrupp eller blogg.

2. Med traditionella medier digitalt avses morgontidning, kvällstidning, tidskrift, radio eller tv.

Dagliga medier och tidpunkter för användning 2015

Användning av medier i hela befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter
en genomsnittlig dag 2015 (procent)



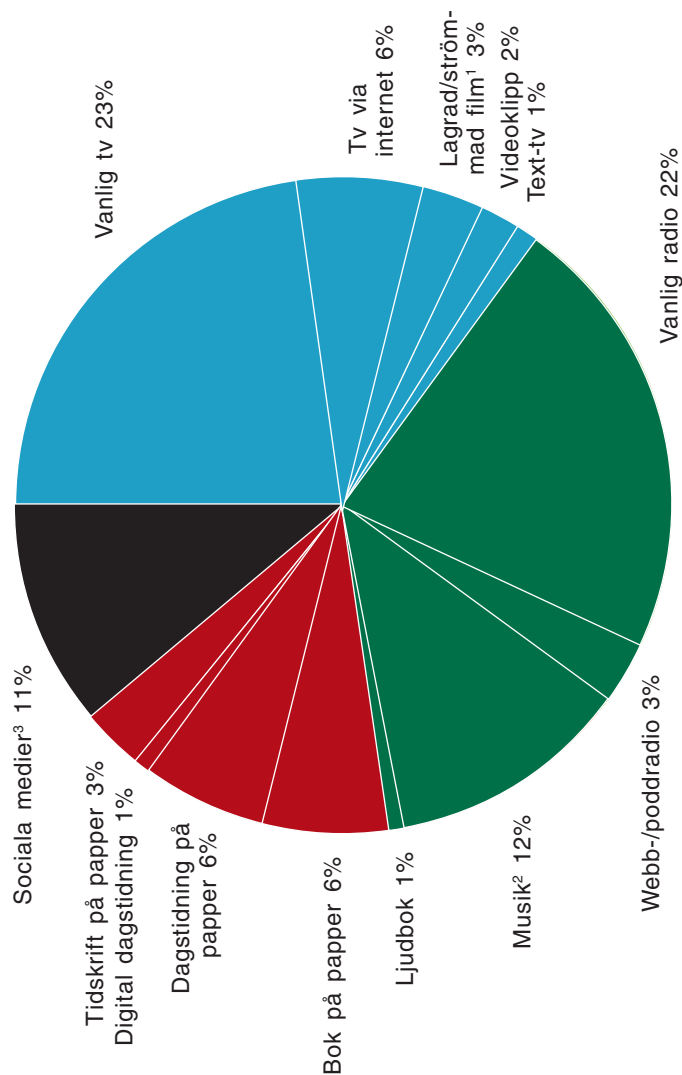
Anmärkning

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

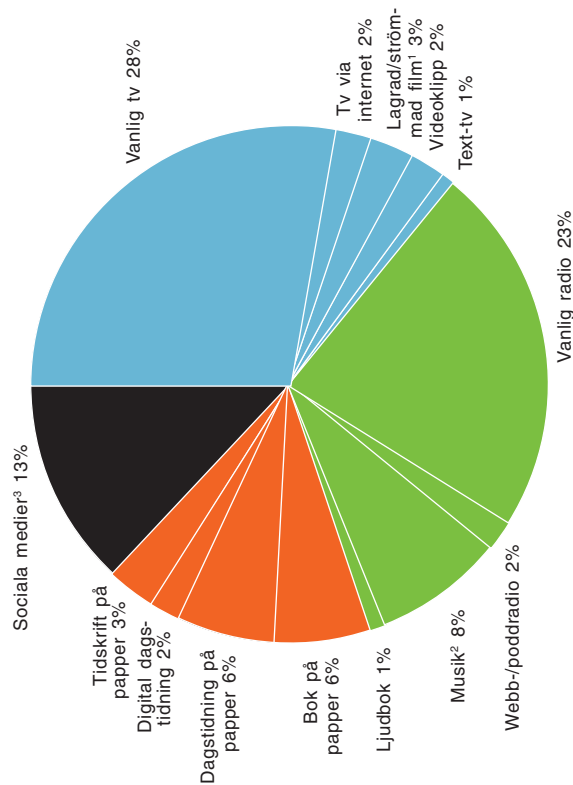
Mediedagen 2015: Brutto 5 timmar och 33 minuter

Den bruttotid som befolkningen 9-79 år ägnar åt medier en genomsnittlig dag 2015 (procent)

2015: 333 minuter



2014: 326 minuter



Anm 1: Observera förändringar i redovisningen av den totala medietiden 2015. 1999-2014 redovisade Mediebarometern den totala tiden för internetanvändning. Från och med 2015 redovisas tid för traditionella medier digitalt, tid för sociala medier och tid för videoklipp. Annan internetanvändning ingår inte i den totala medietiden. Detta påverkar den totala tiden för medieanvändning. Som jämförelse redovisas här bruttotiden fördelad på olika medier för Mediedagen 2014 med det nya beräkningssättet.

Anm 2: Den totala tid som allmänheten ägnar åt medier är en summering av den tid som avsätts för varje medium. Den totala tiden tar följaktligen inte hänsyn till att två eller flera medier kan användas samtidigt.
 1. Avser ej film på bio eller tablågd tv. Observera att tiden för inspelad tv/dvd ingår i tiden för vanlig tv.
 2. Avser lagrad/strömmad musik men ej tv eller radio.
 3. Avser genomsnittlig tid för socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattrupp eller blogg.

Mediedagen 2015: Befolkningens medietid

Användningstid för olika medier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (minuter)

	Kön		Ålder				Utbildning (25-79 år)				
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Radio	81	77	86	20	45	69	91	119	129	99	80
Vanlig radio	73	67	79	17	34	55	80	116	124	91	69
Webb-/poddradio	9	10	7	3	11	14	11	3	5	8	11
Musik ¹	39	43	34	45	111	51	24	12	15	26	32
Television	94	93	96	80	90	79	92	116	116	100	88
Vanlig tv	75	71	79	50	43	53	78	110	109	84	72
Tv via internet	20	22	17	30	47	25	14	6	7	16	16
Lagrad/strömmad film ²	11	12	10	19	30	13	7	3	5	7	8
Videoklipp	7	9	5	19	17	7	3	1	2	4	4
Text-tv	3	4	3	2	1	1	3	7	6	4	3
Dagstidning	24	26	23	3	9	18	26	43	33	28	30
Dagstidning på papper	19	20	19	2	5	10	20	38	30	22	23
Digital dagstidning	5	6	4	1	4	8	6	5	3	6	7
Tidskrift	12	11	15	4	5	8	13	21	17	13	13
Tidskrift på papper	11	10	14	4	4	7	12	21	17	13	13
Digital tidskrift	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1
Bok	22	18	27	22	29	21	18	24	15	17	26
Bok på papper	19	16	25	21	26	17	14	21	13	14	22
Ljudbok	3	3	3	1	3	4	4	3	2	3	4
Sociala medier ³	38	35	41	61	107	42	25	12	15	28	26
Totalt	333	329	341	275	444	308	302	358	353	326	311

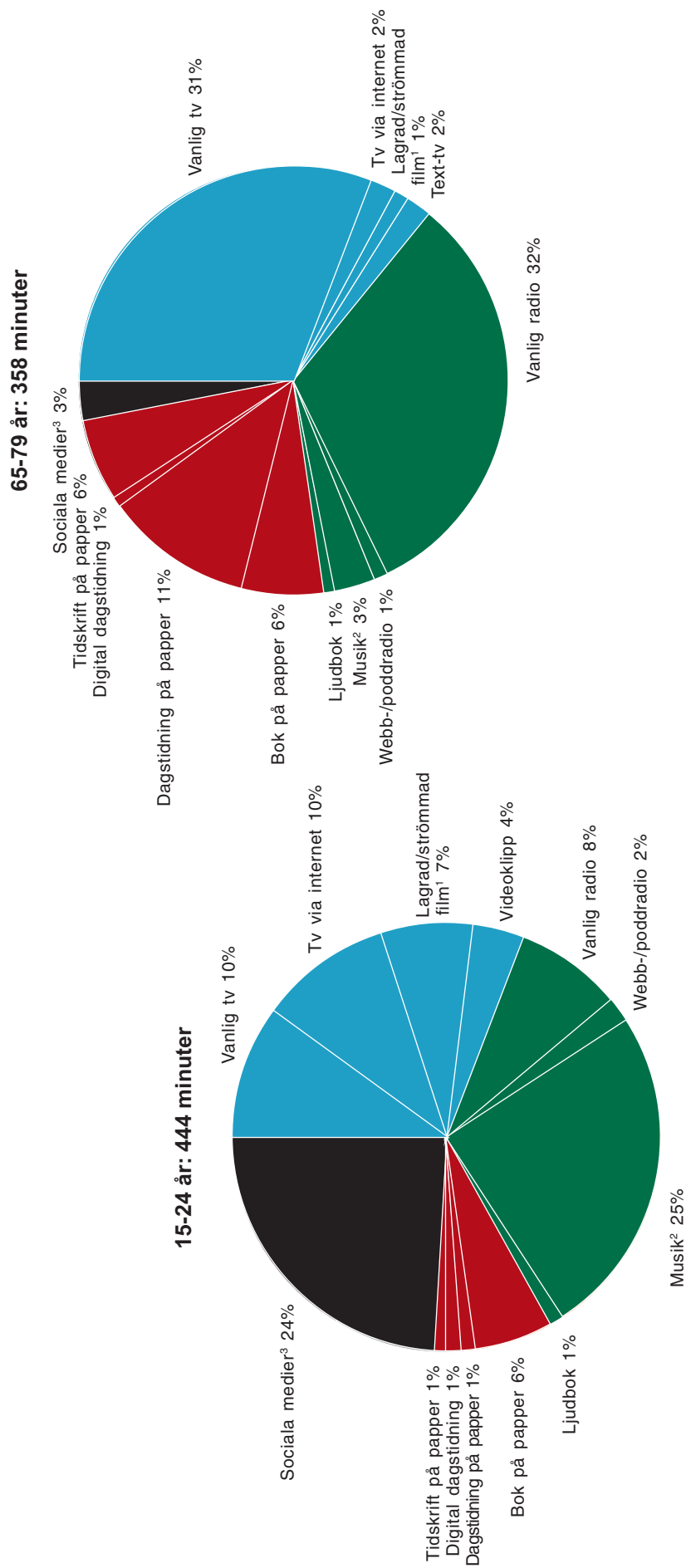
Anm 1: Observera förändringar i redovisningen av den totala medietiden 2015. 1999-2014 redovisade Mediebarometern den totala tiden för internetanvändning. Från och med 2015 redovisas tid för traditionella medier digitalt, tid för sociala medier och tid för videoklipp. Annan internetanvändning ingår inte i den totala medietiden. Detta påverkar den totala tiden för medieanvändning.

Anm 2: Den totala tid som allmänheten ägnar åt medier är en summering av den tid som avsätts för varje medium. Den totala tiden tar följaktligen inte hänsyn till att två eller flera medier kan användas samtidigt.

1. Avser lagrad/strömmad musik men ej tv eller radio.
2. Avser ej film på bio eller tabblagd tv. Observera att tiden för inspelad tv/dvd ingår i tiden för vanlig tv.
3. Avser genomsnittlig tid för socialt nätverk/community/diskussionsforum/chatgrupp eller blogg.

Mediedagen 2015: ungdomar och pensionärer

Den bruttotid som unga/pensionärer ägnar åt medier fördelad på olika medier en genomsnittlig dag 2015 (procent)



Anm 1: Observera förändringar i redovisningen av den totala medietiden 2015. 1999-2014 redovisade Mediebarometern den totala tiden för internetanvändning. Från och med 2015 redovisas tid för traditionella medier digitalt, tid för sociala medier och tid för videoklipp. Annan internetanvändning ingår inte i den totala medietiden. Detta påverkar den totala tiden för medieanvändning.

Anm 2: Den totala tid som allmänheten ägnar åt medier är en summering av den tid som avsätts för varje medium. Den totala tiden tar följaktligen inte hänsyn till att två eller flera medier kan användas samtidigt.
 1. Avser ej film på bio eller tabblagd tv. Observera att tiden för inspelad tv/dvd ingår i tiden för vanlig tv.
 2. Avser lagrad/strömmad musik men ej tv eller radio.
 3. Avser genomsnittlig tid för socialt nätverk/community/diskussionsforum/chatgrupp eller blogg.

Mediedagen 1979-2015: Tid

Användningstid för medier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2015 (minuter)

	1979	1981	1983	1985	1987	1989	1991	1993	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015		
Radio ¹	121	111	124	131	129	134	112	111	114	132	133	127	117	105	100	91	86	81	84	77	75	73		
Musik ²	28	27	39	
Kassetband	21	25	27	28	27	25	23	16	12	9	7	4	2	2	1	
CD-/Vinylskiva	16	15	14	17	16	13	20	19	20	22	23	26	25	20	17	13	11	9	8	
Mp3	7	11	12	17	22	21	
Television ³	109	95	104	105	120	104	113	104	98	94	98	102	106	96	99	96	98	95	93	94	90	90	75	
Text-tv	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	
Lagrad/strömmad film ⁴	0	4	4	6	9	8	4	7	10	10	11	10	11	12	12	11	8	8	8	8	9	11	11	
Internet	19	23	23	32	61	68	81	95	96	120	122	
Sociale medier ⁵	17	40	41	38	
Videoklipp	6	7	
Traditionella medier digitalt ⁶	9	18	22	35
Morgontidning ⁷	24	24	24	23	24	22	22	21	22	21	21	21	22	21	21	21	20	20	18	18	16	17	17	
Kvällstidning ⁷	12	11	10	11	10	9	9	8	7	8	7	8	8	8	7	5	5	4	3	3	3	3	2	
Vecko-/månadstidning ⁷	..	9	10	8	8	7	6	5	10	9	10	12	10	10	10	10	11	9	9	9	9	8	8	
Special-/facktidsskrift ⁷	..	7	8	8	8	6	7	8	8	8	8	5	5	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	
Bok	18	19	20	21	23	19	17	18	28	23	20	23	19	21	19	21	20	20	19	17	22	22	22	
Totalt	321	320	345	361	374	347	333	317	329	339	360	364	351	341	365	352	361	367	365	378	380	380	333	

Anm 1: Brot i tidsserien markeras med | i tabellen. För mer information se avsnittet Fakta om undersökningen Mediebarometern, rubriken Jämförelser över tid... i tabellen innebär att någon fråga om det mediet inte ställdes det året.

Anm 2: Observera förändringar i redovisningen av den totala medietiden 2015. 1999-2014 redovisade Mediebarometern den totala tiden för internetanvändning. Från och med 2015 redovisas tid för traditionella medier digitalt, tid för sociala medier och tid för videoklipp. Annan internetanvändning ingår inte i den totala medietiden. Detta påverkar den totala tiden för medieanvändning.

Anm 3: Med användningstid avses hur många minuter en genomsnittsperson i befolkningen mellan 9 och 79 år tagit del av respektive medium en genomsnittlig dag. En klassificering av medierna redovisas i avsnittet Fakta om undersökningen Mediebarometern.

1. Avser tid för vanlig radio.

2. Avser lagrad/strömmad musik, ej tv eller radio.

3. Avser genomsnittlig tid för vanlig tv.

4. Avser ej film på bio eller tablålagd tv.

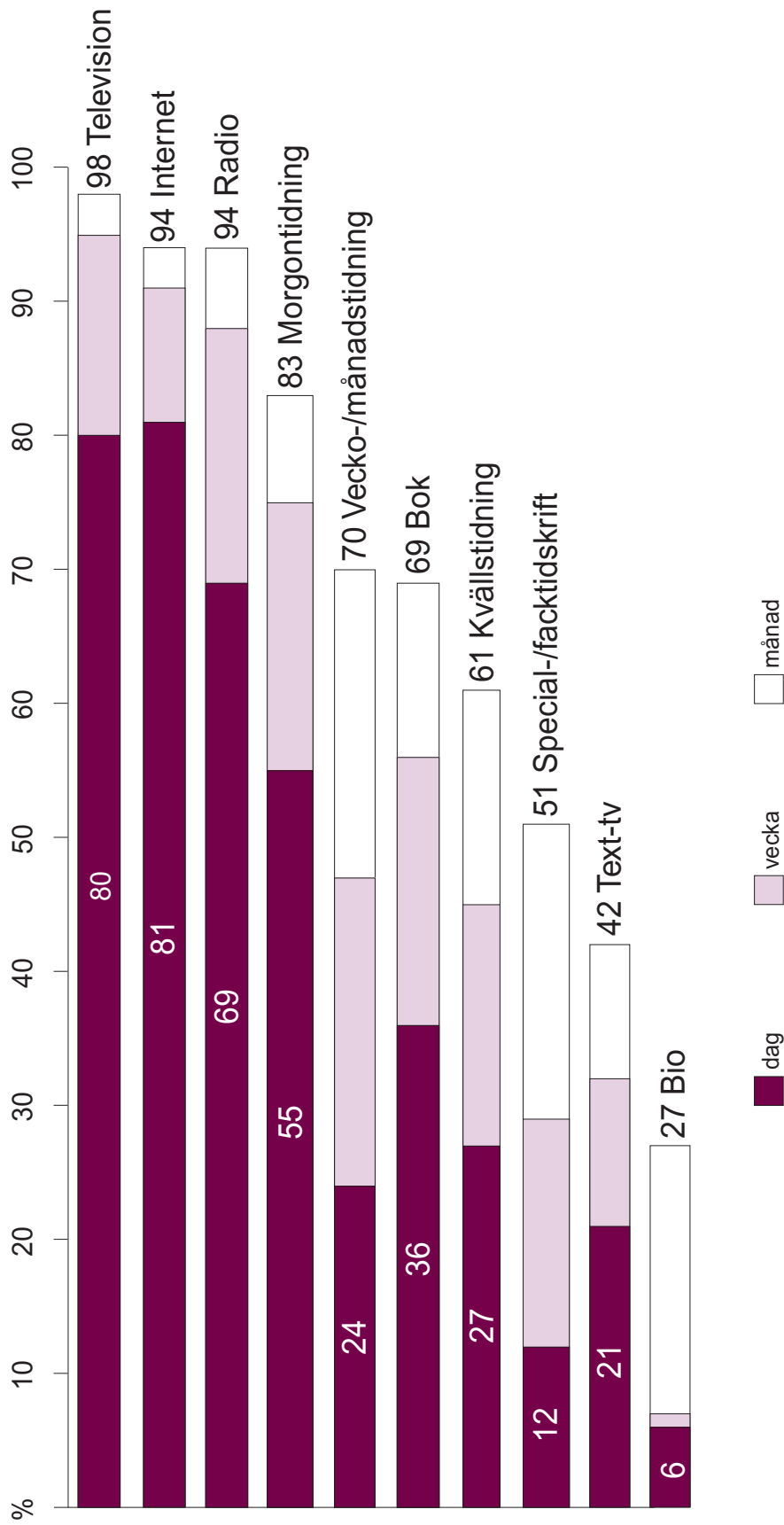
5. Avser genomsnittlig tid för socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattrupp eller blogg.

6. Avser genomsnittlig tid för morgontidning, kvällstidning, tidskrift, tv eller radio på internet.

7. Avser genomsnittlig tid för läsning på papper.

Mediedagen/-veckan/-månaden 2015

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag/vecka/månad 2015 (procent)



Medieveckan 2015

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig vecka 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder				Utbildning (25-79 år)			
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Alla plattformar</i>											
Television	95	95	95	98	91	92	96	98	97	96	95
Radio	88	88	88	76	78	88	92	92	91	91	91
Morgontidning	75	74	75	40	54	69	84	89	84	79	83
Vecko-/månadstidning	47	40	54	31	28	41	52	59	52	50	52
Special-/facktidning	29	30	27	10	15	30	39	29	20	29	40
Bok	56	49	64	86	55	54	51	52	34	45	65
Kvällstidning	45	46	44	23	41	53	47	46	49	51	47
Text-tv	32	37	27	21	13	25	36	46	48	37	32
Bio	7	6	8	10	9	7	5	6	4	6	7
<i>Digitala plattformar</i>											
Internet	91	93	90	99	100	99	94	76	69	92	95
Dataspel ¹	41	44	38	84	64	45	32	21	22	34	33
Webb-tv	50	53	47	68	70	62	47	31	30	45	51
Webb-/poddradio	9	10	8	4	17	15	8	3	3	7	11
Ljudbok	6	6	7	4	5	8	8	5	5	7	8
E-bok	2	2	2	2	4	3	2	1	0	1	3

1. Med dataspel avses spel på dator, spelkonsol, mobiltelefon, surfplatta och onlinespel på internet.

Medieveckan 1991-2015

Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig vecka 1991-2015 (procent)

	1991	1993	1995	1997	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015		
Radio	95	94	96	97	95	96	95	95	95	92	92	92	93	94	92	90	90	91	89	88	88		
Musik ¹	77	80	73	
Fonogram	77	77	72	72	69	70	70	72	
Kassettband	65	60	56	47	40	32	28	24	16	14	12	10	7	
Cd/vinyl	41	481	63	69	72	73	74	73	74	71	72	70	63	64	59	51	45	44	
Mp3	18	25	28	27	29	39	44	49	
Television	97	98	99	98	99	99	98	95	98	98	97	98	97	98	97	97	98	96	97	93	93	95	
Text-tv	52	50	53	58	52	51	52	44	51	49	45	45	44	40	38	36	34	34	34	32	
Film ²	70	71	71	
Video/dvd	40	46	51	54	54	54	52	49	50	49	52	49	50	46	43	40	36	35	
Internet	39	45	57	60	64	65	72	77	78	83	79	80	87	82	89	90	90	91	
Dagstidning	96	94	95	96	95	94	93	94	94	93	93	92	91	90	88	84	85	85	83	
Morgontidning	90	89	90	89	88	90	91	89	88	86	87	89	88	87	86	85	84	82	77	77	77	75	
Kvällstidning	62	58	64	62	61	62	64	60	60	60	61	61	59	57	55	56	53	47	46	47	46	45	
Tidskrift	81	80	83	76	70	70	65	71	67	68	66	64	62	60	59	58	58	58	57	
Vecko-/månadstidning ³	48	51	64	61	61	61	61	53	55	51	56	54	55	55	55	52	51	49	47	47	47	47	
Special-/facktidning	52	58	58	54	53	58	44	39	37	31	37	33	34	33	29	27	27	28	27	27	27	29	
Bok ⁴	55	54	63	59	58	59	60	59	56	58	60	60	58	58	57	57	57	55	54	54	57	56	
Skönlitteratur/barn- och ungdomslitteratur	38	38	40	45	46	45	46	45	45	44	45	43	42	41	40	40	40	43	42	
Facklitteratur/kurs- och läroböcker	25	22	21	18	14	11	12	16	14	12	11	12	11	12	11	12	11	12	13	12
Annan bok	2	2	2	3	4	5	6	5	7	7	6	4	4	3	4	
Bio	7	7	7	8	9	8	8	8	8	6	6	7	8	7	7	9	7	7	7	7	

1. Avser lyssnande till musik oavsett plattform, vilket inkluderar lyssnande till musik såväl via cd och mp3-spelare som via radioprogram och tv-kanaler. Frågan avser medierad musik, konserter och live-spejningar ingår inte.

2. Avser tittande på film oavsett plattform, vilket inkluderar tittande på film såväl på bio som tittande via tv, internet och dvd/video/pvr.

3. Fram till och med 1993 gällde frågan veckotidningar, från och med 1994 har med tanke på tidskrifts-marknadens förändring även månadstidningar explicit angivits i frågan.

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

Ljudmedier en vanlig dag

69% lyssnar på radio på någon plattform

– pensionärer lyssnar mest

31% lyssnar på P4 och 18% lyssnar på P1

7% lyssnar på webb-/poddradio

– unga lyssnar mest

74% lyssnar på musik

4% lyssnar på ljudbok

Vad vi lyssnar på

Den totala användningen av ljudmedier har ökat något under senare år. Framför allt gäller det musikanvändningen.

Traditionell radio, som fortfarande är det största ljudmediet, har emellertid tappat lyssnare under 2000-talet. Nedgången har stagnerat sedan ungefär fem år, och 2015 lyssnar 69 procent av befolkningen på radio en genomsnittlig dag. Det är samma nivå som 1980, innan kommersiell radio startats. Det är nästan lika vanligt att lyssna på bilradio som på stationär radio.

Räckvidden för Sveriges Radio är stabil, medan den minskat något för den kommersiella radion. I en jämförelse mellan Sveriges Radio och kommersiella kanaler måste dock beaktas att Sveriges Radios kanaler når i princip hela befolkningen, medan det finns det skillnader i mottagningsområden för de kommersiella kanalerna.

Lyssnandet på olika radiokanaler har i huvudsak varit stabil under de senaste tio åren, men i ett längre tidsperspektiv har framför allt P3 och P4 tappat lyssnarandelar, samtidigt som andelen som lyssnar på P1 ökat något. Lyssnande på webb/poddradio ökar sakta över tid, och sju procent av befolkningen tar del av det 2015.

Tre fjärdedelar av befolkningen lyssnar på musik en genomsnittlig dag. De flesta lyssnar på musik i radion, därefter kommer lagrad/strömmad musik via någon digital plattform. En liten andel lyssnar via cd eller tv-kanal.

Unga och äldre

Det finns stora skillnader mellan hur unga och äldre använder ljudmedier. Räckvidden för radio är högre ju äldre en person är, medan lyssnande på lagrad/strömmad

musik uppvisar motsatt mönster. Den tydliga skiljelinjen går mellan dem som är under respektive över 25 år, både för radio och lagrad/strömmad musik. Webb-/poddradio faller emellertid inte in i mönstret, utan har högst räckvidd bland dem mellan 15 och 24 år (14 procent).

En skiljelinje går också mellan vilka slags radiokanaler människor tar del av. De som är under 45 år lyssnar mer på kommersiella kanaler än andra, medan de som är över 45 år lyssnar mer på public service. De som är mellan 25 och 44 år lyssnar emellertid i stor utsträckning på båda typerna av kanaler.

Unga lyssnar mer på musik än äldre, och det sker digitalt. Äldre lyssnar fortfarande i störst utsträckning på musik i radion.

Tiden vi lyssnar: 127 minuter

Allt lyssnande uppgår till dryga två timmar en genomsnittlig dag. Radio står för en dryg timme, därefter kommer musik med i genomsnitt 40 minuters lyssnande en vanlig dag.

Över tid har stora förskjutningar skett. Lyssnartiden bland lyssnare på radio har totalt sett minskat från cirka tre timmar i mitten av 1980-talet en genomsnittlig dag till två timmar 2015. Nedgången kan ses i alla befolkningsgrupper. Lyssnande på musik (exklusive radio) uppvisar ett helt motsatt mönster: en ökning från en dryg timme en genomsnittlig dag i mitten på 2000-talets första decennium till över en och en halv timme 2015. En ökning kan ses i alla befolkningsgrupper.

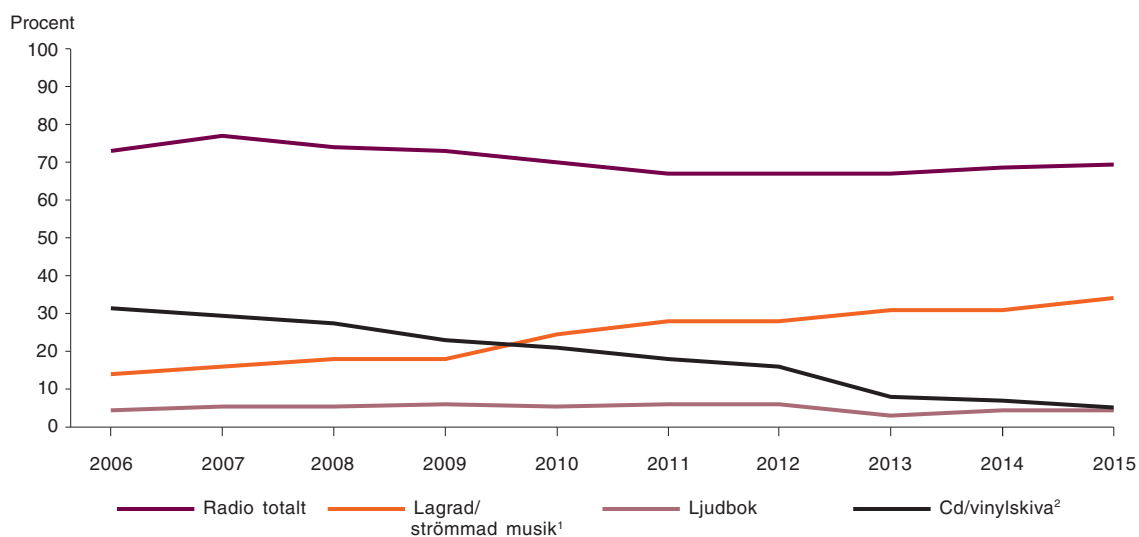
Unga och äldre

Ju äldre en person är, desto mer tid ägnar hen åt att lyssna på radio. Bland lyssnare i den yngsta åldersgruppen, 9-14 år, är lyssnartiden 47 minuter medan pensionärer som lyssnar på radion ägnar radion cirka 2,5 timmar en genomsnittlig dag.

Lyssnartiden för lagrad/strömmad musik uppvisar motsatt mönster. Den är högst bland ungdomar, 15-24 år, som lyssnar på musik mer än två timmar per dag. De allra flesta ungdomar lyssnar också på musik en vanlig dag. De pensionärer som lyssnar (vilket 14 procent gör) ägnar cirka 1,5 timmar åt lagrad/strömmad musik eller musik på skiva.

Ljudmedier

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2006-2015 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2006-2015 (procent)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Radio (totalt)	73	77	74	73	70	67	67	67	68	69
Vanlig radioapparat	47	46	44	40	39	40	42	39
Radio i bilen	32	31	29	29	29	31	32	35
Radio i mobilen/mp3/lpod	3	4	3	3	3	6	5	4	4	5
Webbradio/poddradio	2	3	3	2	3	5	3	4	7	7
Lagrad/strömmad musik¹	14	16	18	18	24	28	28	33	33	34
Cd/vinylskiva²	31	29	27	23	21	18	16	8	7	5
Ljudbok	4	5	5	6	5	6	6	3	4	4

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)

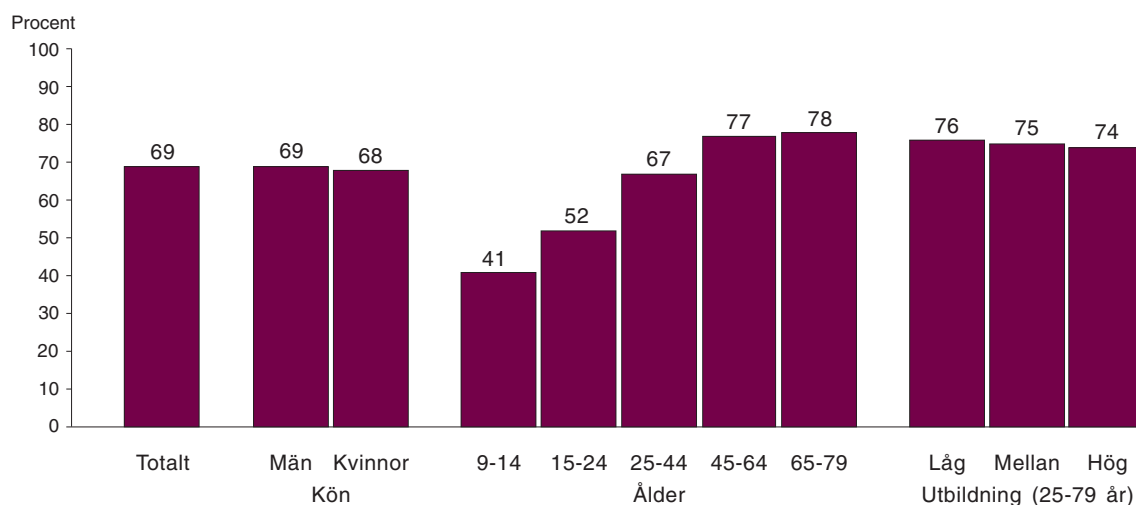
	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Radio (totalt)	69	69	68	41	52	67	77	78	76	75	74
Vanlig radioapparat	39	37	41	12	13	24	44	67	61	47	41
Radio i bilen	35	37	32	29	30	45	42	24	26	38	39
Radio i mobilen/ mp3/lpod	5	5	5	2	10	10	5	1	1	4	7
Webbradio/poddradio	7	8	6	4	14	12	7	2	3	6	9
Lagrad/strömmad musik¹	34	37	30	68	79	46	21	7	12	31	32
Cd/vinylskiva²	5	5	5	2	2	4	6	7	5	4	6
Ljudbok	4	3	5	3	3	5	5	3	2	4	5

1. Avser musik i bärbar digital spelare, direkt i dator, laptop, surfplatta eller annan mediaspelare.

2. Kassetband ingår till och med 2008.

Radio 69%

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1980-2015 (procent)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1980	69	71	68	51	69	74	73	66	70	74	73
1985	73	76	71	40	73	80	79	73	78	76	80
1990	78	79	77	50	71	81	83	86	82	82	78
1991	77	80	75	43	73	82	83	84	82	82	79
1992	78	79	77	45	72	83	84	83	83	82	82
1993	77	79	76	50	74	81	84	80	81	81	80
1994	82	84	80	61	77	84	87	84	84	84	85
1995	80	82	79	59	81	81	86	82	83	85	78
1996	81	82	80	62	77	82	87	87	85	84	82
1997	82	84	80	62	82	82	86	83	84	85	80
1998	80	82	79	53	80	82	86	83	84	86	80
1999	80	82	78	62	78	84	83	84	85	86	79
2000	80	82	78	60	76	79	84	84	83	82	79
2001	79	79	78	59	75	78	85	82	82	83	77
2002	79	79	79	62	76	78	82	83	80	83	78
2003	79	81	77	60	75	79	82	86	84	82	78
2004	73	75	71	49	64	74	77	82	78	76	75
2005	74	74	74	50	65	73	79	83	81	77	74
2006	74	73	74	54	58	75	79	83	77	77	77
2007	77	77	76	58	65	77	83	83	84	78	78
2008	74	75	73	50	62	76	81	79	78	76	78
2009	73	72	73	52	59	72	80	80	78	76	73
2010	70	69	71	48	55	71	76	80	74	73	73
2011	67	69	65	44	52	65	75	78	75	72	72
2012	67	67	67	42	47	69	75	78	74	75	73
2013	67	68	66	44	48	66	74	78	75	71	73
2014	68	68	68	40	53	67	75	78	75	76	73
2015	69	69	68	41	52	67	77	78	76	75	74

1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin utbildning. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

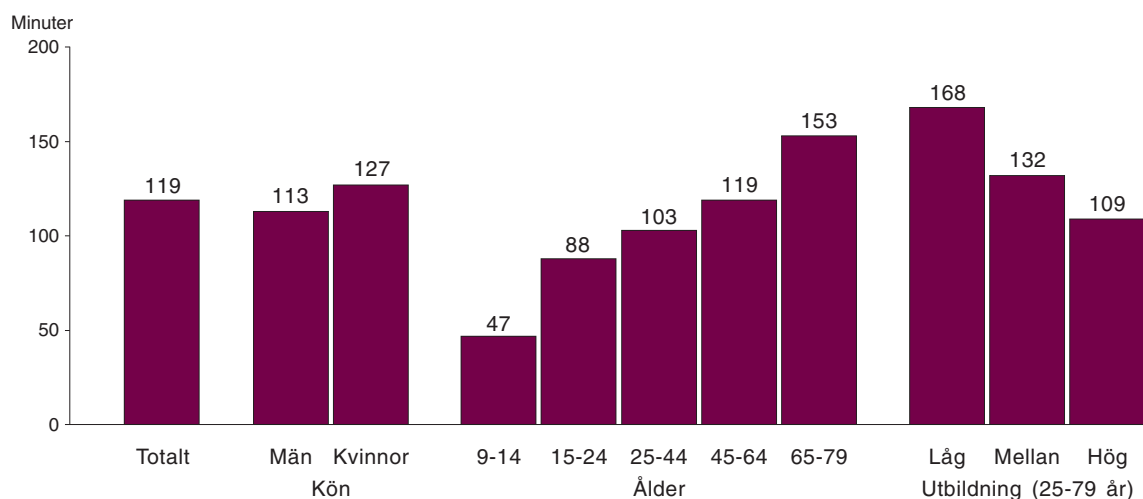
Radio

Andel som lyssnar en genomsnittlig dag 2015 (procent)

		Radio (totalt)	Vanlig radioapparat	Bilradio	Webb/ poddradio
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	69	39	35	7
	Vuxna 18-79 år	72	43	35	8
	Barn/ungdom 9-17 år	43	12	30	6
Kön	Män 9-79 år	69	37	37	8
	Kvinnor 9-79 år	68	41	32	6
	Män 18-79 år	74	41	39	9
	Kvinnor 18-79 år	71	45	32	6
	Pojkar 9-17 år	39	11	26	5
	Flickor 9-17 år	48	13	34	7
	Ålder	9-14 år	41	12	29
15-19 år		52	14	32	13
20-24 år		52	12	27	15
25-34 år		60	18	38	13
35-44 år		72	28	50	11
45-54 år		75	36	46	8
55-64 år		78	51	38	7
65-79 år		78	67	24	2
Utbildning (25-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	76	62	25	2
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	77	59	29	6
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	77	50	36	6
	Gymnasial utbildning > 2 år	75	45	40	5
	Eftergymnasial utbildning (ej högskola/universitet)	72	48	34	7
	Högskola/universitet ≤ 3 år	75	45	37	8
	Högskola/universitet > 3 år	73	37	40	10
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid	74	32	46	11
	Förvärvsarbetar deltid	70	37	41	8
	Egna företagare	75	34	45	11
	Pensionärer	89	41	59	2
	Studerande	78	67	25	2
	Arbetslösa	52	16	25	16
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	56	18	30	14
	Äldre vuxna (45-79 år)	77	58	30	4
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	74	27	52	11
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	71	24	48	13
Hushåll (9-79 år)	En person	69	48	23	6
	Två personer	75	52	32	6
	Tre personer	64	27	39	9
	Fyra personer eller fler	62	20	44	10
Boende (9-79 år)	Lantgård/ensamliggande hus på landet	77	44	43	4
	Villa i tätort	72	39	41	8
	Radhus i tätort	64	39	31	6
	Lägenhet/flerfamiljshus	62	37	24	9
Hemort (9-79 år)	Storstad	65	36	31	9
	Större städer	70	39	36	7
	Övriga kommuner	71	42	37	6

Radio 122 minuter

Lyssnartid bland lyssnare¹ 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (minuter)



Lyssnartid bland lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2015 (minuter)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1986	180	175	182	70	158	196	185	205	211	178	138
1987	168	168	170	66	182	181	171	168	184	181	150
1988	166	162	173	62	171	178	168	176	188	180	144
1989	176	167	188	74	160	191	180	200	199	194	149
1990	162	165	163	69	177	185	193	164	182	176	133
1991	146	139	155	60	145	176	159	160	164	170	126
1992	155	153	156	53	152	188	178	150	170	180	145
1993	144	134	153	57	152	160	170	143	163	160	121
1994	135	125	146	44	110	149	146	137	155	152	99
1995	142	134	151	58	135	157	150	148	170	155	106
1996	161	150	171	55	133	181	170	175	191	182	123
1997	162	148	173	87	131	180	164	178	195	177	121
1998	165	160	171	74	150	181	171	173	195	182	123
1999	165	162	168	90	135	179	172	192	216	188	115
2000	162	150	175	70	133	169	171	179	205	185	117
2001	161	152	170	66	127	171	175	179	212	179	123
2002	158	153	162	62	134	161	165	182	205	173	128
2003	148	145	151	47	115	154	165	165	191	169	116
2004	170	169	170	57	127	178	186	187	219	203	128
2005	141	132	149	55	94	151	153	161	182	162	116
2006	149	144	154	57	98	150	162	185	196	168	133
2007	130	130	130	42	83	133	141	164	178	146	112
2008	126	125	127	41	97	125	136	152	167	145	108
2009	126	123	129	37	91	126	136	155	166	145	109
2010	123	120	126	43	86	116	130	160	164	137	111
2011	122	116	127	37	82	116	136	147	170	145	110
2012	125	119	130	39	113	114	125	156	170	142	111
2013	123	122	124	60	89	113	123	156	172	146	114
2014	122	118	126	40	85	106	124	154	173	141	110
2015	119	113	127	47	88	103	119	153	168	132	109
Lyssnartid bland lyssnare på radio via internet	82	80	83	- ²	65	82	100	- ²	- ²	87	86

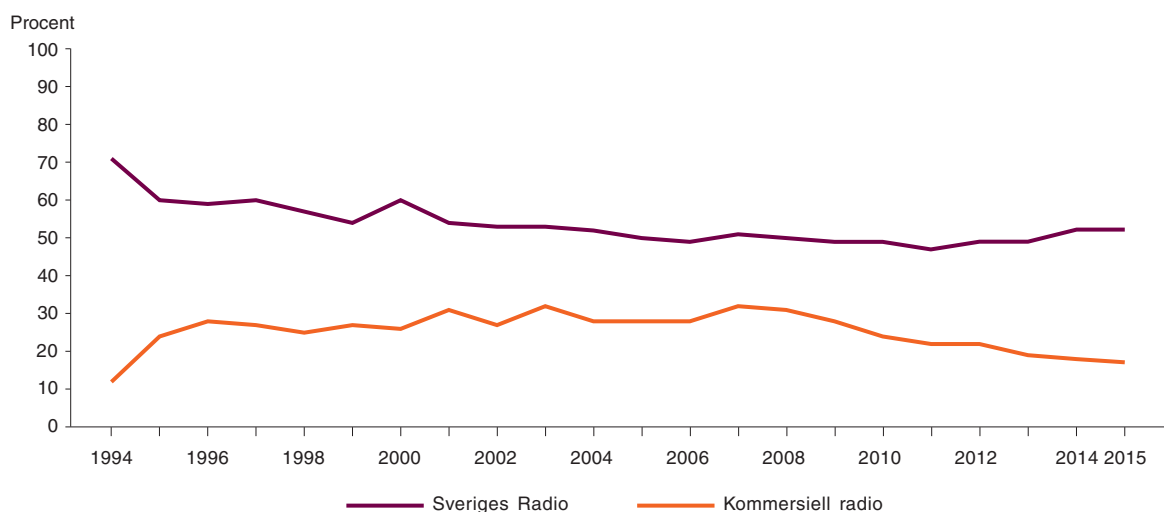
Anm: Brott i tidsserien markeras med avskiljande streck. För mer information se avsnittet *Fakta om undersökningen Mediebarometern*, rubriken *Jämförelser över tid*.

1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin *utbildning*. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

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

Radio

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1994-2015 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 1995-2015 (procent)

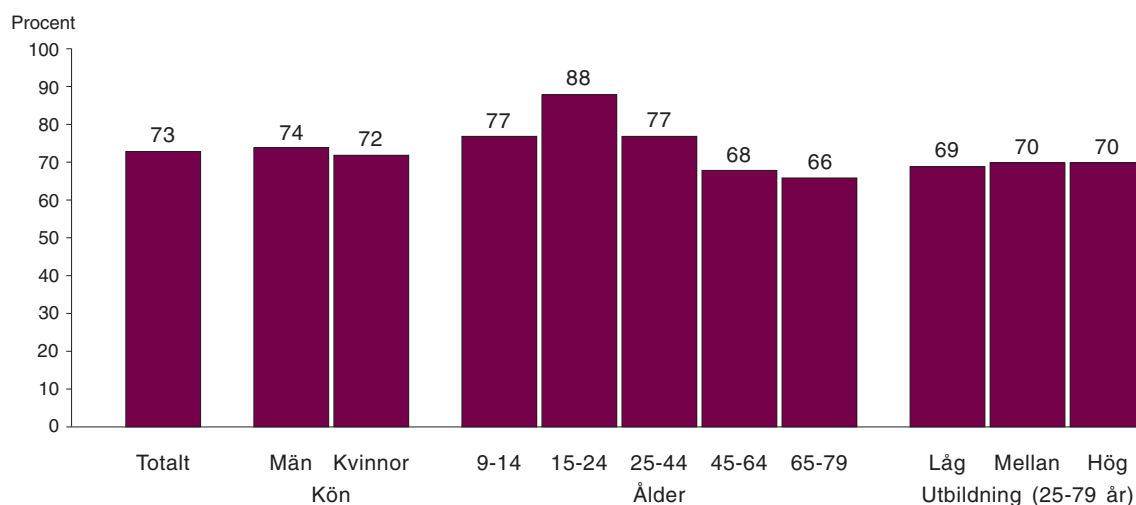
	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015
Totalt	80	82	80	79	79	74	77	73	67	67	69
Sveriges Radio	60	60	54	54	53	50	51	49	47	49	52
Kommersiell radio	24	27	27	31	32	28	32	28	22	19	17
P1	14	13	12	13	13	14	14	15	15	16	18
P3	17	16	14	13	13	12	11	12	11	11	10
P4	40	39	34	33	34	31	32	29	28	28	30
Rix FM	8	10	13	15	19	16	11	9	7
Mix Megapol	7	7	7	5	8	8	8	7	6

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Radio (totalt)	69	69	68	41	52	67	77	78	76	75	74
Sveriges Radio totalt	52	52	51	11	22	46	60	74	68	59	61
P1	18	18	18	2	5	14	21	31	16	16	30
P2	3	3	3	0	1	1	3	5	2	3	4
P3	10	11	9	5	13	20	9	4	6	11	11
P4 totalt	30	30	31	5	7	19	39	49	54	39	30
P4 – lokalt	18	18	18	3	4	10	23	30	32	23	17
P4 – riks	13	13	14	2	3	9	18	21	24	17	14
Kommersiell radio totalt	17	16	18	22	26	25	19	4	8	19	15
RIX FM	7	6	8	10	10	11	8	1	3	8	7
Mix Megapol	6	5	7	6	7	9	8	1	3	7	6
NRJ	5	5	5	8	10	9	4	1	2	5	4
Rockklassiker	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1
Bandit Rock	1	1	0	0	2	1	1	0	0	1	0
Annan kommersiell station	1	1	1	1	1	0	2	1	1	1	1

Musik 73%

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)



Lyssnare en genomsnittlig dag 2006-2015 (procent)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Lagrad/strömmad musik ¹	14	16	18	18	24	28	28	33	33	34
Cd/vinylskiva ²	31	29	27	23	21	18	16	8	7	5
Musik i radio	44	43	41
Musik via tv-kanal	4	3	3

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Musik (totalt)	73	74	72	77	88	77	68	66	69	70	70
Lagrad/strömmad musik ¹	34	37	30	68	79	46	21	7	10	22	28
Cd/vinylskiva	5	5	5	2	2	4	6	7	6	5	7
Musik via tv-kanal	3	3	4	1	1	2	3	6	5	4	4
Musik i radio	41	39	44	17	20	40	48	54	55	50	43

1. Avser musik i bärbar digital spelare, direkt i dator, laptop, surfplatta eller annan mediaspelare.

2. Kassetband ingår till och med 2008.

Musik

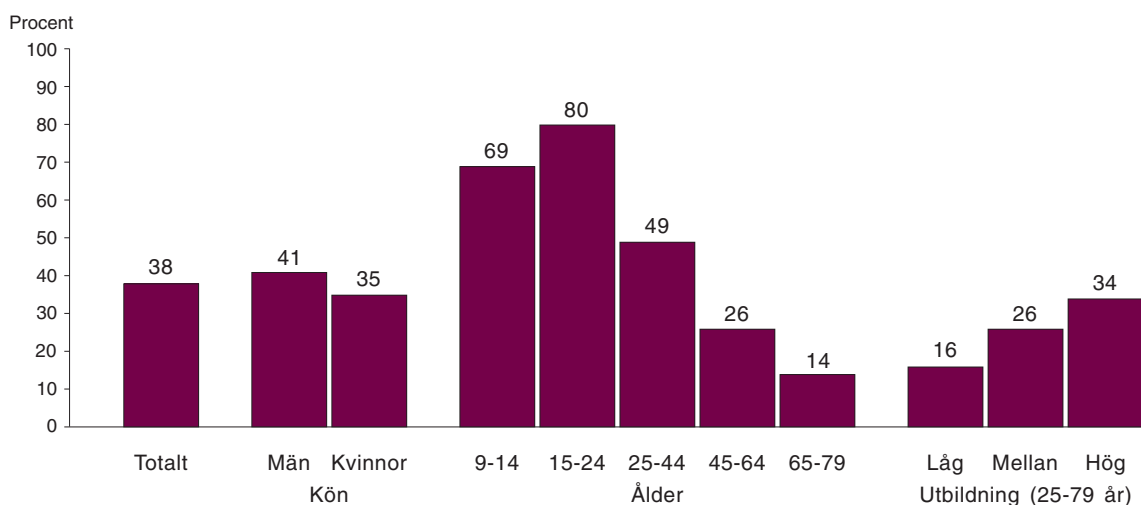
Andel som lyssnar en genomsnittlig dag 2015 (procent)

		Musik (totalt)	Lagrad/strömmad musik ¹	Cd/vinyl- skiva	I radio	I tv
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	73	34	5	41	3
	Vuxna 18-79 år	71	28	6	45	4
	Barn/ungdom 9-17 år	81	72	2	17	1
Kön	Män 9-79 år	74	37	5	39	3
	Kvinnor 9-79 år	72	30	5	44	4
	Män 18-79 år	73	32	6	43	3
	Kvinnor 18-79 år	69	24	6	47	4
	Pojkar 9-17 år	75	66	1	15	
	Flickor 9-17 år	88	79	2	18	1
Ålder	9-14 år	77	68	2	17	1
	15-19 år	90	82	2	20	1
	20-24 år	85	75	2	20	1
	25-34 år	77	51	3	35	2
	35-44 år	78	42	5	43	2
	45-54 år	71	28	6	47	3
	55-64 år	65	15	6	49	4
	65-79 år	66	7	7	54	6
Utbildning (25-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	68	7	6	56	5
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	70	17	6	53	4
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	70	18	5	53	3
	Gymnasial utbildning > 2 år	71	24	4	51	3
	Eftergymnasial utbildning (ej högskola/universitet)	67	20	6	46	7
	Högskola/universitet ≤ 3 år	69	24	7	46	5
	Högskola/universitet > 3 år	71	31	7	42	3
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid	74	36	5	43	3
	Förvärvsarbetar deltid	73	35	5	44	2
	Egna företagare	74	29	4	50	2
	Pensionärer	66	7	7	53	6
	Studerande	84	74	3	21	2
	Arbetslösa	72	44	4	29	4
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	83	64	3	29	1
	Äldre vuxna (45-79 år)	66	12	7	52	5
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	77	42	4	41	3
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	74	41	4	41	3
Hushåll (9-79 år)	En person	71	28	7	43	3
	Två personer	69	20	6	49	4
	Tre personer	75	45	3	35	3
	Fyra personer eller fler	78	53	3	33	2
Boende (9-79 år)	Lantgård/ensamliggande hus på landet	73	28	5	48	3
	Villa i tätort	73	33	4	43	3
	Radhus i tätort	71	34	7	39	4
	Lägenhet/flerfamiljshus	73	38	5	37	3
Hemort (9-79 år)	Storstad	75	38	6	39	3
	Större städer	73	35	4	41	3
	Övriga kommuner	71	30	5	43	3

1. Avser musik i bärbar digital spelare, direkt i dator, laptop, surfplatta eller annan mediaspelare.

Lagrad/strömmad musik 38%

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2005-2015 (procent)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
2005	43	43	43	55	71	48	34	24	26	44	46
2006	42	42	42	57	73	45	33	23	25	42	43
2007	41	40	41	52	75	46	33	18	22	42	41
2008	39	42	35	57	71	43	28	16	22	39	37
2009	36	38	35	57	66	39	26	17	19	35	36
2010	40	43	38	60	68	45	31	19	22	39	40
2011	42	43	40	70	71	45	30	20	22	32	37
2012	40	41	39	58	68	46	32	21	22	32	37
2013	40	42	37	65	79	48	26	18	18	30	35
2014	38	41	36	61	81	51	27	15	18	39	37
2015	38	41	35	69	80	49	26	14	16	26	34

Lyssnartid bland lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2005-2015 (minuter)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
2005	66	65	66	46	92	64	58	53	64	70	61
2006	66	70	63	46	91	67	54	64	68	69	63
2007	71	74	68	49	94	70	63	67	67	77	69
2008	72	72	73	56	93	72	64	55	65	79	69
2009	68	67	68	53	86	66	59	60	68	67	68
2010	70	71	69	52	85	72	66	58	67	78	68
2011	74	76	72	53	97	74	66	61	59	71	69
2012	72	74	70	51	92	75	65	60	62	68	70
2013	71	71	71	54	82	73	69	67	66	72	71
2014	70	70	72	37	87	75	66	70	93	81	62
2015	101	105	96	65	139	103	90	89	94	101	94

Anm: Brott i tidsserien markeras med avskiljande streck. För mer information se avsnittet *Fakta om undersökningen Mediebarometern*, rubriken *Jämförelser över tid*.

1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin *utbildning*. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

Rörlig bild en vanlig dag

80% tittar på tv på någon plattform

22% tittar på webb-tv

21% tittar av ungdomarna på strömmad film

28% tittar på långfilm

1% går på bio, men 27% har gjort det den senaste månaden

Vad vi tittar på

Den totala användningen av rörlig bild via tv är stabil över tid, men plattformarna som används för att titta har förändrats under senare år. Användningen av text-tv är stabil, liksom biovanorna.

Det tabblåagda tv-tittandet via vanlig tv-apparat är fortfarande vanligast, 65 procent av befolkningen tittar fortfarande på tv så en genomsnittlig dag. De senaste 10 åren har emellertid andelen som tittar på tv via vanlig tv-apparat minskat; 2007 såg 85 procent på traditionell tv en genomsnittlig dag. Den plattform som tagit över en del av tittandet är nätet. Andelen som tittar på webb-tv är 2015 22 procent, medan 1 procent såg på tv via internet 2007. Att titta på videoklipp har också ökat kraftigt sedan 2007, från 4 till 28 procent 2015.

Räckvidden för alla svenska tv-kanaler har minskat över tid. Det gäller såväl SVT som TV4 och övriga kommersiella kanaler. Den kanal som tappat allra mest i räckvidd sedan mitten av 1990-talet är SVT2 som går från cirka 40 procents räckvidd till 16 procent. Text-tv uppvisar samma räckvidd 2015 som 1994: dryga 20 procent.

I början av 2000-talet tittade drygt hälften, 55 procent, av befolkningen på tv:s nyhetsprogram en genomsnittlig dag. 2015 ser 35 procent på nyheter i tv. Nyhetsprogrammen är den enskilda programkategori i tv som har flest tittare, därefter kommer underhållning-/musikprogram, drama/serier, sport samt fakta-/samhälle-/debattprogram. Nyheter toppar också användningen av text-tv.

Det vanligaste sättet att titta på film är via tv, men strömmad film börjar också bli vanligt. De fyra genrer som har högst räckvidd är action, drama, kriminalfilm/deckare samt komedi.

Unga och äldre

Tv-tittandet är utbrett i alla åldrar, men tv:s räckvidd är något högre bland de yngsta och de äldsta i jämförelse med övriga åldersgrupper. Mönstret är relativt stabilt över tid.

De traditionella formerna för tv-tittandet har förändrats, och det är barn och unga som uppvisar ett helt annat beteende än vuxna. Bland ungdomar, 15-24 år, är det vanligare att titta på videoklipp än tv i vanlig tv-apparat en genomsnittlig dag. Tittande på webb-tv är nästa lika vanligt som att titta på tv i tv:n, 41 mot 45 procent. Barn, 9-14 år, tittar fortfarande mest på tv i vanlig tv-apparat, men videoklipp är nästan lika vanligt. Pensionärer tittar sällan på videoklipp, 7 procent, men nästan 80 procent tittar på tv i vanlig tv en genomsnittlig dag.

Också kanalpreferenserna skiljer sig mellan unga och äldre. Alla svenska kanaler, SVT och kommersiella, står starkare bland äldre. Play-tv är starkast bland unga.

Det är framför allt ungdomar som tittar på film, och bland dem dominerar strömmad film. Bland äldre är det istället film på tv som dominerar. Bland barn och ungdomar är videoklippen populära. I åldersgruppen 9- till 14 år och i gruppen 15- till 24 år är andelen som ser videoklipp cirka 60 procent. 7 procent av pensionärerna ser på videoklipp en vanlig dag.

Biobesökandet är stabilt sedan mitten på 1990-talet. Ungdomar går oftast på bio, men är den grupp som minskat mest över tid. En genomsnittlig vecka gick 17 procent av de unga mellan 15 och 24 år på bio i mitten av 1990-talet, mot 9 procent 2015. Pensionärer går mer sällan än ungdomar på bio, men frekvensen har ökat över tid.

Bland befolkningen som helhet är nyheter den mest sedda genren. Det gäller emellertid inte dem under 25 år. Då är det istället underhållnings-/musikprogram och drama/serier som dominerar; för barn upp till 14 år även barn-/ungdomsprogram.

Tiden vi tittar: 118 minuter

Den genomsnittliga tittartiden bland dem som ser på tv är två timmar en genomsnittlig dag. Sedan mitten av 1980-talet är det en nedgång med cirka 20 minuter. Titt-

artiden bland de som ser på webb-tv är något kortare än för tv totalt, 85 minuter. Bland dem som använder text-tv är användningen en kvart en genomsnittlig dag, och det har ökat något under senare år.

Unga och äldre

Allra mest tid lägger pensionärerna på att titta på rörlig bild, ungefär 2,5 timmar en genomsnittlig dag. Pensio-

närerna har alltid varit högkonsumenter, och var det i allra högst utsträckning i samband med att kommersiell tv startade vid skiftet 1980/1990-tal. Då uppgick deras tittartid till 3,5 timmar som mest (1992).

Användningstiden för text-tv är högst bland pensionärer som använder text-tv, men skillnaderna mellan olika åldersgrupper är överlag relativt små.

Rörlig bild

Tittare på rörlig bild 9-79 år en genomsnittlig dag 2007-2015 (procent)



Tittare på rörlig bild 9-79 år en genomsnittlig dag 2007-2015 (procent)

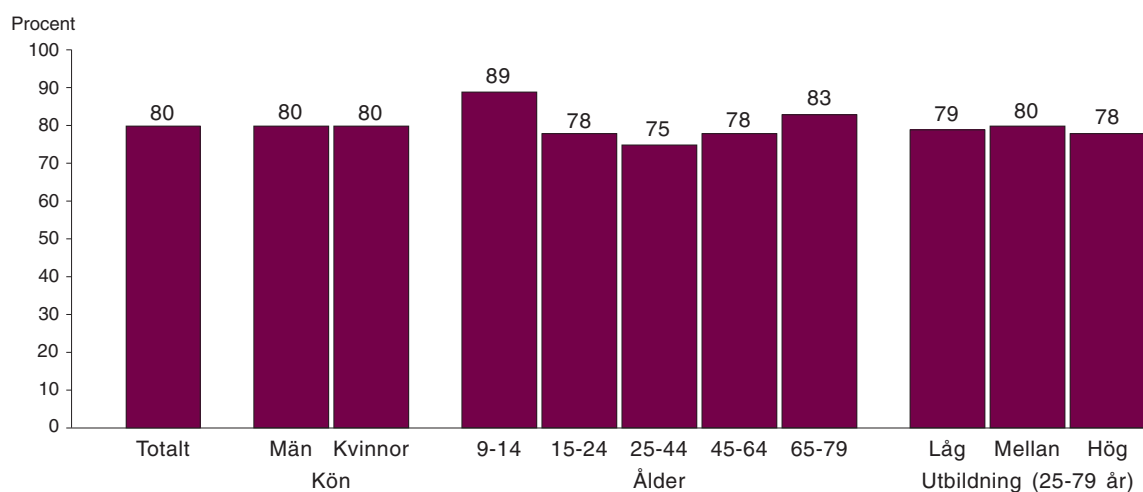
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
I vanlig tv-apparat	85	84	81	85	83	81	81	77	65
Webb-tv	1	3	3	6	6	7	6	9	22
Video/dvd	14	12	13	11	10	9	9	9	3
Videoklipp	4	11	15	17	23	21	24	26	28

Tittare på rörlig bild 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
I vanlig tv-apparat	65	62	67	69	45	52	67	78	73	68	64
Webb-tv	22	24	19	33	41	28	17	9	9	18	20
Video/dvd	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	3
Videoklipp	28	33	22	60	61	35	18	7	11	18	22

Television 80%

Tv-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)



Tv-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2015 (procent)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1979	76	78	75	87	70	72	78	83	78	74	68
1980	79	80	79	90	72	75	81	86	81	76	71
1981	74	75	72	85	65	68	75	82	76	70	65
1982	78	79	78	87	71	74	80	87	81	76	70
1983	76	77	74	85	70	70	78	85	79	73	66
1984	75	76	74	86	70	70	76	84	77	73	67
1985	76	76	75	85	69	72	78	84	78	74	68
1986	75	77	74	83	68	70	78	87	79	73	67
1987	80	80	80	86	75	75	81	90	83	78	74
1988	76	77	76	81	66	72	79	89	81	73	69
1989	76	76	75	84	67	70	78	88	88	72	68
1990	79	80	77	84	74	73	80	90	82	74	76
1991	79	80	79	85	73	73	80	92	83	77	73
1992	80	82	77	83	79	73	80	90	84	76	73
1993	84	84	83	89	83	77	86	91	89	82	75
1994	85	87	84	96	83	80	84	95	89	82	80
1995	84	85	84	90	78	81	84	94	85	84	80
1996	84	85	84	91	82	81	85	90	86	84	79
1997	84	86	82	90	85	77	85	90	87	82	79
1998	86	87	85	90	84	81	86	95	89	84	82
1999	88	89	86	90	85	86	87	93	90	89	82
2000	88	89	87	93	87	82	89	95	92	88	83
2001	87	88	86	94	89	79	88	94	90	85	82
2002	85	86	84	94	84	81	83	92	87	84	81
2003	87	89	85	93	86	84	87	91	90	87	82
2004	85	87	83	93	84	81	84	90	88	84	81
2005	86	86	85	93	87	82	83	93	88	86	81
2006	86	86	86	92	84	83	85	91	89	86	83
2007	85	87	83	94	83	82	84	90	88	86	80
2008	85	87	84	90	82	81	85	93	90	83	84
2009	83	84	82	91	78	80	82	90	88	83	80
2010	86	87	85	91	80	80	87	92	89	85	83
2011	85	85	85	92	75	81	86	91	90	86	84
2012	83	83	82	88	75	77	84	89	87	85	81
2013	83	84	83	87	71	76	85	92	92	85	82
2014	82	82	82	87	67	74	83	91	90	85	80
2015	80	80	80	89	78	75	78	83	79	80	78

1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin utbildning. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

Television

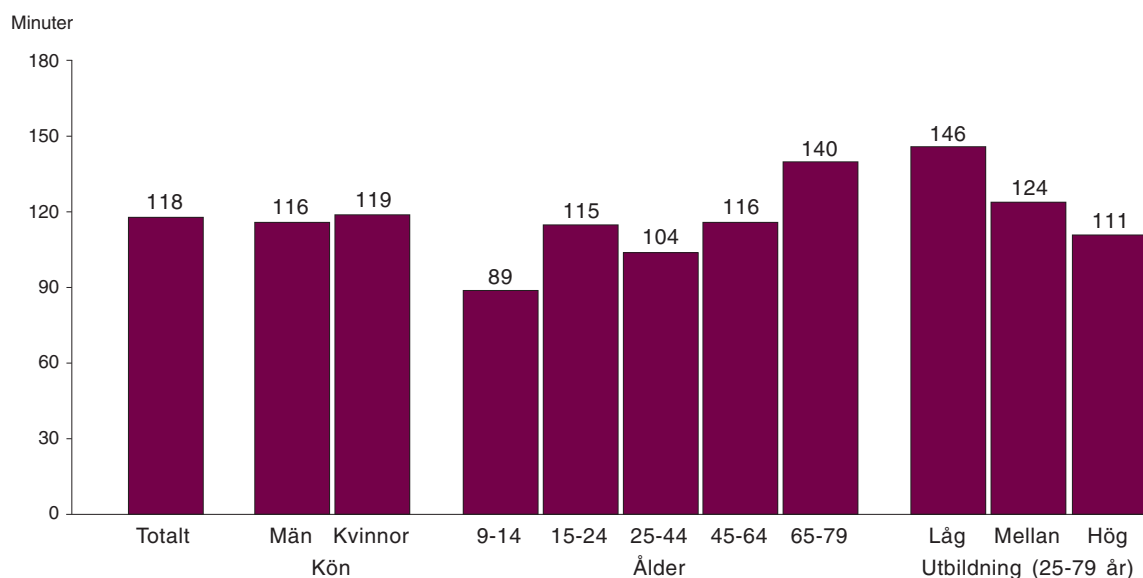
Andel som tittar en genomsnittlig dag 2015 (procent)

		Tv (totalt) ¹	Vanlig tv-apparat	Webb-tv	Videoklipp
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	80	65	22	28
	Vuxna 18-79 år	79	65	19	23
	Barn/ungdom 9-17 år	87	63	35	61
Kön	Män 9-79 år	80	62	24	33
	Kvinnor 9-79 år	80	67	19	22
	Män 18-79 år	79	62	23	27
	Kvinnor 18-79 år	79	67	16	18
	Pojkar 9-17 år	85	61	33	66
	Flickor 9-17 år	90	66	38	56
Ålder	9-14 år	89	69	33	60
	15-19 år	80	48	42	64
	20-24 år	75	41	39	58
	25-34 år	75	46	33	41
	35-44 år	76	57	24	31
	45-54 år	77	63	20	21
	55-64 år	79	71	14	15
	65-79 år	83	78	9	7
Utbildning (25-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	80	76	6	7
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	78	68	15	18
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	79	70	14	16
	Gymnasial utbildning > 2 år	81	67	20	20
	Eftergymnasial utbildning (ej högskola/universitet)	79	67	17	15
	Högskola/universitet ≤ 3 år	78	67	17	21
	Högskola/universitet > 3 år	79	63	21	23
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid	78	61	23	28
	Förvärvsarbetar deltid	74	59	21	24
	Egna företagare	72	59	20	28
	Pensionärer	84	79	10	8
	Studerande	78	43	42	57
	Arbetslösa	77	51	32	49
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	74	42	38	49
	Äldre vuxna (45-79 år)	81	74	12	11
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	77	60	23	29
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	77	58	24	32
Hushåll (9-79 år)	En person	77	62	80	23
	Två personer	81	70	84	18
	Tre personer	78	59	72	36
	Fyra personer eller fler	82	62	73	41
Boende (9-79 år)	Lantgård/ensamliggande hus på landet	80	68	20	25
	Villa i tätort	81	68	21	27
	Radhus i tätort	85	71	22	24
	Lägenhet/flerfamiljshus	77	58	23	31
Hemort (9-79 år)	Storstad	80	62	25	30
	Större städer	79	64	20	27
	Övriga kommuner	80	67	20	26

1. Videoklipp ingår inte i tv (totalt).

Television 118 minuter

Tittartid bland tv-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (minuter)



Tittartid bland tv-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2015 (minuter)

År	Kön			Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1986	133	135	128	111	121	121	141	160	144	130	121
1987	150	154	145	133	135	139	156	187	165	144	130
1988	138	143	133	123	114	127	143	181	159	127	117
1989	132	137	126	100	111	116	133	189	155	120	118
1990	136	143	129	110	130	120	136	180	152	130	118
1991	136	143	129	110	130	120	136	180	152	130	118
1992	146	156	137	119	134	124	148	207	170	137	121
1993	124	125	123	123	123	101	122	171	146	120	80
1994	115	113	117	108	111	105	108	145	132	112	90
1995	117	116	117	102	113	103	117	154	135	116	95
1996	115	117	113	103	109	106	112	152	136	113	93
1997	112	112	112	95	114	98	114	142	132	108	98
1998	114	116	113	97	106	103	112	155	138	112	96
1999	111	114	109	98	111	100	108	149	137	110	91
2000	119	118	121	97	109	106	118	157	147	112	103
2001	118	117	118	101	129	108	112	142	141	119	96
2002	120	122	117	113	119	113	114	141	139	121	105
2003	122	125	118	93	131	116	121	143	144	126	106
2004	120	120	120	99	122	114	118	142	139	124	106
2005	112	112	112	90	111	103	112	137	134	115	99
2006	118	120	116	91	115	113	117	144	142	121	108
2007	117	117	117	94	110	109	117	143	140	122	104
2008	113	112	114	84	110	108	114	132	137	118	104
2009	116	116	116	90	113	107	117	138	139	121	105
2010	119	120	118	83	108	112	122	145	142	124	116
2011	118	118	118	83	111	115	118	140	148	126	111
2012	119	121	116	79	108	114	117	146	153	132	109
2013	114	110	117	86	100	97	117	137	144	130	112
2014	120	119	121	80	109	113	120	139	150	129	115
2015	118	116	119	89	115	104	116	140	146	124	111

Tittartid på webb-tv
bland webb-tv tittare

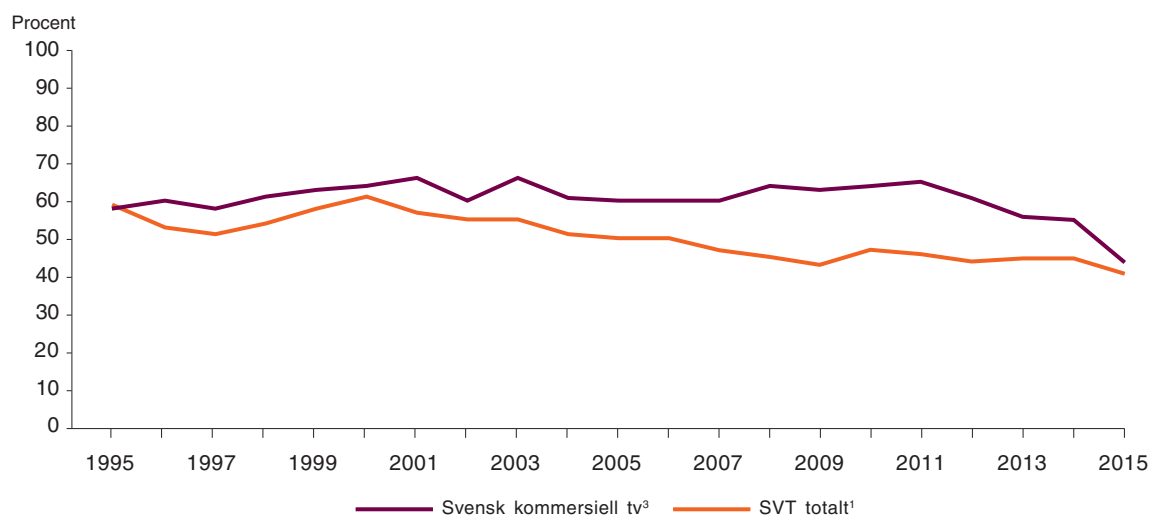
86	87	82	102	95	77	83	76	85	87	74
----	----	----	-----	----	----	----	----	----	----	----

Anm: Brott i tidsserien markeras med avskiljande streck. För mer information se avsnittet *Fakta om undersökningen Mediebarometern*, rubriken *Jämförelser över tid*.

1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin *utbildning*. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

Television

Tv-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 1995-2015 (procent)



Tv-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 1995-2015 (procent)

	1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2014	2015
SVT totalt¹	59	51	58	57	55	50	47	43	46	45	45	42
TV4 totalt²	50	49	52	55	51	46	43	43	48	43	41	35
Svensk kommersiell tv³	58	58	63	66	66	60	60	63	65	56	55	44
SVT1	40	32	38	46	45	42	38	36	39	40	40	34
SVT2	41	39	44	41	38	31	29	22	22	19	19	16
TV3	15	18	17	23	20	18	20	17	17	11	11	7
TV4	50	49	52	55	51	45	41	39	43	39	38	31
Kanal 5	6	10	10	13	17	18	18	18	16	11	8	7

Tv-tittare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år)⁴		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
SVT totalt¹	42	41	44	23	17	31	46	65	54	45	49
TV4 totalt²	35	31	38	24	24	29	39	44	45	42	33
Svensk kommersiell tv³	44	42	45	36	38	38	46	50	53	50	40
SVT1	34	32	36	11	9	21	36	59	48	38	39
SVT2	16	17	15	3	4	10	18	29	21	17	21
TV3	7	5	8	5	10	7	6	7	7	8	5
TV4	31	28	34	21	17	25	35	40	41	37	29
Kanal 5	7	6	8	4	9	10	6	6	7	9	6
TV6	5	7	3	9	14	5	3	2	3	4	3

Anm: Hösten 2015 var tillgången till Sjuan 75%, Kanal 11 56%, TV4 Sport 31%, Barnkanalen 83%, Kunskapskanalen 87%, SVT24 80%, TV3 83%, Kanal 5 82%, TV6 84%, TV8 67% och Kanal 9 63%. Källa: MMS, Kanalpenetrationsundersökning hösten 2015.

1. SVT1, SVT2, Barnkanalen, Kunskapskanalen eller SVT24.

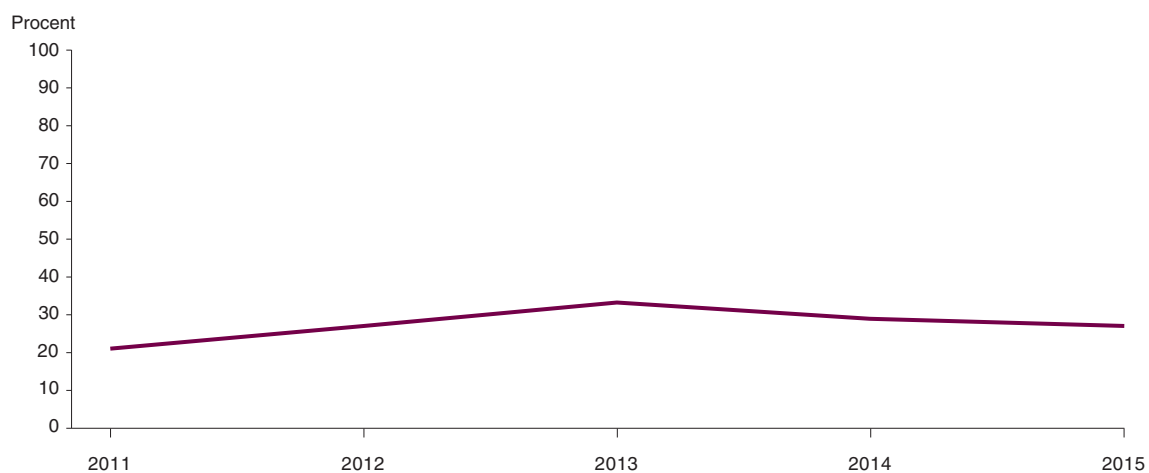
2. Sjuan, Kanal 11, TV4 Sport eller annan TV4-kanal.

3. Någon av följande svenska kommersiella kanaler: TV3, TV4, Sjuan, TV4 Sport, Kanal 11, TV4 Fakta, Kanal 5, TV6, TV8, eller Kanal 9.

4. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin *utbildning*. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

Play-tv

Play-tv-tittare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2011-2015 (procent)



Play-tv-tittare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2011-2015 (procent)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
2011	21	21	20	17	32	30	17	9	8	17	25
2012	27	28	26	27	42	36	23	14	11	21	29
2013	33	35	31	36	46	47	29	17	16	27	38
2014	29	30	28	38	41	40	28	15	12	23	33
2015	27	30	24	40	52	37	21	11	12	22	26

Anm: Play-tv är en delmängd av webb-tv.

Play-tv

Andel som tittar på play-tv-kanal en genomsnittlig dag/vecka 2015 (procent)

		Dag	Vecka
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	17	27
	Vuxna 18-79 år	15	25
	Barn/ungdom 9-17 år	26	43
Kön	Män 9-79 år	18	30
	Kvinnor 9-79 år	16	24
	Män 18-79 år	17	28
	Kvinnor 18-79 år	14	21
	Pojkar 9-17 år	23	40
	Flickor 9-17 år	30	47
Ålder	9-14 år	25	40
	15-19 år	31	52
	20-24 år	25	51
	25-34 år	25	45
	35-44 år	21	32
	45-54 år	17	26
	55-64 år	11	17
65-79 år	8	11	
Utbildning (25-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	5	8
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	11	18
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	10	17
	Gymnasial utbildning > 2 år	16	25
	Eftergymnasial utbildning (ej högskola/universitet)	14	22
	Högskola/universitet ≤ 3 år	15	23
	Högskola/universitet > 3 år	18	28
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid	19	30
	Förvärvsarbetar deltid	18	28
	Egna företagare	19	27
	Pensionärer	8	12
	Studerande	26	52
	Arbetslösa	22	41
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	24	47
	Äldre vuxna (45-79 år)	10	15
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	22	32
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	24	34
Hushåll (9-79 år)	En person	12	24
	Två personer	12	20
	Tre personer	24	36
	Fyra personer eller fler	23	36
Boende (9-79 år)	Lantgård/ensamliggande hus på landet	15	24
	Villa i tätort	18	27
	Radhus i tätort	16	27
	Lägenhet/flerfamiljshus	16	29
Hemort (9-79 år)	Storstad	19	31
	Större städer	16	26
	Övriga kommuner	16	25

Anm: Play-tv är en delmängd av webb-tv.

Programkategorier

Tittar på nyheter i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2001-2015 (procent)



Tittar på nyheter i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2001-2015 (procent)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
2001	55	57	53	16	30	47	70	83	72	52	60
2002	53	54	52	15	24	46	66	75	63	49	61
2003	49	59	46	11	22	43	62	77	66	48	54
2004	49	48	51	7	19	44	64	75	65	48	58
2005	46	46	46	12	20	38	57	75	64	44	49
2006	43	43	43	7	15	33	56	72	59	41	50
2007	39	42	37	5	14	34	48	68	57	41	42
2008	41	41	40	4	12	32	54	71	58	37	49
2009	37	37	36	6	9	29	48	62	53	35	42
2010	41	41	40	8	13	31	52	70	57	42	46
2011	44	44	43	7	14	33	57	73	67	50	51
2012	38	40	36	6	12	28	47	65	55	44	45
2013	37	37	37	5	11	27	44	64	55	42	43
2014	40	40	40	7	12	27	45	67	60	47	45
2015	35	35	35	10	12	24	38	58	46	40	40

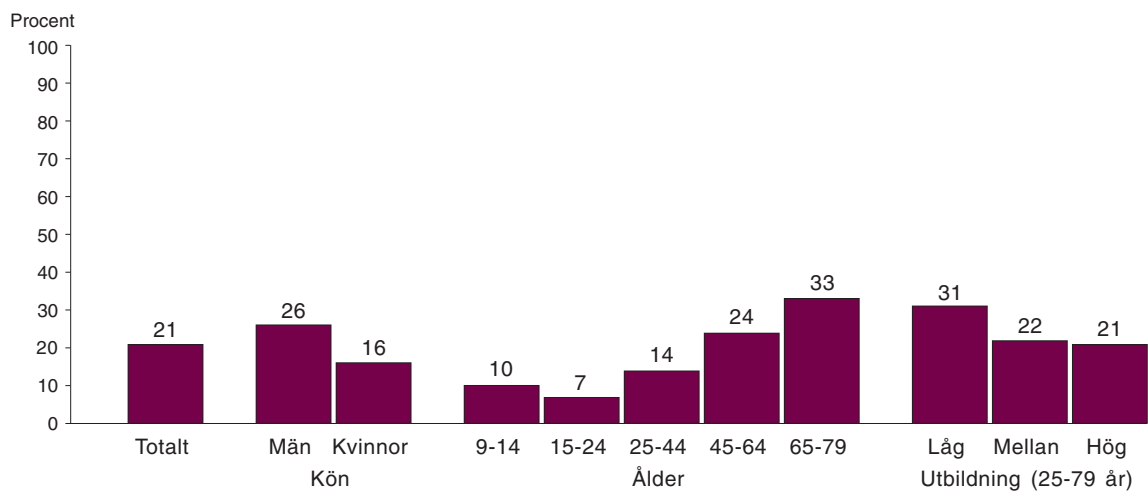
Tv-tittare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2015: programkategorier (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Nyhetsprogram	35	35	35	10	12	24	38	58	46	40	40
Underhållning/ musikprogram	21	19	24	25	18	17	22	24	23	22	20
Drama/serier	19	16	21	22	27	21	16	14	14	16	18
Sport	14	20	7	6	7	12	14	20	20	16	13
Fakta-/samhälls-/ debattprogram	14	15	13	6	9	11	16	19	16	16	15
Långfilm	9	10	9	8	11	8	11	8	9	10	9
Reality/dokusåpa	5	4	6	4	8	4	5	5	6	5	4
Kulturprogram	4	3	4	1	3	2	4	6	5	4	4
Barn-/ungdomsprogram	3	3	4	22	2	4	1	0	1	1	1
Livsstilsprogram	3	2	4	1	3	4	3	4	4	4	3

1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin *utbildning*. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

Text-tv 21%

Text-tv-användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)



Text-tv-användare 9-79 år en genomsnittlig dag 1994-2015 (procent)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1994	21	28	14	26	23	23	18	18	19	23	18
1995	23	30	16	23	25	24	24	16	20	25	24
1996	25	32	18	27	25	29	22	20	23	26	25
1997	25	34	17	19	33	27	23	17	21	29	25
1998	28	38	19	24	35	30	26	26	26	30	30
1999	29	36	21	19	35	34	25	28	30	32	27
2000	31	38	23	20	39	35	29	26	26	34	33
2001	28	36	20	18	36	33	25	24	25	31	29
2002	28	37	21	20	32	35	25	25	24	33	28
2003	30	38	21	19	31	36	28	26	28	33	30
2004	26	34	18	14	30	30	23	25	23	29	27
2005	29	37	21	17	35	37	25	25	26	34	30
2006	27	33	21	17	23	34	25	29	27	30	28
2007	26	33	19	12	18	33	27	28	25	29	29
2008	25	31	20	11	19	31	25	28	26	29	26
2009	24	30	18	11	16	28	24	28	26	24	26
2010	23	29	18	11	12	26	28	28	26	24	27
2011	21	27	16	9	11	22	25	29	28	25	24
2012	21	26	16	11	8	21	25	28	26	26	23
2013	21	26	16	13	8	19	24	29	27	24	22
2014	21	26	16	10	5	15	25	33	32	26	22
2015	21	26	16	10	7	14	24	33	31	22	21

1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin *utbildning*. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

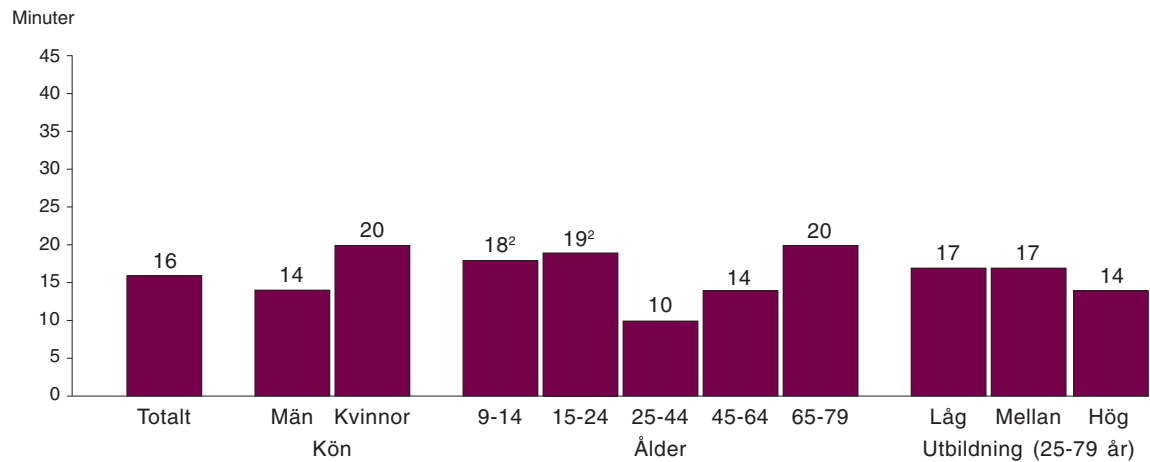
Text-tv

Andel som använder text-tv en genomsnittlig dag/vecka/månad 2015 (procent)

		Dag	Vecka	Månad
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	21	32	42
	Vuxna 18-79 år	23	34	43
	Barn/ungdom 9-17 år	9	19	31
Kön	Män 9-79 år	26	37	47
	Kvinnor 9-79 år	16	27	36
	Män 18-79 år	28	40	50
	Kvinnor 18-79 år	17	28	37
	Pojkar 9-17 år	9	18	32
	Flickor 9-17 år	9	20	31
	Ålder	9-14 år	10	21
15-19 år		7	14	28
20-24 år		7	13	21
25-34 år		12	22	31
35-44 år		15	28	40
45-54 år		23	32	40
55-64 år		25	39	47
65-79 år		33	46	55
Utbildning (20-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	33	48	58
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	31	48	58
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	28	40	50
	Gymnasial utbildning > 2 år	24	36	46
	Eftergymnasial utbildning (ej högskola/universitet)	22	34	42
	Högskola/universitet ≤ 3 år	24	35	44
	Högskola/universitet > 3 år	20	30	39
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid	19	31	41
	Förvärvsarbetar deltid	15	24	33
	Egna företagare	17	28	38
	Pensionärer	33	46	55
	Studerande	6	12	22
	Arbetslösa	20	31	40
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	11	19	29
	Äldre vuxna (45-79 år)	29	42	51
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	16	28	37
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	14	25	35
Hushåll (9-79 år)	En person	24	34	42
	Två personer	27	40	49
	Tre personer	17	26	36
	Fyra personer eller fler	13	24	35
Boende (9-79 år)	Lantgård/ensamliggande hus på landet	20	31	40
	Villa i tätort	20	31	42
	Radhus i tätort	27	39	48
	Lägenhet/flerfamiljshus	22	32	41
Hemort (9-79 år)	Storstad	19	28	37
	Större städer	21	32	43
	Övriga kommuner	23	35	45

Text-tv 15 minuter

Användartid *bland text-tv-användare* 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (minuter)



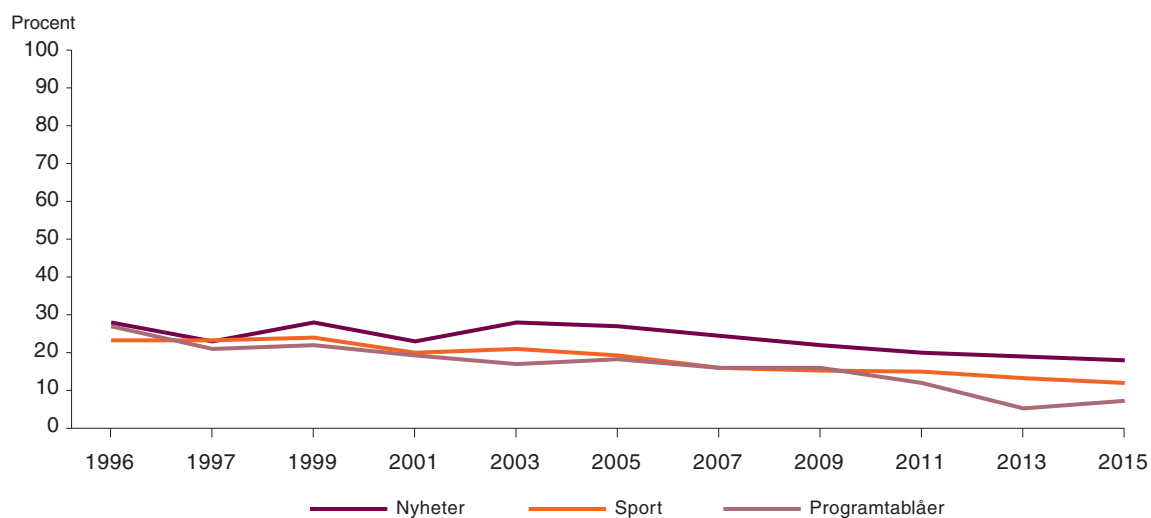
Användartid *bland text-tv-användare* 9-79 år en genomsnittlig dag 1996-2015 (minuter)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1996	10	11	8	8	11	10	11	11	10	11	10
1997	10	12	8	8	9	10	12	14	14	10	9
1998	10	10	8	7	10	9	10	13	11	10	9
1999	11	11	9	8	9	11	10	14	12	11	10
2000	12	13	10	10	8	11	12	17	16	12	10
2001	10	11	9	6	9	9	10	14	13	10	10
2002	10	11	8	8	8	10	10	11	10	11	9
2003	10	10	10	7	7	10	11	14	12	10	10
2004	9	10	8	5	9	9	9	11	10	9	9
2005	10	11	9	6	8	9	11	14	11	11	9
2006	11	11	10	6	8	9	11	16	13	11	10
2007	10	10	10	6	6	9	10	15	14	10	9
2008	10	11	9	6	6	9	10	14	12	9	10
2009	10	10	10	10	7	9	10	15	13	10	9
2010	10	11	9	10	7	9	10	13	11	11	10
2011	12	12	12	7	8	11	10	17	17	12	11
2012	12	12	14	10	9	10	11	17	16	12	12
2013	13	13	14	13	11	11	12	17	16	15	12
2014	15	14	17	13	11	11	13	19	17	15	14
2015	16	14	20	18 ²	19 ²	10	14	20	17	17	14

1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin *utbildning*. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.
2. Antalet svarspersoner är mindre än 100 och siffran bör tolkas med försiktighet.

Text-tv

Användning av text-tv 9-79 år en genomsnittlig dag 1996-2015 (procent)



Användning av text-tv 9-79 år en genomsnittlig vecka 1996-2015 (procent)

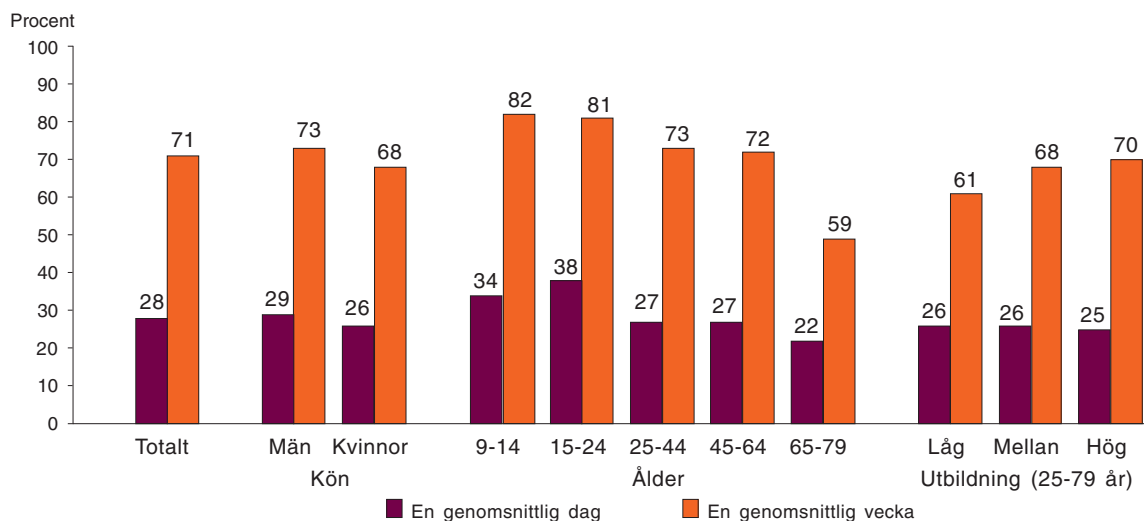
	1996	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015
Nyheter	28	24	28	23	28	27	24	22	20	19	18
Sport	23	23	24	20	21	19	16	15	15	13	12
Programtablåer	27	21	22	19	17	18	16	16	12	5	7

Användning av text-tv 9-79 år en genomsnittlig vecka 2015 (procent)

Typ av information	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Nyheter	18	21	15	3	4	15	23	26	26	22	20
Sport	12	19	5	4	4	10	14	16	19	15	11
Programtablåer	7	6	8	5	4	6	7	10	9	8	7
Väder	4	4	3	1	1	1	5	7	6	5	3
Ekonomi	4	6	2	0	1	3	5	8	6	6	5
Textning	4	3	4	4	1	2	3	7	6	4	3
Spel/lotteri	2	3	1	0	1	1	3	4	5	3	1
Annonser/reklam	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0

Film

Tittar på film 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2015 (procent)



Tittar på film 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Film (totalt)	28	29	26	34	38	27	27	22	26	26	25
Film direkt i tv	16	16	16	13	11	13	19	18	20	19	15
Inspelad film från tv	2	2	2	3	2	1	2	2	2	1	2
Strömmad film	7	8	6	14	21	8	4	1	2	4	5
Nedladdad film	1	1	0	1	3	1	1	0	1	1	1
Köpfilm	1	1	1	2	1	2	1	0	0	1	1
Hyrfilm	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Film på bio	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1

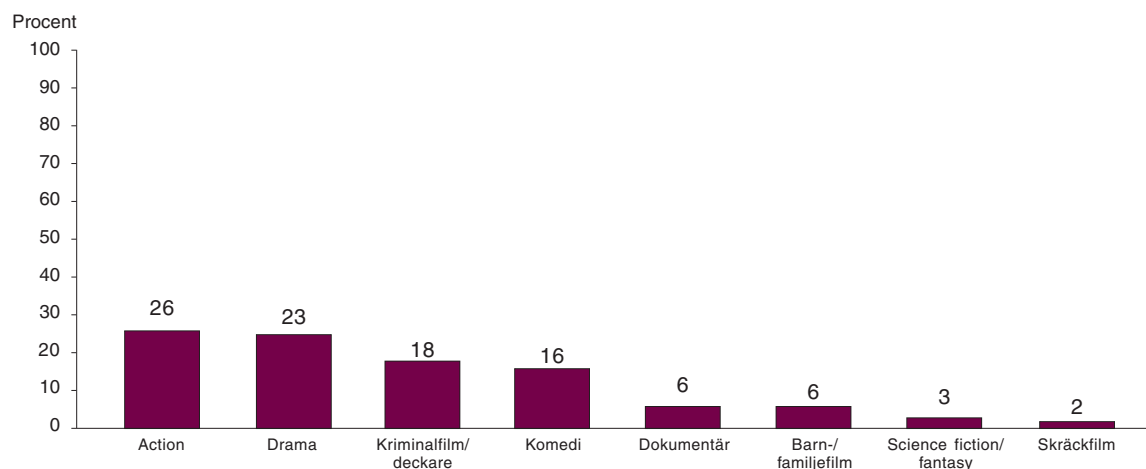
Film

Andel som tittar en genomsnittlig dag 2015 (procent)

		Film (totalt)	Direkt i tv	Strömmad film	Bio
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	28	16	7	1
	Vuxna 18-79 år	27	17	6	1
	Barn/ungdom 9-17 år	36	13	17	1
Kön	Män 9-79 år	29	16	8	1
	Kvinnor 9-79 år	26	16	6	1
	Män 18-79 år	29	17	7	1
	Kvinnor 18-79 år	24	16	4	1
	Pojkar 9-17 år	33	12	15	1
	Flickor 9-17 år	40	15	19	1
Ålder	9-14 år	34	13	14	1
	15-19 år	41	13	22	1
	20-24 år	35	9	19	1
	25-34 år	29	12	11	1
	35-44 år	26	15	7	0
	45-54 år	30	19	6	1
	55-64 år	25	19	2	1
65-79 år	22	18	1	1	
Utbildning (20-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	24	20	1	0
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	29	21	3	0
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	25	19	2	1
	Gymnasial utbildning > 2 år	27	19	6	1
	Eftergymnasial utbildning (ej högskola/universitet)	24	17	4	0
	Högskola/universitet ≤ 3 år	25	16	4	1
Högskola/universitet > 3 år	25	15	5	1	
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid	28	16	7	0
	Förvärvsarbetar deltid	26	16	6	0
	Egna företagare	26	16	6	2
	Pensionärer	24	19	1	1
	Studerande	33	10	18	1
	Arbetslösa	32	15	11	0
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	32	11	15	1
	Äldre vuxna (45-79 år)	24	19	2	1
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	28	16	8	1
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	28	15	7	0
Hushåll (9-79 år)	En person	26	15	7	1
	Två personer	26	18	4	1
	Tre personer	31	16	10	1
	Fyra personer eller fler	30	14	10	1
Boende (9-79 år)	Lantgård/ensamliggande hus på landet	26	16	5	0
	Villa i tätort	27	17	6	1
	Radhus i tätort	29	19	6	0
	Lägenhet/flerfamiljshus	30	16	9	1
Hemort (9-79 år)	Storstad	30	17	8	1
	Större städer	28	17	7	1
	Övriga kommuner	26	15	7	1

Filmgenrer

Tittar på olika filmgenrer bland tittare 9-79 år
en genomsnittlig vecka 2015 (procent)

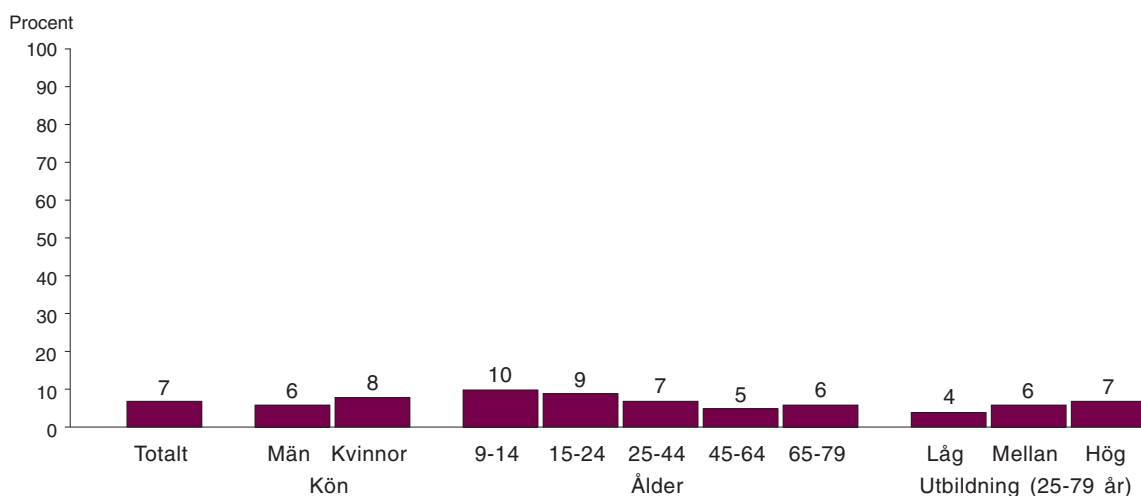


Tittar på olika filmgenrer bland tittare 9-79 år
en genomsnittlig vecka 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Action	26	34	18	32	33	33	26	15	21	29	22
Drama	23	19	28	11	25	24	26	24	18	21	29
Kriminalfilm/deckare	18	16	20	2	6	11	24	31	28	22	20
Komedi	16	16	16	24	26	16	12	12	14	13	13
Dokumentär	6	6	6	1	4	4	6	12	10	6	8
Barn-/familjefilm	6	5	7	22	4	8	2	2	3	4	4
Science fiction/fantasy	3	4	3	5	4	6	2	1	1	3	3
Skräckfilm	2	2	2	3	4	3	1	0	1	2	1
Musikal	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0

Bio 7%

Biobesökare 9-79 år en genomsnittlig vecka 2015 (procent)



Biobesökare 9-79 år en genomsnittlig vecka/månad 1995-2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig vecka</i>											
1995	7	8	6	8	17	7	4	2	2	9	11
1999	7	7	8	11	14	10	4	1	1	8	10
2003	8	7	8	10	18	9	4	2	1	8	10
2009	8	9	8	11	15	9	6	5	3	8	10
2011	7	7	8	8	14	8	5	4	4	8	8
2012	9	8	9	9	15	10	6	6	3	5	8
2013	7	6	7	9	13	7	4	5	4	4	7
2014	7	7	8	10	12	8	5	6	3	5	8
2015	7	6	8	10	9	7	5	6	4	6	7
<i>Genomsnittlig månad</i>											
1995	24	25	22	34	52	23	16	3	10	29	32
1999	28	26	30	47	55	33	17	3	7	28	34
2003	28	27	28	44	57	35	17	8	9	27	34
2009	31	30	32	44	53	33	24	15	13	30	34
2011	28	28	29	47	48	29	20	17	10	22	27
2012	31	30	32	44	53	34	23	18	14	22	32
2013	29	28	29	43	51	31	21	18	12	22	28
2014	27	26	28	40	47	31	22	18	12	21	28
2015	27	26	28	45	45	31	21	17	13	20	27

1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin *utbildning*. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

Andel som besökt en biograf en genomsnittlig dag/vecka/månad 2015 (procent)

		Dag	Vecka	Månad
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	1	7	27
	Vuxna 18-79 år	1	6	24
	Barn/ungdom 9-17 år	1	10	46
Kön	Män 9-79 år	1	6	26
	Kvinnor 9-79 år	1	8	28
	Män 18-79 år	1	6	23
	Kvinnor 18-79 år	1	7	26
	Pojkar 9-17 år	1	9	45
	Flickor 9-17 år	1	12	46
Ålder	9-14 år	1	10	45
	15-19 år	1	10	45
	20-24 år	1	9	44
	25-34 år	1	9	34
	35-44 år	0	7	29
	45-54 år	1	5	23
	55-64 år	1	5	18
65-79 år	1	6	17	
Utbildning (25-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	0	4	13
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	0	3	12
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	1	6	18
	Gymnasial utbildning > 2 år	1	6	21
	Eftergymnasial utbildning (ej högskola/universitet)	0	6	20
	Högskola/universitet ≤ 3 år	1	7	24
	Högskola/universitet > 3 år	1	7	29
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid	0	6	28
	Förvärvsarbetar deltid	0	9	30
	Egna företagare	2	10	27
	Pensionärer	1	6	16
	Studerande	1	7	42
	Arbetslösa	0	4	16
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	1	9	41
	Äldre vuxna (45-79 år)	1	6	18
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	1	7	30
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	0	4	24
Hushåll (9-79 år)	En person	1	7	24
	Två personer	1	7	22
	Tre personer	1	7	30
	Fyra personer eller fler	1	8	36
Boende (9-79 år)	Lantgård/ensamliggande hus på landet	0	4	19
	Villa i tätort	1	7	26
	Radhus i tätort	0	6	30
	Lägenhet/flerfamiljshus	1	9	32
Hemort (9-79 år)	Storstad	1	9	35
	Större städer	1	7	27
	Övriga kommuner	1	5	21

Textmedier en vanlig dag

65% läser en dagstidning

26% läser en digital dagstidning

32% läser en tidskrift

4% lyssnar på en ljudbok

61% av barnen, 9 till 14 år, läser i en bok

Vad vi läser

Den totala användningen av textmedier har minskat över tid. Framför allt gäller det dagstidningar och tidskrifter, medan läsning av böcker är stabil.

Omkring två tredjedelar av befolkningen läser en dagstidning, på papper eller nät, en genomsnittlig dag, medan ungefär en tredjedel läser en tidskrift och/eller en bok på någon plattform. Dagstidning är således fortfarande det textmedium som har störst räckvidd, och fortsatt störst på papper.

Räckvidden för tidningar på papper har emellertid minskat kraftigt under de senaste tio åren medan andelen läsare av dagstidningar på internet har ökat. Utvecklingen är olikartad för morgon- respektive kvällstidningar. Nedgången för morgontidningar på papper har inte kompensats av uppgången online. Ungefär 50 procent läser morgontidningen på papper, medan 10 procent läser online. För kvällstidningar är räckvidden online betydligt högre än för pappret. Kvällstidningen läses huvudsakligen på internet, 20 procent. Enbart 6 procent läser en kvällstidning på papper. Få läser både ock; det gäller både morgon- och kvällstidningar.

Nyheter är det mest lästa innehållet. Det gäller både för morgon- och kvällstidningsläsare. Lokala nyheter läses i störst utsträckning i morgontidningen, inrikes- och utrikesnyheter i båda typerna av tidningar. Bland dem som läser morgontidning på nätet läses samtliga innehållskategorier i lägre omfattning jämfört med hur läsningen på papper ser ut. Visst innehåll är antingen unikt eller annorlunda presenterat i de digitala tidningarna, framför allt i kvällstidningarna. Sport, spel och vadslagning läses i stor utsträckning online. Bloggar, det mest specifika materialet online, läses däremot i liten utsträckning.

Den digitala utvecklingen för tidskrifter och böcker skiljer sig markant från utvecklingen för dagstidningar. Såväl böcker som tidskrifter läses i huvudsak på papper. Närmare hälften av befolkningen läser någon vecko- eller månadstidning under en genomsnittlig vecka, medan en tredjedel läser en special-/facktidskrift på veckobasis.

Böcker läses av en tredjedel av befolkningen en genomsnittlig dag. Veckoräckvidden för böcker är betydligt högre än den dagliga räckvidden; nästan 60 procent av befolkningen läser bok en vanlig vecka. Nästan all bokläsning sker fortfarande på papper.

Skönlitteratur är den klart dominerande bokgenren: ungefär fyra av tio läser skönlitteratur en genomsnittlig vecka. Läsning av skönlitteratur har legat på en stabil nivå sedan slutet av 1990-talet. Även läsningen av barn- och ungdomslitteratur är stabil.

Unga och äldre

Dagstidningar på papper har sin klart största publik bland pensionärer medan nättidningarna har sin största publik i åldersgruppen 25 till 44 år. Andelen läsare av någon digital dagstidning via app i mobil eller surfplatta är 11 procent, och högst bland personer mellan 25 och 44 år, 18 procent. E-tidning har ännu inte slagit igenom; endast 2 procent av befolkningen läser e-tidning en vanlig dag.

Nedgången i kvällstidningsläsning under senare år gäller alla åldersgrupper med undantag för de äldre. Den digitala läsningen är särskilt hög bland 35- till 44-åringar och småbarnsföräldrar. Pensionärer läser kvällstidningen på papper i förhållandevis hög utsträckning.

De flesta innehållskategorier i såväl morgontidningar som kvällstidningar läses i högre grad av äldre än yngre. Åldersmässigt är skillnaderna något mindre när det gäller läsning av olika onlinespecifikt innehåll i kvällstidningarna.

Äldre är överlag flitigare läsare av tidskrifter än yngre. Mönstret mellan de olika åldersgrupperna har i stort sett varit detsamma under de senaste åren. En vikande trend kan noteras bland de unga.

Böcker läses i högst utsträckning av de yngre. Bland de yngsta, 9 till 14 år läser 61 procent en genomsnittlig dag och en genomsnittlig vecka läser 86 procent. Då ingår läx- och läroboksläsning.

Tiden vi läser: 53 minuter

Läsandet i befolkningen som helhet uppgår till nästan en timme en genomsnittlig dag. Böcker och dagstidningar på papper upptar störst del av tiden med cirka 20 minuter vardera.

Bland dem som tar del av respektive textmedium är det bok som ägnas längst tid, en timme. Morgontidningar liksom alla tidskrifter ägnas en dryg halvtimme, medan kvällstidningsläsarna ägnar sin tidning 20 minuter.

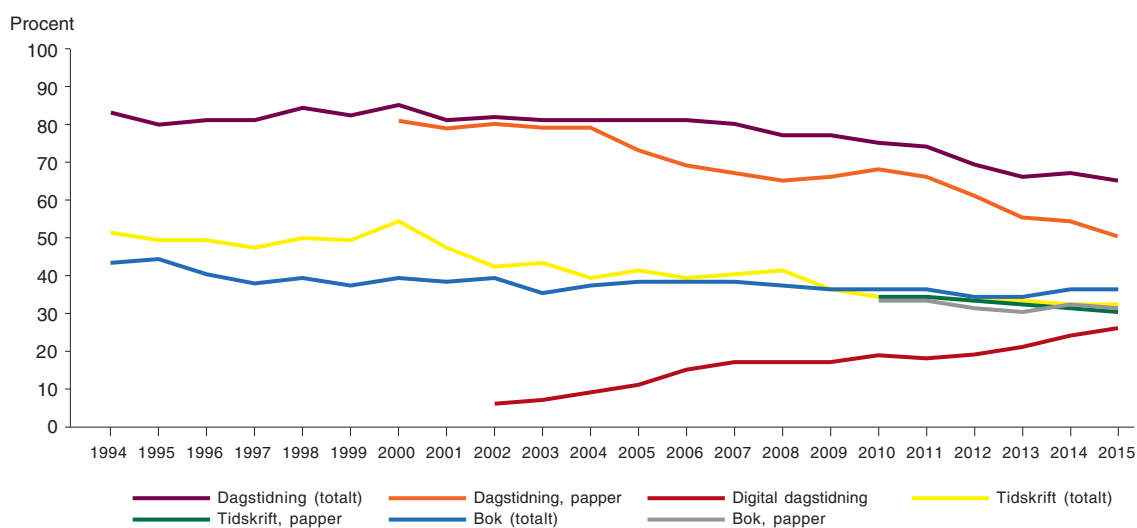
Unga och äldre

Vad gäller dagstidningar likväl som alla slags tidskrifter så ägnar de unga läsarna tidningen betydligt kortare tid än andra, medan de äldsta läser tidningen avsevärt längre än andra åldersgrupper. De äldsta är följaktligen inte enbart de mest regelbundna läsarna utan också den grupp som avsätter längst tid. Skillnaderna är störst för dagstidningar, och mindre för tidskrifter.

Lästiden bland dem som läser eller lyssnar på en bok är en timme en genomsnittlig dag. Skolbarn mellan 9 och 14 år, som i betydligt högre utsträckning än andra grupper läser böcker, avsätter dock kortare tid för bokläsning.

Textmedier

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1994-2015 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2002-2015 (procent)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Dagstidning (totalt)	82	81	81	81	81	80	77	77	75	74	69	66	67	65
Dagstidning på papper	80	79	79	73	69	67	65	66	68	66	61	55	54	50
Digital dagstidning	6	7	9	11	15	17	17	17	19	18	19	21	24	26
Tidskrift (totalt)	34	34	33	33	32	32
Tidskrift på papper	34	34	33	32	31	30
Digital tidskrift	2	2	2	2	2	3
Bok (totalt)	36	36	34	34	36	36
Ljudbok	3	3	3	3	4	4
Bok på papper	33	33	31	30	32	31
E-bok	0	0,5	1	1	1	1

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Dagstidning (totalt)	65	66	64	21	41	63	74	83	78	72	75
Dagstidning på papper	50	50	50	14	20	34	60	77	70	56	57
Digital dagstidning	26	28	24	9	26	40	28	19	16	27	33
<i>direkt på webben</i>	16	18	13	4	15	25	17	12	10	16	20
<i>som e-tidning/pdf</i>	2	3	2	0	2	3	3	3	2	3	3
<i>via app</i>	11	10	11	5	11	18	12	6	5	12	14
Tidskrift (totalt)	32	28	36	19	14	27	34	46	40	33	38
Tidskrift på papper	30	26	35	17	11	24	33	45	39	32	35
Digital tidskrift	3	4	2	3	4	5	3	1	2	2	4
Bok (totalt)	36	30	42	61	35	33	30	36	21	27	42
Ljudbok	4	3	5	3	3	5	5	3	2	4	5
Bok på papper	31	26	37	58	30	26	26	33	19	23	36
E-bok	1	1	1	1	3	2	1	1	0	1	2

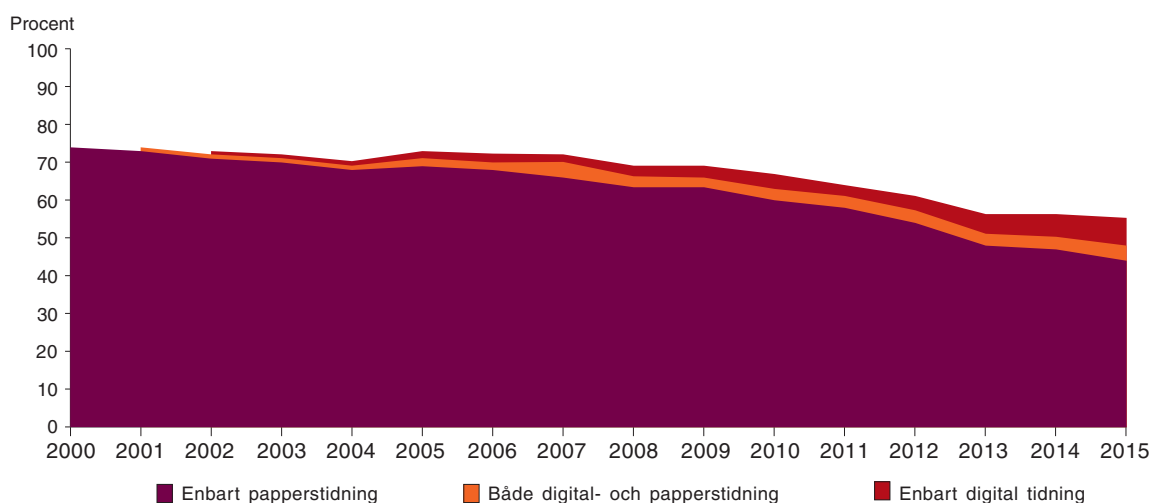
Textmedier

Läsare 9-79 år av pappers- eller digital tidning/bok en genomsnittlig dag 2015 (procent)

		Tidning/bok på papper	Digital tidning/bok
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	74	28
	Vuxna 18-79 år	75	30
	Barn/ungdom 9-17 år	67	15
Kön	Män 9-79 år	71	30
	Kvinnor 9-79 år	77	26
	Män 18-79 år	71	33
	Kvinnor 18-79 år	79	27
	Pojkar 9-17 år	68	15
	Flickor 9-17 år	66	14
	Ålder	9-14 år	69
15-19 år		55	24
20-24 år		44	36
25-34 år		54	43
35-44 år		66	43
45-54 år		74	33
55-64 år		82	27
65-79 år		90	19
Utbildning (20-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	85	13
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	81	25
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	74	29
	Gymnasial utbildning > 2 år	73	28
	Eftergymnasial utbildning (ej högskola/universitet)	76	27
	Högskola/universitet ≤ 3 år	78	30
	Högskola/universitet > 3 år	80	39
Syssetsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid	69	37
	Förvärvsarbetar deltid	69	28
	Egna företagare	67	33
	Pensionärer	90	21
	Studerande	62	32
	Arbetslösa	53	33
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	54	39
	Äldre vuxna (45-79 år)	86	23
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	70	36
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	54	42
Hushåll (9-79 år)	En person	71	24
	Två personer	83	28
	Tre personer	67	29
	Fyra personer eller fler	66	30
Boende (9-79 år)	Lantgård/ensamliggande hus på landet	74	23
	Villa i tätort	76	28
	Radhus i tätort	80	28
	Lägenhet/flerfamiljshus	69	30
Hemort (9-79 år)	Storstad	73	31
	Större städer	75	28
	Övriga kommuner	73	25

Morgontidning 55%

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2000-2015 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2000-2015 (procent)

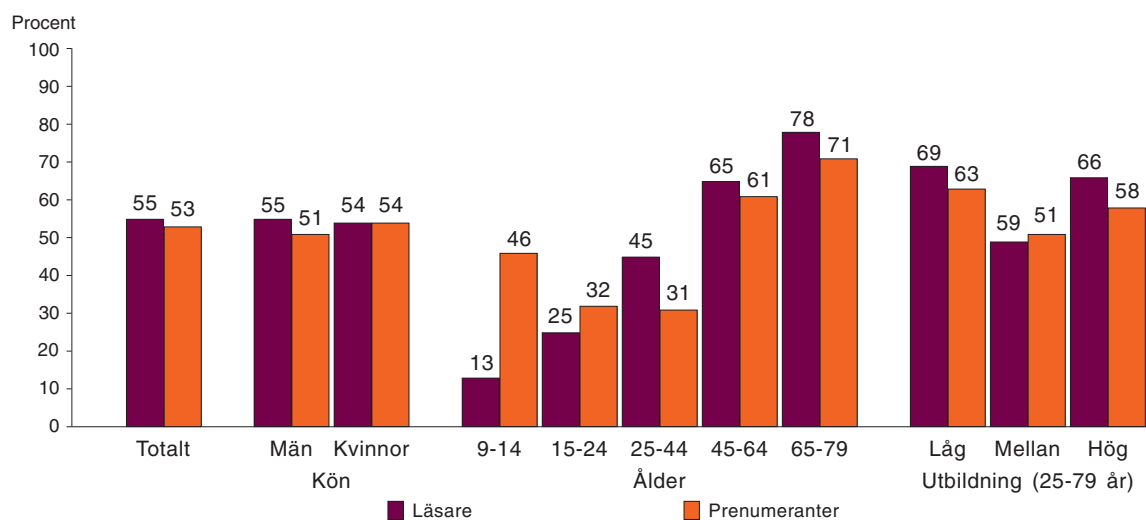
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Enbart papperstidning	74	73	71	70	68	69	68	66	63	63	60	58	54	48	47	44
Enbart digital tidning	0	0	1	1	1	2	2	2	3	3	4	3	4	5	6	7
Både digital tidning och papperstidning	0	1	1	1	1	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Morgontidning (totalt)	55	55	54	13	25	45	65	78	69	59	66
Enbart papperstidning	44	43	45	12	16	29	53	69	64	49	50
Enbart digital tidning	7	8	6	1	6	13	8	4	2	6	10
Både och	4	4	3	0	2	4	5	4	2	3	6
Någon papperstidning	48	47	48	12	18	32	57	73	66	53	55
Någon digital tidning	11	12	9	1	8	16	12	8	5	10	16
<i>direkt på webben</i>	7	8	5	1	6	11	6	5	3	6	10
<i>via app</i>	3	3	3	0	2	5	5	2	1	3	6
<i>som e-tidning/pdf</i>	2	2	1	0	1	2	3	1	1	2	2
Läst gratismaterial på webben	7	8	6	1	7	13	7	4	3	6	11
Läst betalmaterial på webben	3	3	3	0	1	3	5	3	2	3	5

Morgontidning

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag och andel prenumeranter 2015 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2015 (procent)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1979	74	77	71	41	59	80	85	80	75	77	88
1980	74	73	75	41	67	78	82	80	75	79	78
1981	74	74	73	46	66	80	76	82	73	78	88
1982	74	75	73	42	66	79	83	83	76	79	82
1983	75	75	75	41	71	80	84	76	77	77	88
1984	74	72	75	46	69	79	77	80	75	78	79
1985	75	76	74	38	69	79	86	79	78	78	86
1986	75	76	74	44	64	79	84	83	76	78	86
1987	76	78	73	41	68	80	84	85	79	78	83
1988	76	76	76	37	68	78	85	85	78	79	84
1989	72	71	74	32	65	76	82	82	77	71	86
1990	74	75	73	36	65	76	84	83	79	73	85
1991	73	77	69	41	64	76	82	80	75	74	88
1992	71	71	71	35	61	73	79	83	73	71	84
1993	73	73	73	37	64	75	83	82	76	74	85
1994	73	72	74	31	65	71	82	86	79	72	84
1995 ¹	71	71	71	27	65	72	82	83	74	73	84
1996	71	72	71	30	66	71	82	83	75	72	84
1997	72	71	72	30	60	72	83	81	75	71	84
1998	75	74	77	34	70	78	83	86	79	77	87
1999	72	73	71	36	63	73	81	88	81	74	80
2000	74	75	74	37	61	71	85	85	78	75	83
2001	73	73	72	40	63	73	80	83	75	73	81
2002	74	73	74	33	62	71	83	85	75	74	82
2003	73	72	74	31	63	72	83	86	78	73	83
2004	71	69	72	31	55	70	80	84	75	72	82
2005	73	72	74	30	62	72	82	84	79	73	82
2006	72	72	72	31	55	70	84	86	78	73	81
2007	72	71	72	26	59	71	82	86	77	74	82
2008	69	68	71	26	51	67	81	87	77	69	80
2009	68	68	68	31	46	66	81	84	77	68	77
2010	66	65	67	28	48	60	78	84	73	65	76
2011	64	63	66	28	45	59	76	84	77	67	75
2012	61	59	62	24	35	54	72	83	74	65	71
2013	56	54	59	21	30	48	66	78	69	59	68
2014	57	55	59	16	29	47	67	79	68	61	68
2015	55	55	54	13	25	45	65	78	69	59	66

1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin utbildning. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

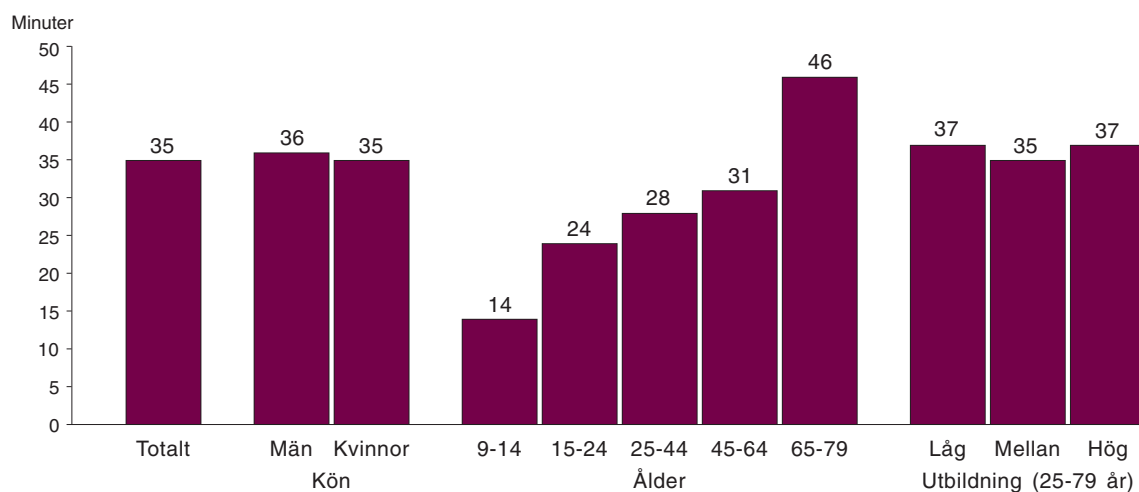
Morgontidning

Andel som läser en genomsnittlig dag 2015 (procent)

		Morgontidning (totalt)	Papperstidning	Digital tidning
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	55	48	11
	Vuxna 18-79 år	60	52	12
	Barn/ungdom 9-17 år	15	14	2
Kön	Män 9-79 år	55	47	12
	Kvinnor 9-79 år	54	48	9
	Män 18-79 år	61	51	13
	Kvinnor 18-79 år	60	53	10
	Pojkar 9-17 år	20	18	3
	Flickor 9-17 år	9	8	1
Ålder	9-14 år	13	12	1
	15-19 år	24	20	5
	20-24 år	26	16	12
	25-34 år	36	20	18
	35-44 år	52	41	15
	45-54 år	61	51	13
	55-64 år	69	62	11
65-79 år	78	73	8	
Utbildning (25-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	68	65	4
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	62	57	6
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	60	54	9
	Gymnasial utbildning > 2 år	49	42	9
	Eftergymnasial utbildning (ej högskola/universitet)	58	51	10
	Högskola/universitet ≤ 3 år	60	52	13
Högskola/universitet > 3 år				
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid	56	46	14
	Förvärvsarbetar deltid	52	44	10
	Egna företagare	57	49	13
	Pensionärer	77	73	9
	Studerande	30	20	11
	Arbetslösa	39	29	12
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	35	22	16
	Äldre vuxna (45-79 år)	72	67	10
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	57	49	12
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	40	28	14
Hushåll (9-79 år)	En person	52	43	11
	Två personer	70	63	12
	Tre personer	45	39	9
	Fyra personer eller fler	38	32	9
Boende (9-79 år)	Lantgård/ensamliggande hus på landet	53	47	8
	Villa i tätort	59	53	10
	Radhus i tätort	54	48	9
	Lägenhet/flerfamiljshus	50	41	12
Hemort (9-79 år)	Storstad	53	44	13
	Större städer	58	51	11
	Övriga kommuner	53	48	8

Morgontidning 35 minuter

Lästid bland läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (minuter)



Lästid bland läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1980-2015 (minuter)

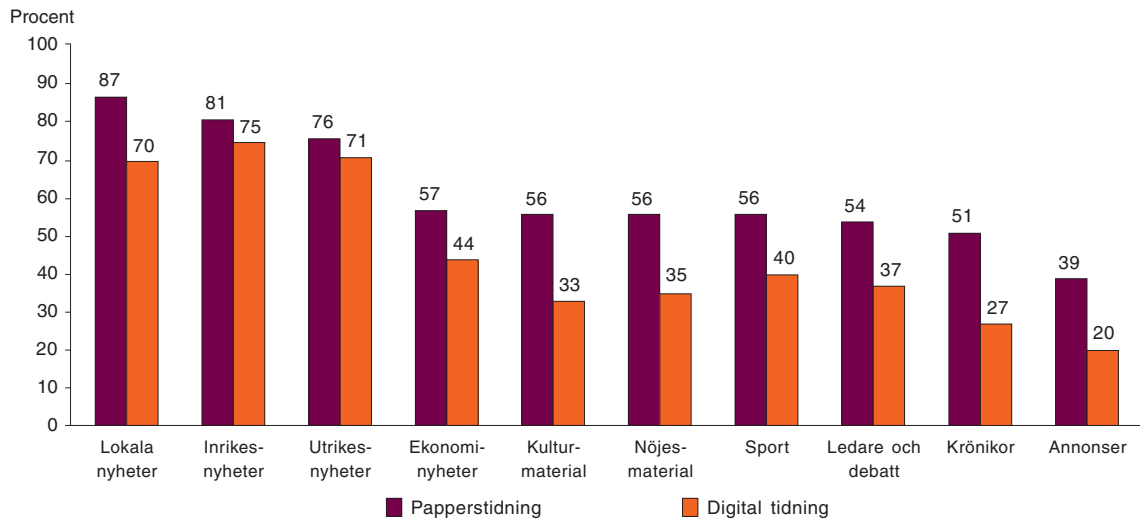
År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1980	32	33	30	10	22	31	34	44	33	31	38
1981	31	34	28	12	20	30	36	44	32	29	38
1982	31	34	28	11	19	29	35	47	33	30	34
1983	32	33	30	13	19	31	35	46	33	28	36
1984	30	32	27	11	25	28	31	46	32	29	33
1985	31	34	27	13	20	29	34	48	31	28	37
1986	33	35	30	11	23	30	37	47	35	31	37
1987	32	33	31	12	22	30	36	48	35	29	35
1988	30	32	29	13	18	27	34	45	32	28	33
1989	31	32	30	12	18	28	36	44	32	30	35
1990	29	32	26	11	20	25	32	43	31	27	33
1991	29	32	27	16	21	26	32	44	32	26	35
1992	29	29	29	10	17	26	32	43	32	28	33
1993	29	31	26	10	18	24	32	44	32	27	30
1994	31	31	30	12	19	26	33	45	34	27	35
1995	31	32	30	10	21	26	33	49	33	28	36
1996	29	30	28	14	19	24	31	46	31	27	32
1997	29	30	29	16	19	24	32	45	31	28	33
1998	30	30	29	12	19	26	31	47	31	27	35
1999	29	30	29	17	19	24	32	43	33	27	33
2000	31	31	30	13	19	24	32	48	35	27	33
2001	30	32	29	16	19	24	32	49	37	27	32
2002	30	30	30	11	19	24	31	43	34	28	32
2003	31	32	30	12	19	23	33	49	35	29	33
2004	30	31	30	15	18	25	32	44	36	29	32
2005	29	29	29	12	18	24	31	42	33	27	31
2006	30	31	30	13	17	24	31	48	36	27	34
2007	29	29	29	12	17	22	30	44	34	27	31
2008	30	30	30	12	17	24	31	46	37	28	32
2009	31	30	31	13	17	23	32	45	35	28	33
2010	31	31	31	17	18	23	30	46	36	29	33
2011	31	31	31	12	18	24	30	44	36	30	34
2012	32	32	32	16	19	23	30	45	38	30	34
2013	32	33	31	14	20	25	29	43	35	31	34
2014	34	34	33	16	20	27	29	43	38	32	35
2015	35	36	35	14	24	28	31	46	37	35	37

Anm: Brott i tidsserien markeras med avskiljande streck. För mer information se avsnittet *Fakta om undersökningen Mediebarometern*, rubriken *Jämförelser över tid*.

1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin *utbildning*. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

Innehåll i morgontidning

Läsare av olika innehållskategorier *bland läsare 9-79 år* en genomsnittlig dag 2015 (procent)



Läsare av olika innehållskategorier *bland läsare av papperstidning 9-79 år* en genomsnittlig dag 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Lokala nyheter	87	85	88	55	75	83	88	90	91	91	85
Inrikesnyheter	81	79	82	47	68	76	81	85	78	81	85
Utrikesnyheter	76	75	76	41	66	71	75	81	70	76	81
Ekonominyheter	57	60	54	28	36	52	57	64	51	58	64
Kulturmaterial	56	50	62	26	44	52	56	61	47	58	62
Nöjesmaterial	56	52	60	31	43	52	56	60	51	60	58
Sport	56	68	43	54	50	52	55	58	56	62	52
Ledare och debatt	54	54	54	19	42	48	52	61	45	53	62
Krönikor	51	48	54	18	38	44	49	58	48	53	54
Annonser	39	37	41	16	28	32	39	43	40	41	39

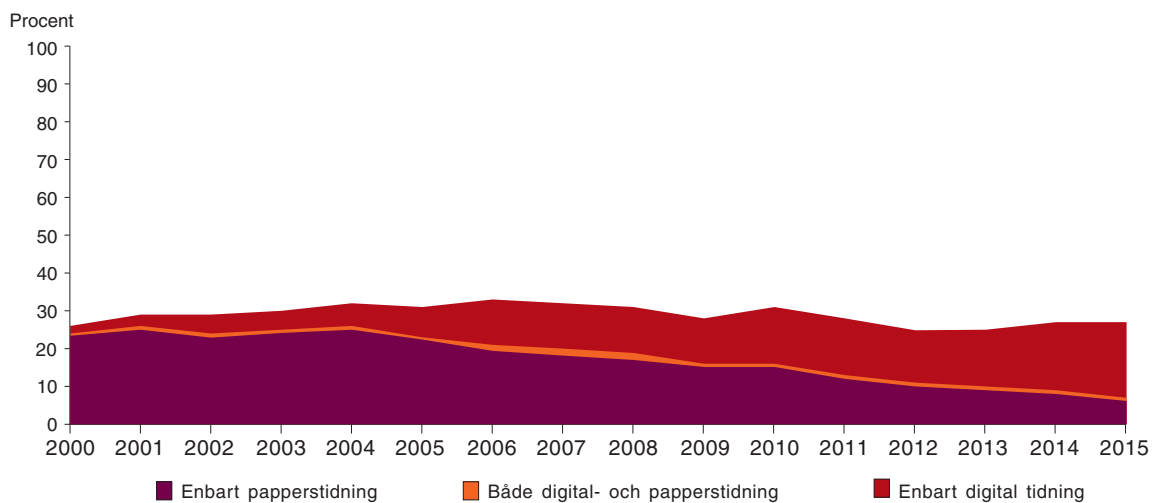
Läsare av olika innehållskategorier *bland läsare av digital tidning 9-79 år* en genomsnittlig dag 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Inrikesnyheter	75	77	73	43	66	79	76	75	65	72	80
Utrikesnyheter	71	73	67	43	69	72	71	71	54	64	77
Lokala nyheter	70	66	76	71	49	73	69	76	73	75	71
Ekonominyheter	44	51	35	14	34	41	45	54	35	43	48
Sport	40	49	27	14	39	35	41	49	38	48	38
Ledare och debatt	37	40	33	0	37	33	35	49	24	32	41
Nöjesmaterial	35	34	36	0	31	30	38	41	19	33	39
Kulturmaterial	33	32	34	0	41	25	34	41	30	36	31
Krönikor och bloggar	27	27	27	14	22	22	27	37	22	25	29
Annonser	20	19	22	0	14	17	21	28	14	27	19
Webb-tv/videoklipp ¹	8	9	7	0	17	8	5	10	5	9	7

1. Innefattar all rörlig bild på tidningens webbplats.

Kvällstidning 27%

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2000-2015 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2000-2015 (procent)

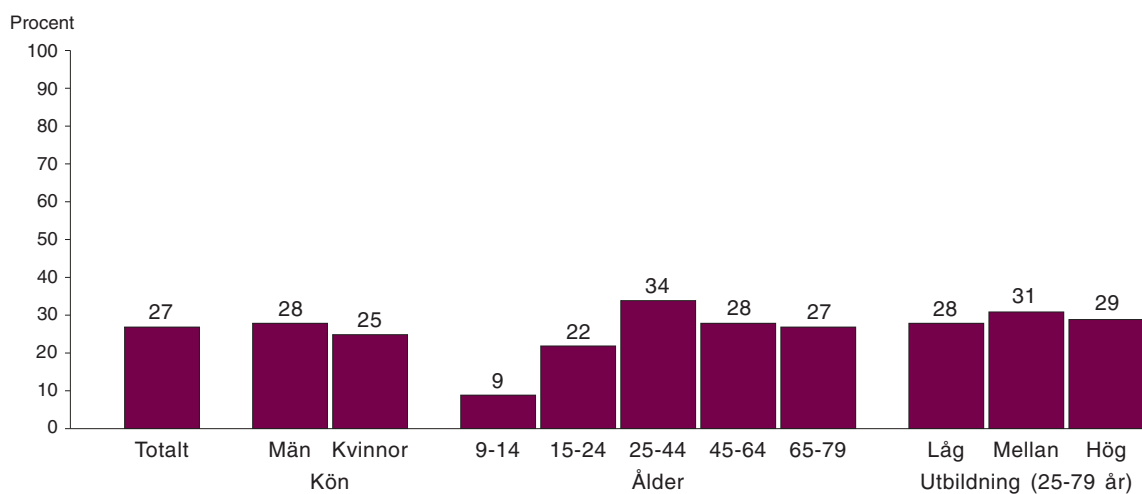
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Enbart papperstidning	23	25	23	24	25	22	19	18	17	15	15	12	10	9	8	6
Enbart digital tidning	3	3	5	5	6	8	12	12	12	12	15	15	14	15	18	20
Både digital tidning och papperstidning	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Kvällstidning (totalt)	27	28	25	9	22	34	28	27	28	31	29
Enbart papperstidning	6	7	6	2	2	2	6	13	14	8	5
Enbart digital tidning	20	20	19	7	20	32	21	13	14	22	23
Både och	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1
Någon papperstidning	7	8	6	2	2	3	7	14	14	9	6
Någon digital tidning	20	21	19	8	20	32	22	14	14	22	24
<i>direkt på webben</i>	12	14	10	3	11	18	13	9	8	13	15
<i>via app</i>	8	8	9	5	10	15	9	4	5	10	10
<i>som e-tidning/pdf</i>	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1

Kvällstidning

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2015 (procent)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1979	39	44	36	28	47	45	40	25	39	44	40
1980	40	46	34	25	53	44	38	30	39	46	41
1981	36	41	32	24	47	39	38	26	38	48	24
1982	36	38	34	26	41	43	39	16	35	47	29
1983	35	39	31	19	38	42	38	22	35	42	34
1984	35	38	32	18	43	41	37	22	37	40	32
1985	33	41	27	19	37	39	35	23	36	36	32
1986	34	39	29	29	39	39	35	19	32	41	31
1987	36	40	31	24	42	41	33	28	35	40	37
1988	38	40	35	22	39	43	42	27	37	45	35
1989	34	39	29	18	40	40	34	24	33	39	34
1990	32	35	28	23	37	36	31	22	33	33	27
1991	32	35	29	18	38	36	33	26	33	39	24
1992	30	34	27	18	32	35	33	23	31	35	28
1993	29	33	27	18	33	33	32	22	29	35	26
1994	30	33	27	23	34	32	32	22	30	34	23
1995	27	31	24	18	30	29	31	18	28	31	22
1996	28	31	24	19	30	28	31	24	26	32	23
1997	28	31	25	18	29	29	31	21	33	31	20
1998	27	29	24	13	28	29	29	24	29	31	23
1999	28	30	26	19	30	30	31	22	27	36	23
2000	28	31	25	18	27	29	30	27	31	32	23
2001	29	32	26	14	30	32	32	24	32	34	25
2002	28	32	24	13	29	31	32	20	29	31	26
2003	30	34	27	18	28	34	32	28	32	36	27
2004	31	34	28	20	34	33	32	29	33	35	28
2005	31	32	30	17	27	33	35	27	33	35	30
2006	33	35	30	14	29	40	36	25	28	40	34
2007	31	34	28	13	30	39	34	25	32	38	31
2008	29	31	28	13	22	34	34	27	30	33	31
2009	29	31	27	14	25	34	32	27	31	34	29
2010	31	33	30	11	26	35	36	34	35	35	33
2011	28	31	26	9	24	33	31	30	33	32	31
2012	25	27	23	9	20	30	27	27	24	30	28
2013	25	27	23	9	21	32	27	24	22	32	26
2014	26	28	25	11	23	33	29	25	24	30	29
2015	27	28	25	9	22	34	28	27	28	31	29

1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin utbildning. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

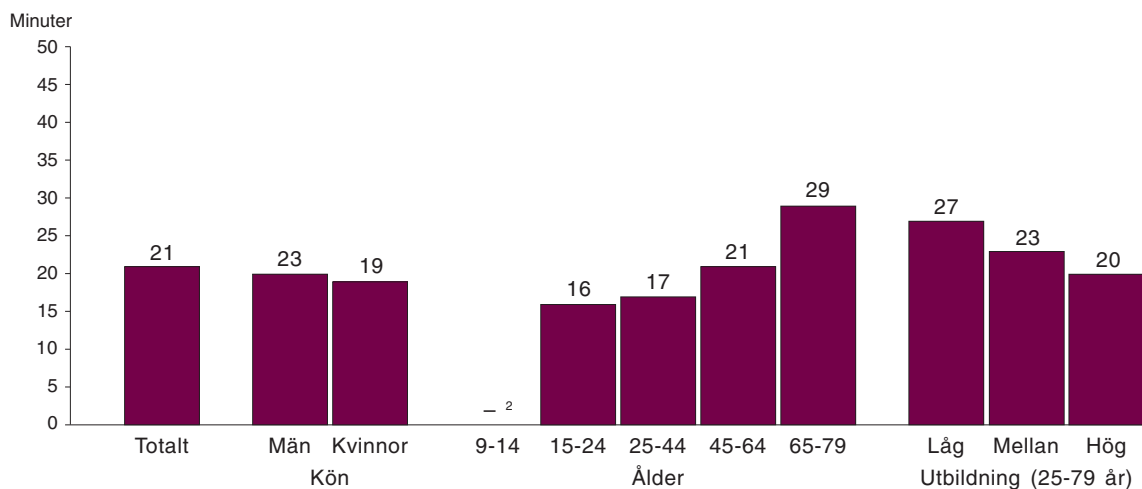
Kvällstidning

Andel som läser en genomsnittlig dag 2015 (procent)

		Kvällstidning (totalt)	Papperstidning	Digital tidning
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	27	7	20
	Vuxna 18-79 år	29	8	22
	Barn/ungdom 9-17 år	11	2	9
Kön	Män 9-79 år	28	8	21
	Kvinnor 9-79 år	25	6	19
	Män 18-79 år	31	9	23
	Kvinnor 18-79 år	27	7	21
	Pojkar 9-17 år	11	2	10
	Flickor 9-17 år	11	2	9
Ålder	9-14 år	9	2	8
	15-19 år	19	3	16
	20-24 år	26	1	25
	25-34 år	32	2	30
	35-44 år	37	3	34
	45-54 år	32	7	26
	55-64 år	25	7	18
65-79 år	27	14	14	
Utbildning (25-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	26	14	12
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	31	11	20
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	29	8	22
	Gymnasial utbildning > 2 år	28	6	22
	Eftergymnasial utbildning (ej högskola/universitet)	33	12	21
	Högskola/universitet ≤ 3 år	28	7	23
Högskola/universitet > 3 år	30	5	25	
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid	32	6	27
	Förvärvsarbetar deltid	25	3	22
	Egna företagare	32	6	27
	Pensionärer	28	14	15
	Studerande	25	2	23
	Arbetslösa	28	4	24
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	29	3	27
	Äldre vuxna (45-79 år)	27	11	16
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	32	5	29
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	34	2	32
Hushåll (9-79 år)	En person	24	8	17
	Två personer	29	10	20
	Tre personer	26	5	22
	Fyra personer eller fler	25	3	23
Boende (9-79 år)	Lantgård/ensamliggande hus på landet	23	6	18
	Villa i tätort	27	7	21
	Radhus i tätort	26	7	20
	Lägenhet/flerfamiljshus	27	8	20
Hemort (9-79 år)	Storstad	28	8	21
	Större städer	26	6	20
	Övriga kommuner	27	8	20

Kvällstidning 21 minuter

Lästid bland läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (minuter)



Lästid bland läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1980-2015 (minuter)

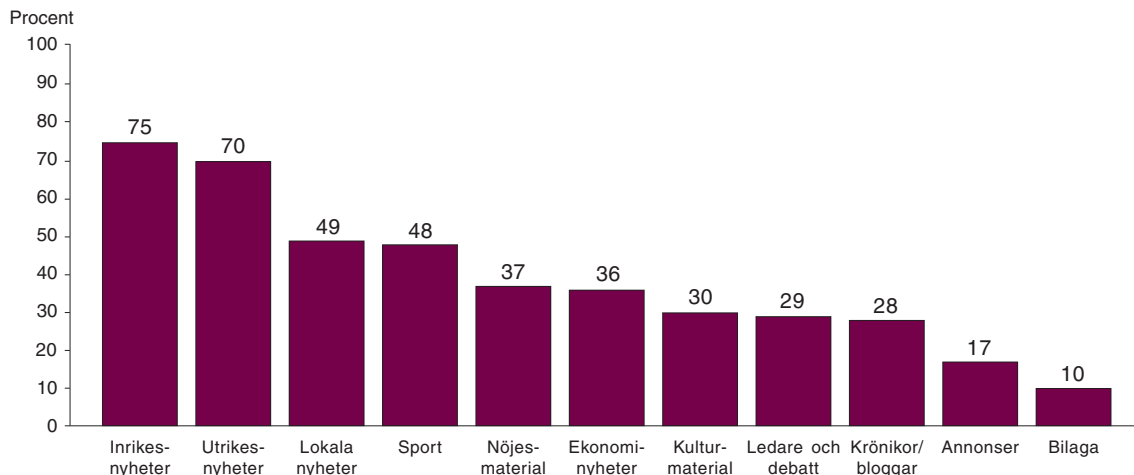
År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1980	29	32	25	14	24	30	32	38	34	25	28
1981	30	32	27	21	22	30	33	46	33	28	32
1982	27	30	25	15	21	26	36	46	33	25	27
1983	29	30	27	12	24	29	32	36	30	30	28
1984	31	32	29	11	26	29	32	45	32	30	34
1985	33	34	31	16	24	33	40	35	33	36	31
1986	30	33	26	12	22	30	37	42	35	30	27
1987	29	32	25	13	24	31	32	36	34	28	26
1988	29	31	26	15	23	27	34	37	32	27	28
1989	26	29	22	12	20	25	30	34	30	25	25
1990	27	29	26	14	21	29	29	37	30	27	27
1991	26	28	23	16	21	26	28	32	27	27	27
1992	25	27	23	12	19	25	28	34	29	24	25
1993	26	28	23	12	19	25	27	40	30	24	26
1994	27	28	26	13	22	27	29	36	29	27	30
1995	26	28	24	12	22	26	28	39	30	25	26
1996	26	28	23	16	20	24	28	34	27	25	27
1997	27	29	26	13	21	25	30	40	31	27	25
1998	26	27	25	15	20	23	30	37	32	24	24
1999	25	26	23	18	19	24	27	33	29	25	24
2000	27	28	26	16	19	23	30	37	32	26	25
2001	26	28	24	14	18	24	29	39	34	24	25
2002	24	25	22	15	16	22	26	33	32	23	21
2003	26	28	23	13	19	21	29	36	31	25	25
2004	26	28	24	14	22	23	28	36	33	26	23
2005	24	26	23	14	20	21	26	34	29	25	22
2006	23	25	21	15	17	19	25	36	33	23	21
2007	23	25	22	14	17	21	25	32	31	23	21
2008	24	25	23	12	21	21	25	31	32	24	21
2009	24	25	22	14	19	21	24	33	29	23	23
2010	23	24	21	14	16	17	23	32	29	22	22
2011	22	24	20	15	18	19	22	30	29	22	22
2012	22	24	20	11	17	17	23	31	29	22	22
2013	21	23	20	-2	15	17	23	29	29	23	20
2014	21	22	21	-2	16	17	19	31	29	22	19
2015	21	23	19	-2	16	17	21	29	27	23	20

1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin *utbildning*. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

2. Siffran redovisas ej då antalet svarepersoner är mycket lågt.

Innehåll i kvällstidning

Läsare av olika innehållskategorier *bland läsare 9-79 år* en genomsnittlig dag 2015 (procent)



Läsare av olika innehållskategorier *bland läsare oavsett plattform 9-79 år* en genomsnittlig dag 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Inrikesnyheter	75	71	81	46	60	75	78	82	79	76	80
Utrikesnyheter	70	68	74	48	58	71	72	75	70	72	74
Lokala nyheter	49	47	51	45	35	45	49	58	59	47	50
Sport	48	64	28	50	44	44	49	51	54	51	44
Nöjesmaterial	37	31	44	18	33	34	36	44	38	39	38
Ekonominyheter	36	38	35	14	20	32	36	49	41	36	40
Kulturmateriäl	30	26	35	7	18	25	30	42	29	34	32
Ledare och debatt	29	30	28	11	23	26	26	41	31	31	30
Krönikor eller bloggar	28	26	30	4	23	23	25	39	32	28	29
Annonser	17	16	17	11	10	14	14	25	22	16	17
Bilaga	10	10	10	5	4	7	11	15	14	10	10

Läsare av olika innehållskategorier *bland läsare av digital tidning 9-79 år* en genomsnittlig dag 2015 (procent)

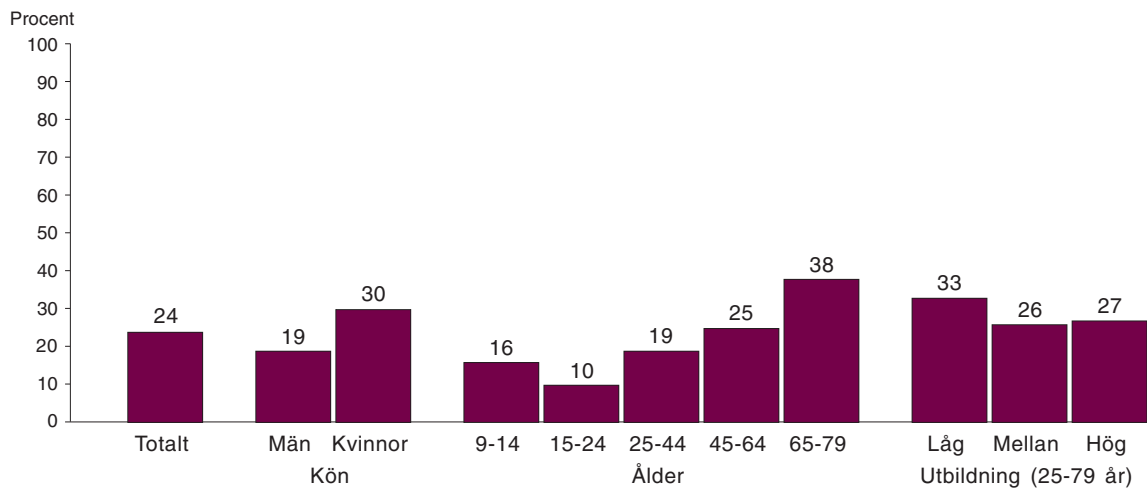
	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Sport, spel, vadslagning	37	53	19	- ²	41	34	40	36	43	41	33
Nöje, kändisar	25	17	33	- ²	25	25	27	20	18	23	27
Arbete, studier, ekonomi	21	23	18	- ²	23	19	20	26	13	18	25
Film, musik, annan kultur	17	15	18	- ²	19	14	18	17	13	14	19
Livsstil ¹	17	11	25	- ²	19	13	18	19	15	17	17
Resor	12	11	14	- ²	12	11	14	15	15	13	13
Webb-tv	12	14	8	- ²	15	11	13	9	13	11	11
Relationer, dejting, kärlek	4	3	6	- ²	5	4	4	5	3	4	4
Blogg	5	5	6	- ²	10	6	5	4	5	4	6

1. Material om mode, mat, vikt, hälsa, boende, inredning, teknik, prylar och trender.

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

Vecko-/månadstidning 24%

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1980-2015 (procent)

År	Totalt	Könn		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1980	23	16	30	28	25	19	23	28	26	20	15
1981	23	15	31	29	24	16	20	39	27	19	13
1982	22	15	29	23	21	19	22	29	25	18	17
1983	30	21	38	34	32	21	33	39	33	28	21
1984	24	14	35	26	28	18	23	33	27	24	15
1985	22	13	31	14	19	18	23	42	28	19	16
1986	21	12	30	20	19	17	21	37	25	20	15
1987	22	13	30	11	24	14	26	39	29	20	15
1988	18	10	26	13	17	13	19	31	23	16	14
1989	19	12	26	13	15	15	18	36	25	19	13
1990	20	12	28	14	14	13	24	35	27	14	16
1991	18	10	26	13	15	14	19	31	23	18	12
1992	19	9	28	14	16	14	20	34	24	16	15
1993	22	12	31	13	19	16	25	37	30	18	16
1994	30	23	36	23	27	23	30	46	35	26	29
1995	31	23	38	24	29	28	30	45	34	29	32
1996	29	23	36	34	27	21	29	49	35	24	27
1997	29	22	34	32	24	22	29	46	35	24	27
1998	31	24	37	27	29	23	32	48	37	27	30
1999	31	25	37	29	25	25	33	47	37	30	29
2000	33	27	39	33	28	26	34	46	40	30	31
2001	34	27	40	37	28	27	36	46	40	32	30
2002	29	21	37	30	21	25	29	43	36	27	27
2003	31	24	37	44	20	24	32	42	37	26	28
2004	28	22	34	34	23	24	28	39	32	26	28
2005	30	23	36	33	27	25	29	39	35	28	28
2006	30	23	36	36	22	23	31	41	34	27	28
2007	30	23	36	29	19	24	30	44	37	26	30
2008	29	23	35	24	21	26	30	42	35	26	32
2009	29	21	35	28	20	24	27	45	37	24	29
2010	27	20	32	25	15	22	30	35	31	25	28
2011	27	21	32	26	16	22	27	39	34	26	29
2012	26	21	31	16	14	24	27	38	35	26	30
2013	25	20	30	19	13	18	26	39	31	25	28
2014	25	19	31	19	12	19	25	37	34	26	27
2015	24	19	30	16	10	19	25	38	33	26	27

Anm: Brott i tidsserien markeras med avskiljande streck. För mer information se avsnittet *Fakta om undersökningen Mediebarometern*, rubriken *Jämförelser över tid*.

1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin *utbildning*. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

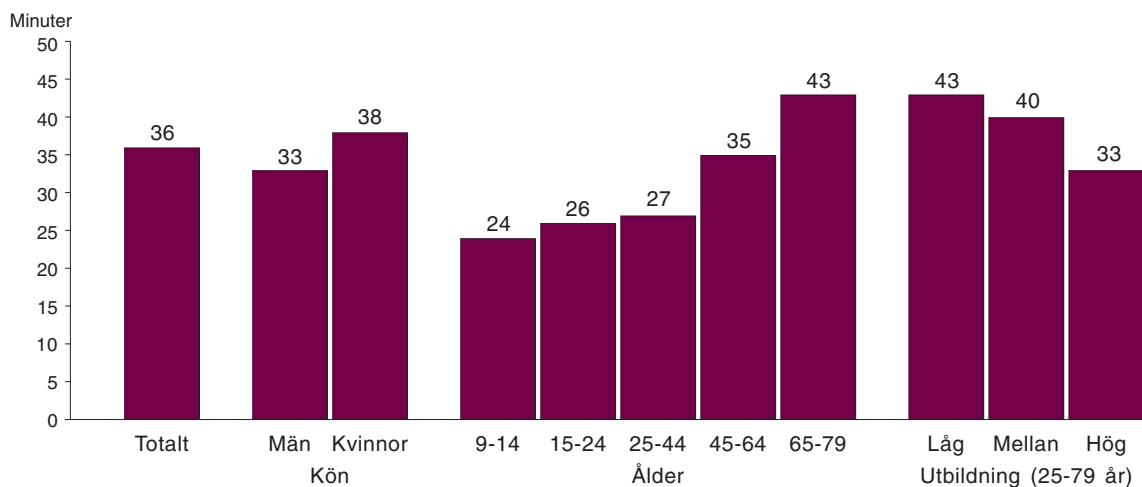
Vecko-/månadstidning

Andel som läser en genomsnittlig dag 2015 (procent)

		Vecko-/månads- tidning (totalt)	Vecko-/månads- tidning på papper	Digital vecko-/ månadstidning
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	24	23	1
	Vuxna 18-79 år	26	25	1
	Barn/ungdom 9-17 år	15	13	2
Kön	Män 9-79 år	19	18	2
	Kvinnor 9-79 år	30	29	1
	Män 18-79 år	20	19	1
	Kvinnor 18-79 år	32	31	1
	Pojkar 9-17 år	16	14	2
	Flickor 9-17 år	14	12	2
Ålder	9-14 år	16	15	1
	15-19 år	11	8	2
	20-24 år	9	7	2
	25-34 år	15	13	2
	35-44 år	21	20	2
	45-54 år	21	20	1
	55-64 år	28	27	1
	65-79 år	38	38	0
Utbildning (25-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	33	33	1
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	28	27	2
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	23	23	0
	Gymnasial utbildning > 2 år	22	21	1
	Eftergymnasial utbildning (ej högskola/universitet)	28	28	1
	Högskola/universitet ≤ 3 år	25	24	1
	Högskola/universitet > 3 år	26	24	2
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid	19	18	2
	Förvärvsarbetar deltid	23	22	2
	Egna företagare	21	21	1
	Pensionärer	38	38	1
	Studerande	15	13	2
	Arbetslösa	14	12	2
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	14	11	3
	Äldre vuxna (45-79 år)	33	32	1
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	18	17	2
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	19	17	2
Hushåll (9-79 år)	En person	27	26	1
	Två personer	31	30	1
	Tre personer	17	17	1
	Fyra personer eller fler	18	16	2
Boende (9-79 år)	Lantgård/ensamliggande hus på landet	27	27	1
	Villa i tätort	26	24	1
	Radhus i tätort	25	24	1
	Lägenhet/flerfamiljshus	21	20	2
Hemort (9-79 år)	Storstad	23	22	2
	Större städer	22	21	1
	Övriga kommuner	27	26	1

Vecko-/månadstidning 36 minuter

Lästid bland läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (minuter)



Lästid bland läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2015 (minuter)

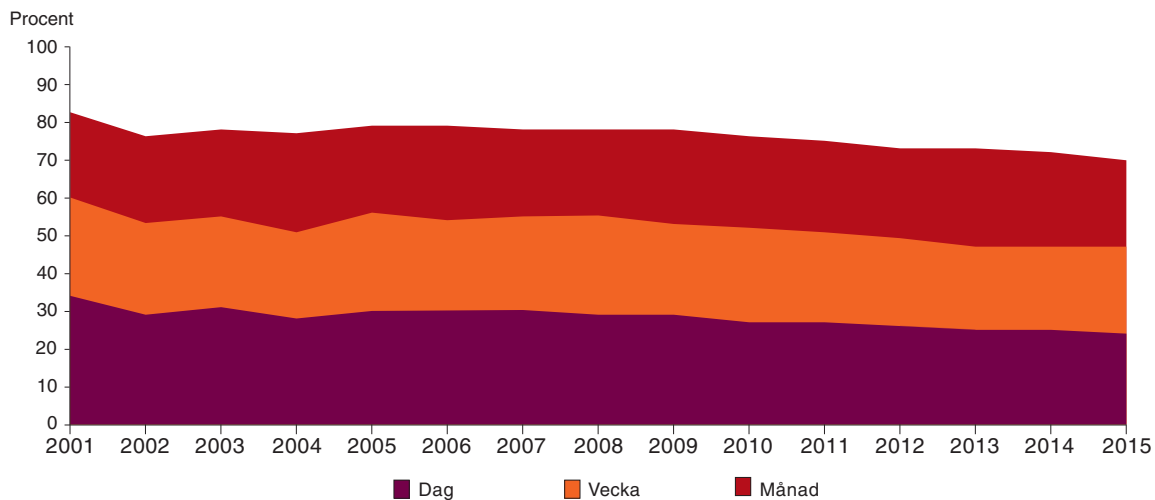
År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1986	32	28	34	25	29	26	32	44	38	30	22
1987	37	39	36	29	30	33	36	47	41	35	26
1988	30	28	31	23	24	27	29	39	35	24	28
1989	34	33	35	20	27	23	37	49	42	32	23
1990	29	26	30	15	24	24	34	31	33	21	22
1991	27	23	29	19	23	27	30	29	30	25	28
1992	31	29	31	21	25	25	31	36	35	29	25
1993	32	27	34	22	26	24	32	46	38	29	27
1994	34	33	34	30	28	30	35	40	38	32	31
1995	34	32	35	24	33	29	34	44	38	31	35
1996	36	33	37	26	31	27	36	50	41	34	31
1997	33	30	35	26	26	28	31	48	41	30	29
1998	36	33	37	27	31	30	36	47	44	35	29
1999	32	32	33	23	26	31	31	44	36	33	32
2000	34	32	36	28	30	29	35	43	41	30	33
2001	36	32	39	27	31	35	32	51	43	36	34
2002	33	32	34	26	31	29	34	39	40	31	31
2003	34	35	34	29	36	27	35	43	38	36	30
2004	34	33	35	31	33	30	35	38	39	34	32
2005	32	29	34	26	27	27	33	44	36	33	30
2006	34	31	36	29	27	27	33	47	42	32	32
2007	32	29	34	23	28	28	30	43	38	32	30
2008	34	31	36	27	32	29	33	44	42	34	32
2009	35	32	36	24	32	28	37	42	40	36	33
2010	35	32	36	26	26	29	33	46	45	34	33
2011	34	33	35	26	28	29	33	44	44	35	32
2012	36	34	37	24	29	28	33	46	45	36	34
2013	36	34	37	23	30	28	35	43	39	37	37
2014	35	31	37	24	28	30	32	41	41	37	33
2015	36	33	38	24	26	27	35	43	43	40	33

Anm: Brott i tidsserien markeras med avskiljande streck. För mer information se avsnittet *Fakta om undersökningen Mediebarometern*, rubriken *Jämförelser över tid*.

1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin *utbildning*. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

Vecko-/månadstidning

Läsare av vecko-/månadstidningar 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2001-2015 (procent)



Läsare av vecko-/månadstidningar 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2001-2015 (procent)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Dag	34	29	31	28	30	30	30	29	29	27	27	26	25	25	24
Vecka	60	53	55	51	56	54	55	55	53	52	51	49	47	47	47
Månad	83	76	78	77	79	79	78	78	78	76	75	73	73	72	70

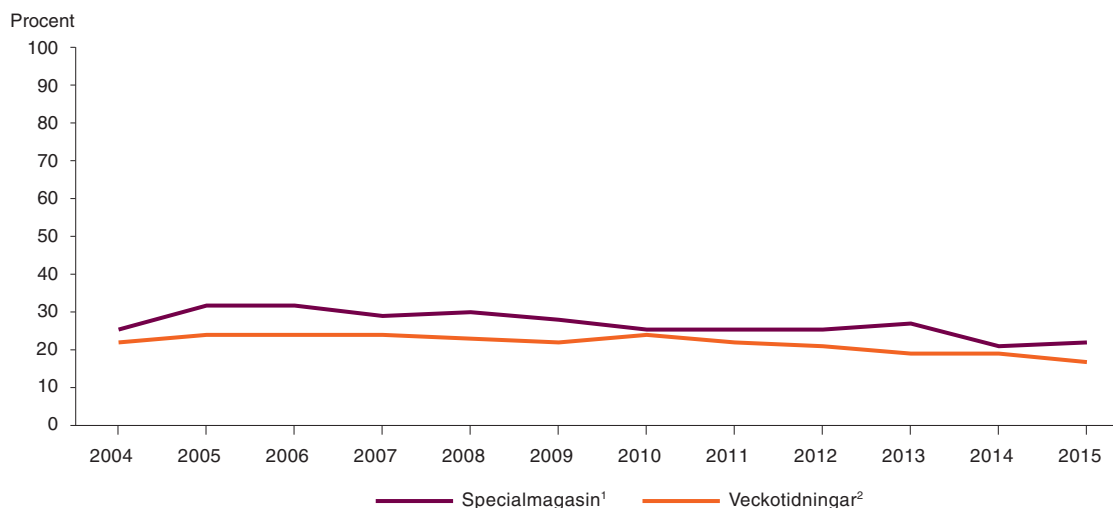
Läsare av vecko-/månadstidningar 9-79 år en genomsnittlig vecka 2001-2015 (procent)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
2001	60	53	67	59	59	55	64	66	61	61	59
2002	53	42	63	54	51	50	54	60	56	52	53
2003	55	46	64	69	46	50	57	61	58	50	57
2004	51	41	60	57	44	49	50	57	52	49	53
2005	56	47	64	58	55	52	57	57	56	55	56
2006	54	44	64	53	43	52	59	58	55	54	55
2007	55	45	63	49	43	54	56	64	57	53	58
2008	55	45	64	45	43	55	57	64	56	52	61
2009	53	43	62	48	45	52	54	64	57	50	57
2010	52	43	60	43	37	52	57	60	54	51	57
2011	51	42	58	43	37	49	54	60	53	51	57
2012	49	41	56	33	32	51	52	59	56	52	54
2013	47	41	54	32	29	43	52	61	54	51	53
2014	47	40	55	35	29	42	51	59	53	50	52
2015	47	40	54	31	28	41	52	59	50	47	51

1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin utbildning. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

Vecko-/månadstidning

Läsare av olika vecko-/månadstidningar 9-79 år en genomsnittlig vecka 2004-2015 (procent)



Läsare av olika vecko-/månadstidningar 9-79 år en genomsnittlig vecka 2004-2015 (procent)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Specialmagasin¹	26	31	31	29	30	28	25	26	25	27	21	22
Veckotidning²	22	24	24	24	23	22	24	22	21	18	19	17
Ungdomstidning³	3	4	3	4	4	5	5	4	3	2	3	2
Serietidning-/album	3	3	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1
Annan tidning	1	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1

Läsare av olika vecko-/månadstidningar 9-79 år en genomsnittlig vecka 2015 (procent)

Typ av tidning	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Specialmagasin¹	22	26	17	7	15	24	26	23	17	24	28
Veckotidning²	17	9	26	5	7	10	20	29	31	21	17
Ungdomstidning³	2	1	3	10	3	1	1	1	1	1	2
Serietidning-/album	1	1	0	5	1	0	0	0	0	0	0
Annan tidning	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	2

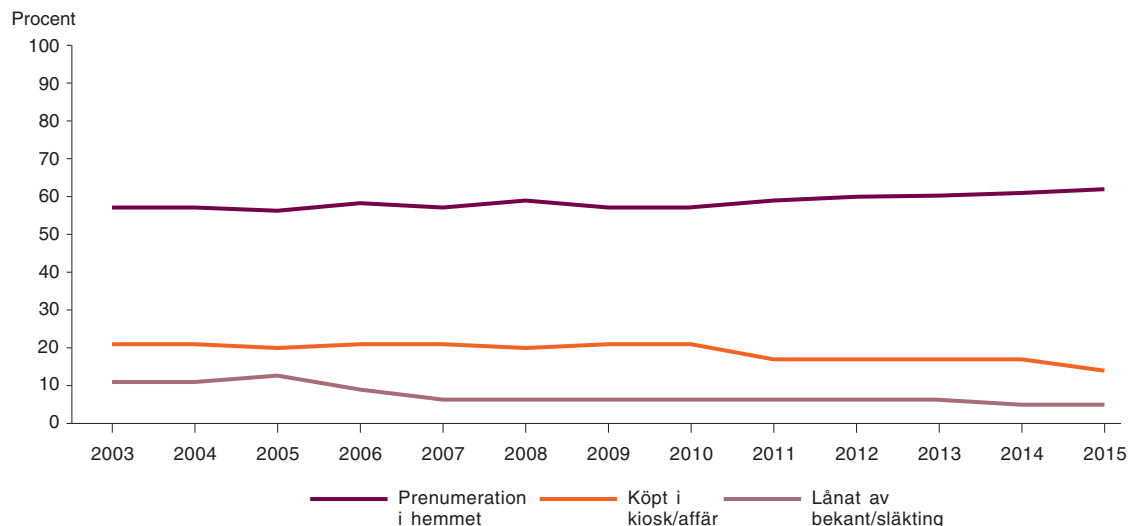
1. Magasin med inriktning på: sport, motion, hälsa, friluftsliv, resor, trädgård, mat, barn, data, IT, motor, teknik, kultur, musik, vetenskap, historia, ekonomi, samhälle, politik, livsstil/magasin för kvinnor, damtidning och livsstil/magasin för män.

2. Familjetidning, kändistidning och annan veckotidning.

3. Tjejtidning med inriktning på mode, trender eller skönhet och barn- och ungdomstidning.

Vecko-/månadstidning

Anskaffning av vecko-/månadstidningar bland dem som läst någon vecko-/månadstidning 9-79 år den senaste veckan 2003-2015 (procent)



Anskaffning av vecko-/månadstidningar bland dem som läst någon vecko-/månadstidning 9-79 år den senaste veckan 2003-2015 (procent)

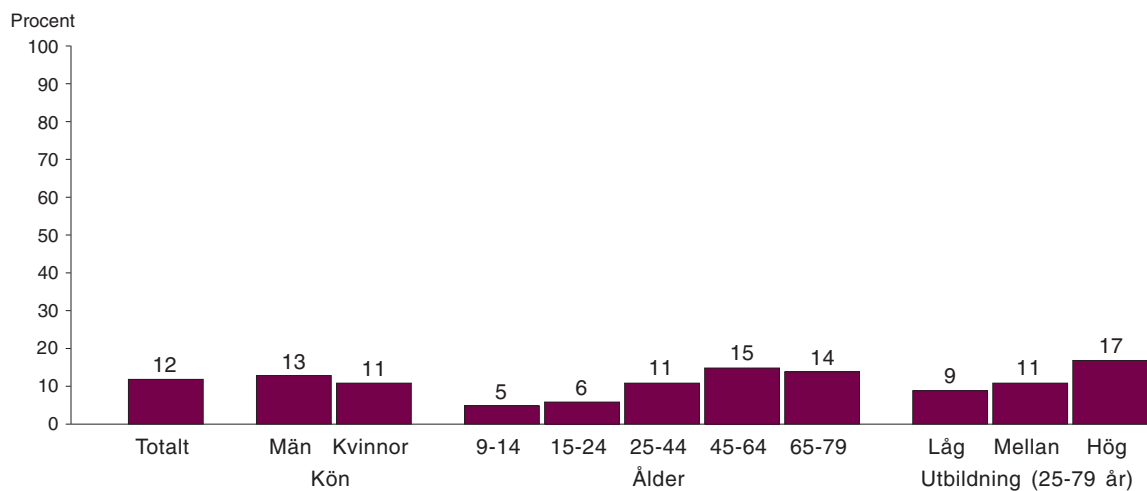
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Prenumeration i hemmet	57	58	56	58	58	59	57	57	59	60	60	61	62
Köpt i kiosk/affär	21	21	20	21	21	20	21	21	17	17	17	17	14
Lånat av bekant/släkting	11	11	12	9	7	6	6	6	7	6	6	5	5

Anskaffning av vecko-/månadstidningar bland dem som läst någon vecko-/månadstidning 9-79 år den senaste veckan 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Anskaffning bland läsare</i>											
Prenumeration i hemmet	62	65	61	53	34	53	61	76	73	65	63
Köpt i kiosk/affär	14	11	17	26	24	18	12	9	10	12	13
Lånat av bekant/släkting	5	3	7	3	5	4	6	5	5	6	5
Läst i väntrum	4	3	4	1	5	3	5	3	2	4	4
På arbetet	4	4	4	4	7	7	5	0	1	4	4
Gratisexemplar	3	3	2	2	5	5	2	1	1	2	3
Internet	2	4	2	3	7	4	2	1	1	1	3
Annat sätt	2	3	2	2	3	2	3	2	4	3	2
Läst hos bekant/släkting	1	1	1	1	3	2	1	1	1	2	1
Läst på bibliotek	1	1	1	2	4	1	1	1	1	1	1

Special-/facktidskrift 12%

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1980-2015 (procent)

År	Könn			Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1980	22	27	16	10	19	27	26	11	15	25	47
1981	22	26	16	12	18	26	27	12	16	24	39
1982	26	33	18	15	26	28	34	19	22	30	41
1983	27	33	22	13	24	34	35	13	24	30	41
1984	28	33	23	16	29	36	27	19	20	34	50
1985	26	32	20	6	25	32	32	17	23	28	44
1986	26	31	21	9	25	33	29	17	19	30	47
1987	26	30	22	12	23	31	30	19	17	31	44
1988	24	28	20	8	17	28	29	22	19	27	37
1989	24	29	19	9	22	25	33	18	21	23	36
1990	28	35	21	9	28	30	37	21	25	32	45
1991	26	30	22	12	21	31	30	20	19	30	43
1992	24	25	22	19	23	23	25	28	24	23	26
1993	28	34	23	13	25	29	36	22	22	30	43
1994	31	36	26	17	21	34	40	27	26	30	52
1995	29	34	24	10	26	31	36	23	22	29	47
1996	28	31	24	8	22	31	38	18	21	28	45
1997	26	31	23	12	19	28	33	24	21	26	41
1998	27	29	25	11	17	29	36	25	21	26	44
1999	28	31	25	10	18	30	36	29	24	31	41
2000	32	35	29	15	22	36	38	28	25	34	36
2001	21	24	19	6	16	24	27	18	16	20	35
2002	19	20	18	6	13	19	25	17	14	20	27
2003	19	21	17	6	10	20	24	18	13	19	28
2004	16	17	14	5	8	17	19	18	12	17	23
2005	17	18	16	6	12	18	22	15	12	18	25
2006	15	17	13	5	7	15	20	16	10	13	24
2007	15	17	13	3	5	15	21	17	11	14	24
2008	14	17	12	3	6	14	20	16	12	13	22
2009	12	15	10	1	4	13	16	14	9	10	19
2010	11	13	9	4	5	12	16	12	7	9	18
2011	11	13	9	3	5	12	14	13	8	11	17
2012	11	13	10	3	5	13	15	12	8	10	18
2013	11	13	9	2	4	12	15	13	6	10	19
2014	11	12	10	3	4	12	14	13	7	10	17
2015	12	13	11	5	6	11	15	14	9	11	17

Anm: Brott i tidsserien markeras med avskiljande streck. För mer information se avsnittet *Fakta om undersökningen Mediebarometern*, rubriken *Jämförelser över tid*.

1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin *utbildning*. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

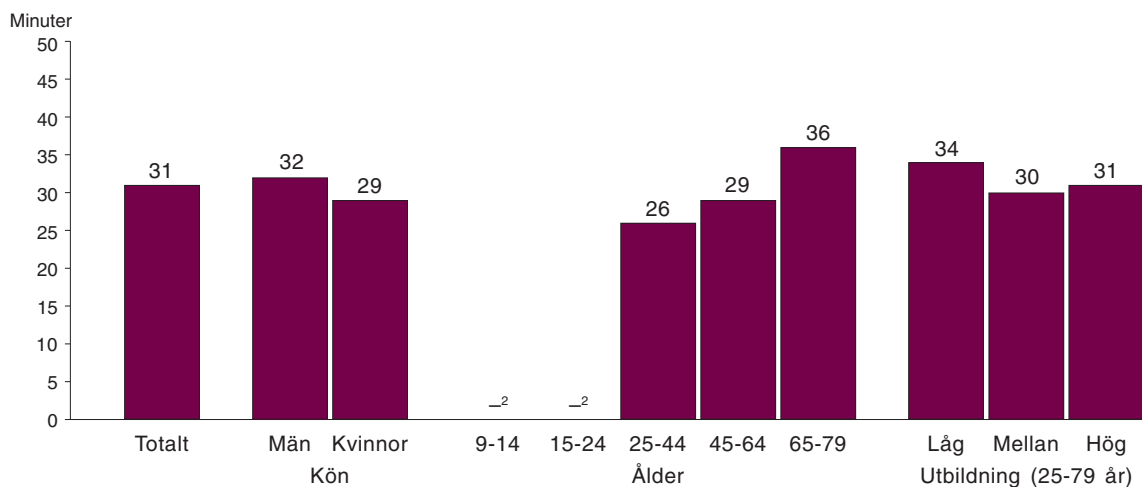
Special-/facktidskrift

Andel som läser en genomsnittlig dag 2015 (procent)

		Special-/ facktidskrift (totalt)	Special-/ facktidskrift på papper	Digital special-/ facktidskrift
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	12	10	2
	Vuxna 18-79 år	13	11	2
	Barn/ungdom 9-17 år	5	4	1
Kön	Män 9-79 år	13	11	3
	Kvinnor 9-79 år	11	10	1
	Män 18-79 år	14	12	3
	Kvinnor 18-79 år	11	11	1
	Pojkar 9-17 år	6	5	1
	Flickor 9-17 år	4	3	1
	Ålder	9-14 år	5	4
15-19 år		5	4	1
20-24 år		7	5	3
25-34 år		11	8	3
35-44 år		12	9	3
45-54 år		15	13	2
55-64 år		15	13	2
65-79 år		14	13	1
Utbildning (25-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	8	7	1
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	11	10	1
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	10	9	1
	Gymnasial utbildning > 2 år	9	7	1
	Eftergymnasial utbildning (ej högskola/universitet)	13	12	1
	Högskola/universitet ≤ 3 år	15	13	2
	Högskola/universitet > 3 år	18	16	4
Syssetsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid	13	12	2
	Förvärvsarbetar deltid	10	10	1
	Egna företagare	17	14	3
	Pensionärer	13	12	1
	Studerande	8	6	2
	Arbetslösa	3	2	1
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	10	8	3
	Äldre vuxna (45-79 år)	14	13	1
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	13	11	3
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	9	7	2
Hushåll (9-79 år)	En person	11	10	1
	Två personer	15	13	2
	Tre personer	10	8	2
	Fyra personer eller fler	9	7	2
Boende (9-79 år)	Lantgård/ensamliggande hus på landet	14	13	2
	Villa i tätort	13	11	2
	Radhus i tätort	10	9	1
	Lägenhet/flerfamiljshus	10	9	2
Hemort (9-79 år)	Storstad	13	10	3
	Större städer	11	10	2
	Övriga kommuner	11	10	1

Special-/facktidskrift 31 minuter

Lästid bland läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (minuter)



Lästid bland läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2015 (minuter)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1986	31	32	29	25	27	30	31	41	33	30	30
1987	31	32	31	35	27	30	33	37	31	29	34
1988	29	33	24	27	28	31	26	35	30	27	33
1989	27	29	25	22	28	26	29	28	26	27	30
1990	30	33	25	17	31	30	30	28	28	32	32
1991	28	30	24	18	32	26	30	27	27	28	29
1992	24	25	22	20	24	23	25	28	24	23	26
1993	27	29	25	21	27	27	28	31	28	28	27
1994	28	29	27	24	26	28	28	32	30	25	30
1995	28	29	27	32	32	26	27	34	27	27	30
1996	30	33	27	26	30	26	32	41	33	29	30
1997	30	34	27	26	29	32	28	37	30	32	31
1998	29	31	27	30	27	26	29	35	30	29	28
1999	28	28	29	18	23	28	28	37	30	26	31
2000	28	28	28	18	21	25	29	36	31	28	27
2001	26	27	24	25	19	23	26	34	27	23	27
2002	24	24	23	21	21	23	23	28	27	23	23
2003	26	27	25	24	28	25	25	30	29	26	25
2004	27	29	25	23	34	24	27	31	28	29	26
2005	23	24	24	20	22	22	23	27	23	24	24
2006	28	28	29	- ²	35	22	38	25	32	26	29
2007	29	30	28	- ²	29	30	26	35	31	29	28
2008	26	26	26	- ²	35	23	25	30	27	25	26
2009	28	29	27	- ²	24	28	27	31	25	29	29
2010	29	30	28	- ²	21	25	30	33	31	27	30
2011	28	28	27	- ²	22	23	30	30	28	25	30
2012	28	29	26	- ²	26	27	27	30	34	30	26
2013	30	31	28	- ²	- ²	26	28	35	- ²	29	28
2014	29	29	28	- ²	- ²	29	28	30	- ²	28	30
2015	31	32	29	- ²	- ²	26	29	36	34	30	31

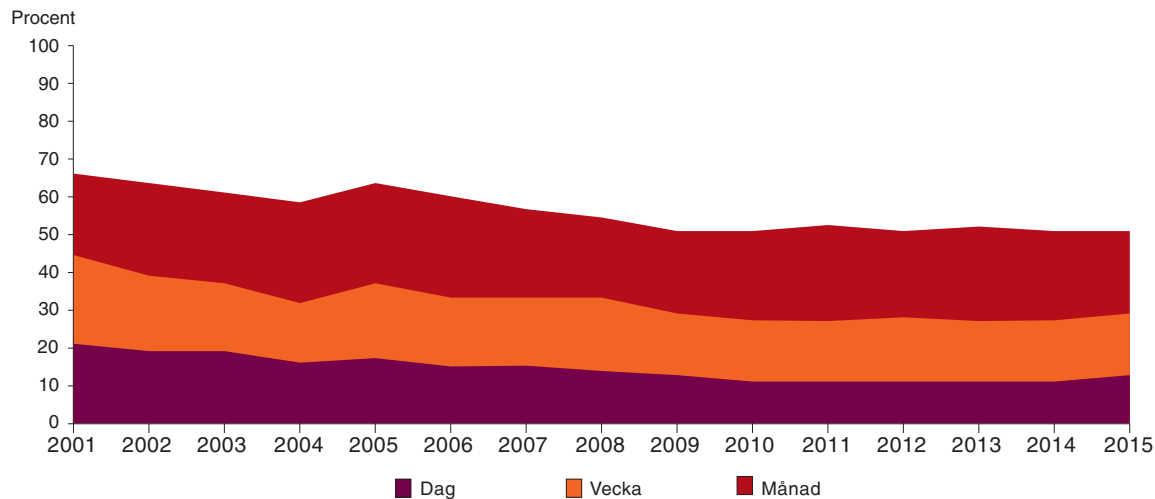
Anm: Brott i tidsserien markeras med avskiljande streck. För mer information se avsnittet *Fakta om undersökningen Mediebarometern*, rubriken *Jämförelser över tid*.

1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin *utbildning*. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

2. Siffran redovisas inte då antalet svarepersoner är mycket lågt.

Special-/facktidskrift

Läsare av special-/facktidskrift 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2001-2015 (procent)



Läsare av vecko-/månadstidningar 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka/månad 2001-2015 (procent)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Dag	21	19	19	16	17	15	15	14	12	11	11	11	11	11	12
Vecka	44	39	37	31	37	33	33	33	29	27	27	28	27	27	29
Månad	66	64	61	58	64	60	56	54	51	51	52	51	52	51	51

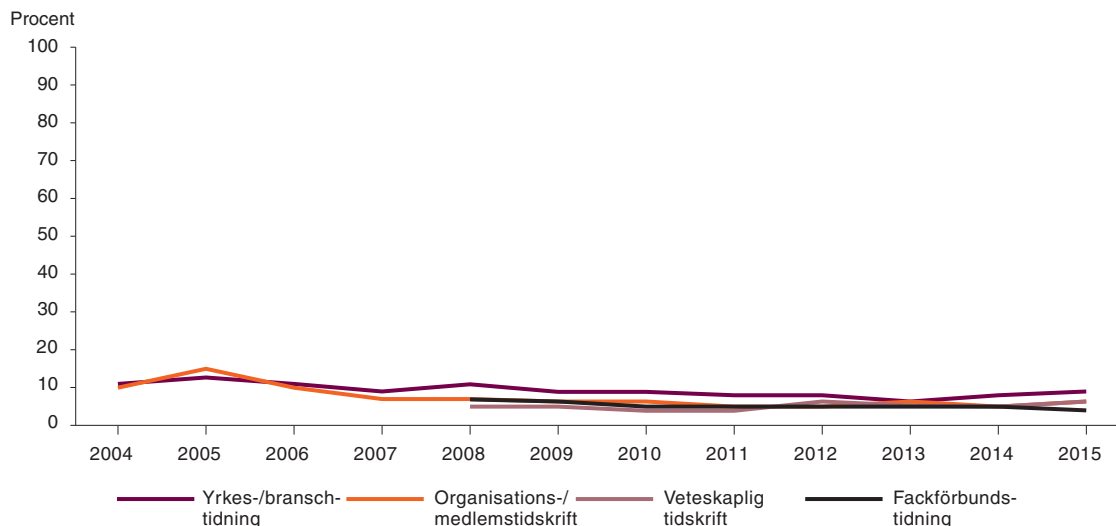
Läsare av vecko-/månadstidningar 9-79 år en genomsnittlig dag 2001-2015 (procent)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
2001	44	47	41	9	25	52	55	41	35	46	65
2002	39	40	38	15	26	43	50	32	31	41	52
2003	37	39	35	15	23	41	45	34	30	38	51
2004	31	31	30	8	17	35	38	29	25	32	42
2005	37	39	35	14	25	41	47	32	29	40	50
2006	33	36	31	13	15	35	44	34	26	30	49
2007	33	35	32	9	16	37	46	32	27	32	48
2008	33	35	30	5	13	39	43	33	25	29	50
2009	29	31	27	5	12	33	38	31	23	26	43
2010	27	30	25	6	12	32	38	27	20	24	43
2011	27	29	25	5	11	30	39	28	22	31	39
2012	28	29	27	7	13	31	39	29	20	29	40
2013	27	29	25	5	12	30	36	29	20	26	41
2014	27	28	26	6	9	31	36	28	19	28	39
2015	29	30	27	10	15	30	39	29	20	27	39

1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin utbildning. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

Special-/facktidskrift

Läsare av olika special-/facktidskrifter 9-79 år en genomsnittlig vecka 2004-2015 (procent)



Läsare av olika special-/facktidskrifter 9-79 år en genomsnittlig vecka 2004-2015 (procent)

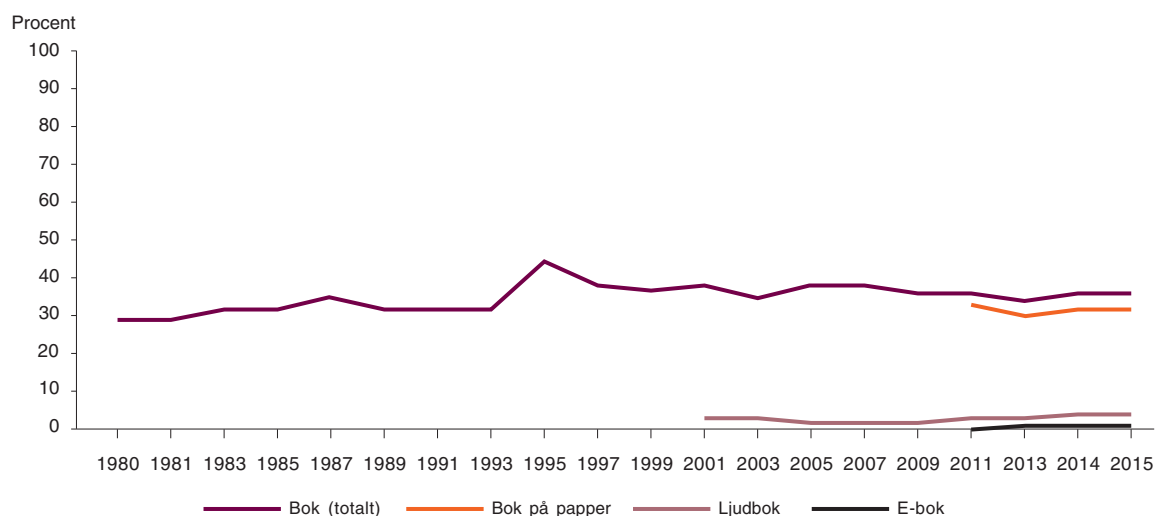
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Yrkes-/branschtidning	11	13	11	9	11	9	9	8	8	7	8	9
Organisations-/medlemstidskrift	10	15	10	7	7	6	6	5	5	6	5	6
Vetenskaplig tidskrift	5	5	4	4	6	5	5	6
Fackförbundetstidning	7	6	5	5	5	5	5	4

Läsare av olika special-/facktidskrifter 9-79 år en genomsnittlig vecka 2015 (procent)

Typ av tidskrift	Totalt	Kön		Ålder				Utbildning (25-79 år)			
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Yrkes-/branschtidning	9	10	8	1	5	12	14	7	6	9	14
Organisations-/medlemstidskrift	6	6	6	2	3	5	8	7	5	7	8
Vetenskaplig tidskrift	6	7	5	3	5	7	8	5	2	6	9
Fackförbundetstidning	4	4	5	0	2	5	7	4	3	5	6
Kundtidning	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2
Annan typ av tidskrift	3	4	3	2	1	2	4	5	3	3	5

Bok 36%

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1980-2015 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2010-2015 (procent)

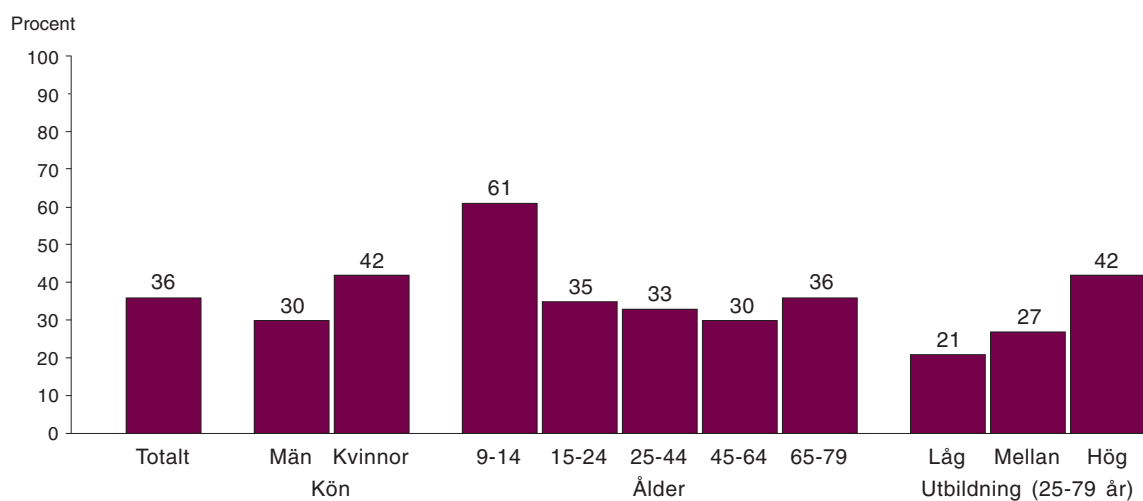
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Bok (totalt)	36	36	34	34	36	36
Bok på papper	33	33	31	30	32	31
Ljudbok	3	3	3	3	4	4
E-bok	0	0,5	1	1	1	1

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig dag</i>											
Bok (totalt)	36	30	42	61	35	33	30	36	21	27	42
Bok på papper	31	26	37	58	30	26	26	33	19	23	36
Ljudbok	4	3	5	3	3	5	5	3	2	4	5
E-bok	1	1	1	1	3	2	1	1	0	1	2
<i>Genomsnittlig vecka</i>											
Bok (totalt)	56	49	64	86	55	54	51	52	34	45	65
Bok på papper	50	43	57	82	49	46	45	47	30	40	56
Ljudbok	6	6	7	4	5	8	8	5	5	7	8
E-bok	2	2	2	2	4	3	2	1	0	1	3

Bok

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1979-2015 (procent)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1979	29	26	33	50	31	28	25	23	16	33	56
1980	29	24	34	57	38	28	20	22	16	33	51
1981	29	26	33	51	36	28	24	19	16	34	46
1982	33	28	39	58	37	30	28	22	20	36	51
1983	31	27	36	52	40	33	21	20	19	34	50
1984	31	28	33	60	35	30	21	24	17	32	50
1985	31	27	35	54	43	31	21	18	17	35	48
1986	33	28	37	49	47	32	27	21	19	37	50
1987	35	30	40	53	40	35	30	24	21	35	54
1988	34	28	39	53	46	33	23	29	19	38	47
1989	31	25	38	46	35	33	25	25	19	33	44
1990	34	29	39	53	46	33	25	29	24	35	51
1991	32	28	35	53	41	32	21	25	21	32	43
1992	33	28	38	53	43	31	25	27	21	31	51
1993	31	26	37	51	37	31	25	26	20	28	46
1994	43	37	49	76	59	40	37	30	27	42	60
1995	44	38	50	74	56	41	35	32	27	43	58
1996	40	33	46	69	53	33	35	32	26	36	51
1997	38	31	43	63	47	37	32	29	22	35	52
1998	39	32	45	70	49	39	30	28	22	34	49
1999	37	31	44	62	43	35	30	32	24	29	46
2000	39	32	46	66	44	38	33	37	23	32	54
2001	38	33	43	62	45	37	31	36	23	33	47
2002	39	30	46	62	45	37	35	35	23	33	49
2003	35	27	42	55	40	32	33	28	19	30	45
2004	37	29	45	55	43	35	34	33	21	30	50
2005	38	32	44	59	39	34	37	37	25	30	49
2006	38	31	45	61	39	33	35	41	26	30	45
2007	38	30	45	60	39	33	36	36	24	31	45
2008	37	30	42	59	33	34	34	35	25	30	44
2009	36	28	43	59	40	35	31	34	21	30	43
2010	36	28	42	57	34	34	33	32	22	28	42
2011	36	29	43	62	37	30	32	36	25	26	41
2012	34	27	41	58	34	30	30	36	21	27	40
2013	34	28	39	53	29	29	30	37	23	27	39
2014	36	29	43	62	37	31	35	35	23	27	42
2015	36	30	42	61	35	33	30	36	21	27	42

Anm: Brott i tidsserien markeras med avskiljande streck. För mer information se avsnittet *Fakta om undersökningen Mediebarometern*, rubriken *Jämförelser över tid*.

1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin *utbildning*. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

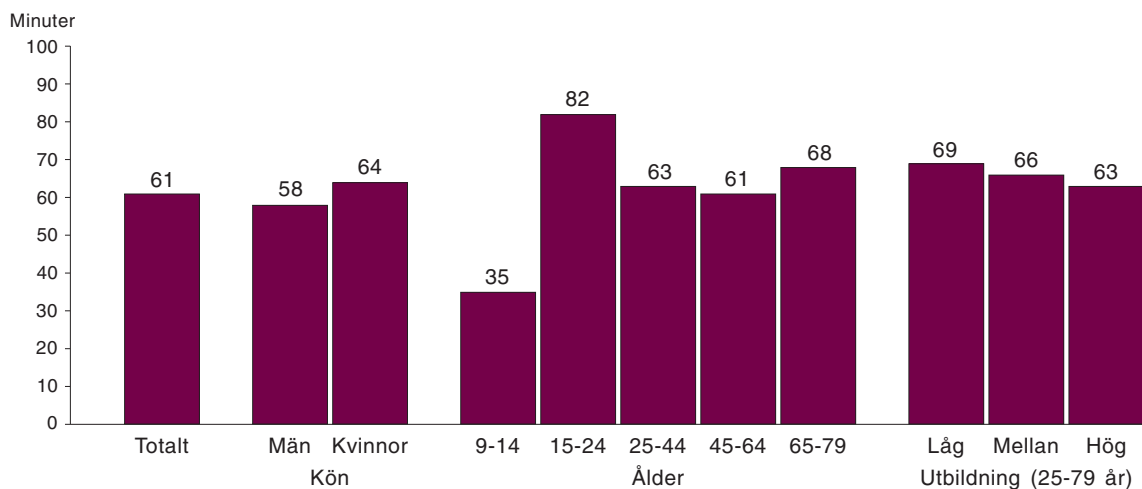
Bok

Andel som läser en genomsnittlig dag 2015 (procent)

		Bok (totalt)	Bok på papper	Ljudbok	E-bok
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	36	31	4	1
	Vuxna 18-79 år	33	28	4	1
	Barn/ungdom 9-17 år	58	54	3	1
Kön	Män 9-79 år	30	26	3	1
	Kvinnor 9-79 år	42	37	5	1
	Män 18-79 år	26	22	3	1
	Kvinnor 18-79 år	39	34	5	1
	Pojkar 9-17 år	55	51	3	1
	Flickor 9-17 år	61	58	3	1
Ålder	9-14 år	61	58	3	1
	15-19 år	38	34	2	2
	20-24 år	32	27	4	3
	25-34 år	32	26	5	3
	35-44 år	33	27	5	2
	45-54 år	30	24	6	2
	55-64 år	31	27	4	1
65-79 år	36	33	3	1	
Utbildning (25-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	18	17	1	0
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	27	22	4	0
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	22	19	3	0
	Gymnasial utbildning > 2 år	28	25	4	0
	Eftergymnasial utbildning (ej högskola/universitet)	27	23	4	1
	Högskola/universitet ≤ 3 år	37	31	6	1
Högskola/universitet > 3 år	45	39	5	3	
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid	29	24	4	2
	Förvärvsarbetar deltid	35	31	6	0
	Egna företagare	25	19	6	1
	Pensionärer	37	33	4	1
	Studerande	45	41	3	3
	Arbetslösa	32	27	4	3
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	34	28	5	3
	Äldre vuxna (45-79 år)	34	30	4	1
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	30	24	6	1
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	31	26	4	3
Hushåll (9-79 år)	En person	34	30	4	1
	Två personer	35	31	4	1
	Tre personer	34	28	5	2
	Fyra personer eller fler	40	36	4	2
Boende (9-79 år)	Lantgård/ensamliggande hus på landet	33	28	4	1
	Villa i tätort	35	31	4	1
	Radhus i tätort	44	40	4	1
	Lägenhet/flerfamiljshus	37	32	4	2
Hemort (9-79 år)	Storstad	41	36	4	2
	Större städer	37	32	4	1
	Övriga kommuner	32	28	4	1

Bok 61 minuter

Lästid bland läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (minuter)



Lästid bland läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1986-2015 (minuter)

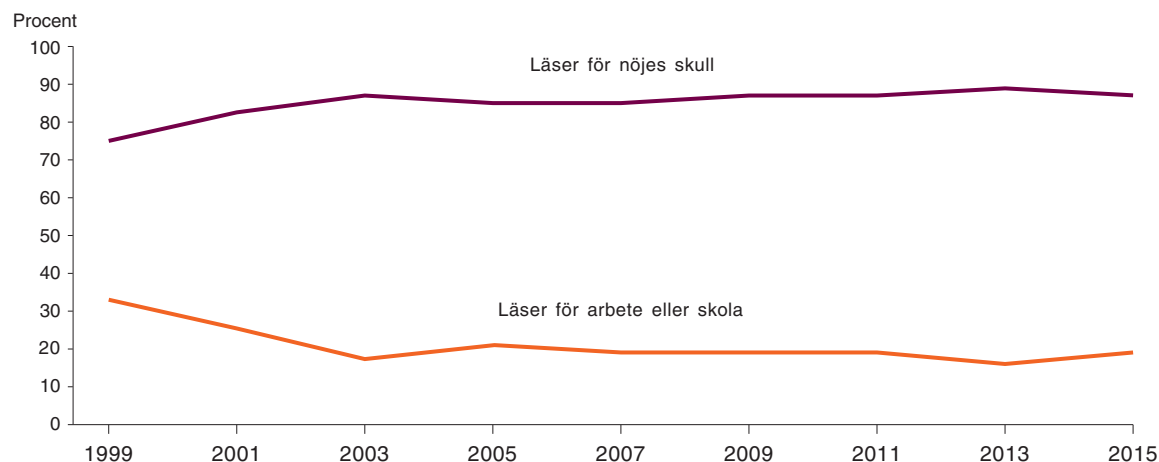
År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1986	68	68	69	46	82	71	64	65	64	79	71
1987	64	62	65	44	72	62	70	72	60	76	66
1988	65	63	67	38	76	68	69	60	58	71	77
1989	61	58	64	41	68	63	69	59	68	57	70
1990	59	57	62	44	73	59	55	61	68	58	61
1991	58	64	53	46	72	53	52	68	49	58	74
1992	53	48	57	43	77	54	55	61	53	53	57
1993	59	60	58	42	75	57	57	61	58	57	66
1994	63	61	65	55	79	61	55	65	65	65	62
1995	64	59	68	51	89	60	57	65	64	68	68
1996	56	52	59	41	74	54	54	59	57	64	56
1997	61	57	64	51	72	60	57	69	67	61	61
1998	60	57	63	39	84	61	54	66	68	62	65
1999	55	54	56	37	76	54	56	59	59	52	62
2000	60	56	62	44	69	54	60	73	62	61	62
2001	62	57	66	52	77	60	58	66	56	64	65
2002	55	50	58	38	66	55	51	65	52	57	59
2003	55	54	57	44	61	56	56	62	59	57	58
2004	54	52	56	42	68	51	54	60	63	55	54
2005	56	51	58	34	59	56	56	67	62	55	60
2006	53	51	54	38	60	46	54	67	67	52	53
2007	51	50	51	35	51	48	51	68	60	50	54
2008	50	48	52	39	58	46	50	62	53	54	51
2009	58	56	59	42	70	56	57	65	68	61	59
2010	56	56	57	42	63	58	56	62	70	61	57
2011	56	53	58	38	71	57	56	57	54	58	57
2012	55	51	57	37	65	53	52	64	61	57	56
2013	58	57	59	35	66	57	59	65	63	63	59
2014	60	54	64	36	67	62	59	68	73	63	61
2015	61	58	64	35	82	63	61	68	69	66	63

Anm: Brott i tidsserien markeras med avskiljande streck. För mer information se avsnittet *Fakta om undersökningen Mediebarometern*, rubriken *Jämförelser över tid*.

1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin *utbildning*. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

Skäl att läsa bok

Andel som läser bok för nöjes skull och för arbete eller skola bland bokläsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1999-2015 (procent)



Andel som läser bok för nöjes skull och för arbete eller skola bland bokläsare 9-79 år en genomsnittlig dag 1999-2015 (procent)

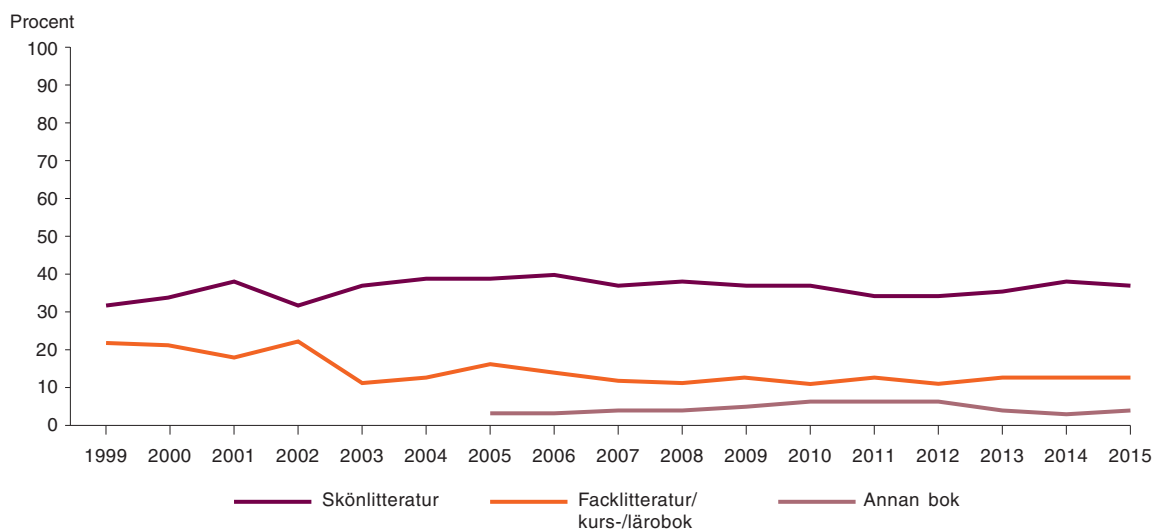
	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Läst för nöjes skull</i>											
1999	76	73	78	64	51	78	87	99	90	84	77
2001	83	83	83	71	59	85	93	99	98	83	89
2003	87	84	89	73	69	88	96	98	96	91	90
2005	85	82	87	70	62	86	94	98	95	89	87
2007	85	83	87	67	61	89	95	98	98	89	91
2009	87	84	90	68	67	91	96	99	97	92	92
2011	87	85	88	77	64	87	98	100	95	98	95
2013	88	87	88	71	64	87	95	99	99	95	93
2014	88	86	89	78	65	86	95	99	98	96	94
2015	87	85	88	65	64	88	95	99	97	97	93
<i>Läst för arbete eller skola</i>											
1999	33	36	30	50	63	29	20	2	9	22	34
2001	26	27	26	46	59	25	12	1	7	22	22
2003	17	20	15	36	37	18	7	2	5	12	16
2005	21	24	18	37	49	20	10	3	6	15	20
2007	19	22	17	40	45	16	9	3	4	14	15
2009	18	22	16	46	41	13	8	2	3	11	13
2011	19	21	18	35	48	19	7	1	6	4	9
2013	16	17	16	39	44	18	6	2	1	6	10
2014	17	20	15	33	44	20	8	3	4	5	11
2015	18	19	17	46	44	16	7	1	2	6	10

Anm: Brott i tidsserien markeras med avskiljande streck. För mer information se avsnittet *Fakta om undersökningen Mediebarometern*, rubriken *Jämförelser över tid*.

1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin *utbildning*. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

Bokgenrer

Läsare 9-79 år en genomsnittlig vecka 1999-2015 (procent)



Läsare av olika genrer 9-79 år en genomsnittlig vecka 1999-2015 (procent)

	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2014	2015
Skönlitteratur	31	38	37	39	37	37	34	35	38	37
Barn-/ungdomslitteratur	8	8	8	7	7	6	7	6	6	6
Skönlitteratur/barn- och ungdomslitteratur	39	45	45	46	44	43	41	40	43	42
Facklitteratur/kurs-/lärobok	22	18	11	16	12	12	12	12	13	13
Annan bok	3	4	5	7	4	3	4
Ljudbok	..	3 3	3 3	3	5	6	6	6	6	6

Läsare av olika genrer 9-79 år en genomsnittlig vecka 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Skönlitteratur	37	30	44	32	35	35	39	39	24	33	47
Barn-/ungdomslitteratur	6	4	7	38	3	5	1	0	0	2	3
Skönlitteratur/barn- och ungdomslitteratur	42	34	50	69	37	38	40	40	24	34	48
Facklitteratur/kurs-/lärobok	13	13	12	17	20	15	10	9	6	8	15
Annan bok	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4
Ljudbok	6	6	7	4	5	8	8	5	5	7	8

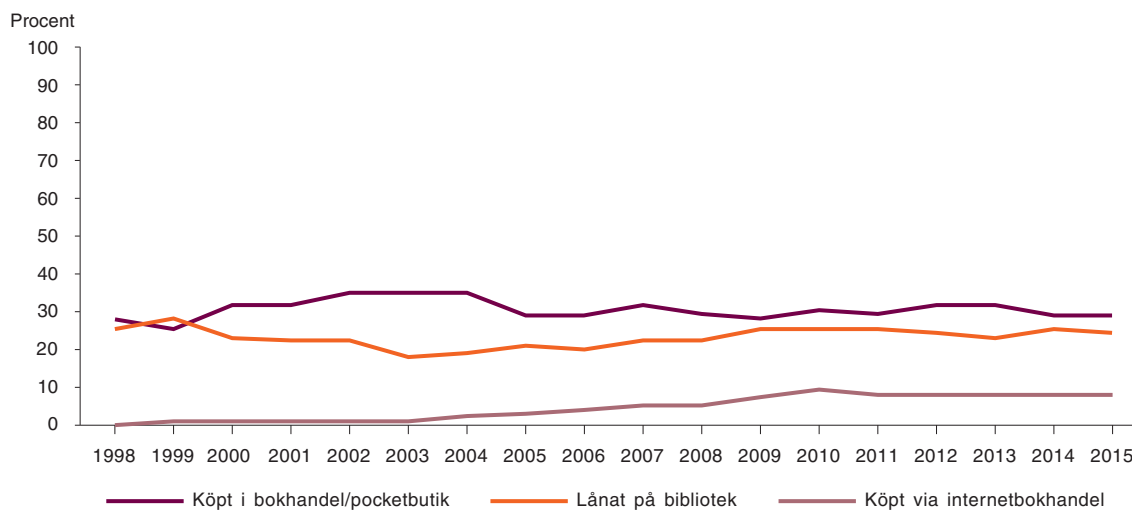
Bokgenrer

Andel som läser olika typer av böcker en genomsnittlig vecka 2015 (procent)

		Bok (totalt)	Bok på papper	Ljudbok	E-bok	Skönlitteratur/ barn- och ungdoms- litteratur	Fack- litteratur/ kurs- och lärobok
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	56	50	6	2	42	13
	Vuxna 18-79 år	52	46	7	2	39	12
	Barn/ungdom 9-17 år	81	76	4	2	64	17
Kön	Män 9-79 år	49	43	6	2	34	13
	Kvinnor 9-79 år	64	57	7	2	50	12
	Män 18-79 år	44	38	6	3	30	12
	Kvinnor 18-79 år	61	54	7	2	48	12
	Pojkar 9-17 år	79	74	5	2	61	17
	Flickor 9-17 år	83	80	4	1	68	17
	Ålder	9-14 år	86	82	4	2	69
15-19 år		58	54	4	4	42	18
20-24 år		52	45	6	5	31	22
25-34 år		55	47	7	3	36	18
35-44 år		54	45	9	3	40	12
45-54 år		51	44	9	3	40	11
55-64 år		51	46	6	1	39	9
65-79 år		52	47	5	1	40	9
Utbildning (25-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	30	27	4	0	23	4
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	42	37	6	1	28	10
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	38	32	7	1	29	7
	Gymnasial utbildning > 2 år	47	43	6	1	37	7
	Eftergymnasial utbildning (ej högskola/universitet)	46	40	7	2	32	10
	Högskola/universitet ≤ 3 år	59	51	8	2	44	13
	Högskola/universitet > 3 år	68	60	8	4	52	17
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid	51	45	7	3	39	11
	Förvärvsarbetar deltid	54	48	9	1	44	9
	Egna företagare	45	39	9	2	33	11
	Pensionärer	53	48	5	2	40	10
	Studerande	67	61	5	4	40	30
	Arbetslösa	43	37	6	3	30	10
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	54	47	7	4	35	19
	Äldre vuxna (45-79 år)	52	47	6	2	39	9
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	53	45	10	3	41	13
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	48	42	7	4	36	13
Hushåll (9-79 år)	En person	52	47	6	2	37	13
	Två personer	54	48	6	2	40	11
	Tre personer	53	47	6	3	40	13
	Fyra personer eller fler	63	57	7	3	49	15
Boende (9-79 år)	Lantgård/ensamliggande hus på landet	51	45	7	2	38	11
	Villa i tätort	57	51	7	2	44	11
	Radhus i tätort	64	59	6	2	48	15
	Lägenhet/flerfamiljshus	55	49	6	3	40	14
Hemort (9-79 år)	Storstad	61	55	7	3	46	14
	Större städer	58	52	7	2	44	13
	Övriga kommuner	50	45	6	2	37	11

Anskaffning av bok

Anskaffning av böcker *bland dem som läst någon bok 9-79 år* den senaste veckan 1998-2015 (procent)



Anskaffning av böcker *bland dem som läst någon bok 9-79 år* den senaste veckan 1998-2015 (procent)

	1998	1999	2001	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2014	2015
Köpts i bokhandel/pocketbutik	28	26	31	35	29	31	28	29	31	29	29
Köpts via internetbokhandel	0	1	1	1	3	5	7	8	8	8	8
Köpts i kiosk eller i varuhus	4	4	4	3	6	6	6	6	6	5	6
Köpts genom bokklubb	10	10	9	6	9	6	4	4	4	3	3
Köpts på antikvariat	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
Lånats på bibliotek	25	28	22	18	21	22	25	25	23	26	24
Lånats från släkt/vän/bekant	11	12	14	13	10	10	11	8	8	7	7
Lånats i läsecirkel	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
Fått som gåva	13	10	13	14	13	11	9	10	10	11	10
Laddats ned från internet	1	1	1	2	2	4
Anskaffats på annat sätt	7	6	6	7	7	6	6	5	4	5	6

Anskaffning av böcker *bland dem som läst någon bok 9-79 år* den senaste veckan 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Anskaffning bland läsare</i>											
Köpts i bokhandel/pocketbutik	29	31	28	17	26	30	35	31	31	31	33
Köpts via internetbokhandel	8	9	8	1	12	14	9	6	3	8	11
Köpts i kiosk eller i varuhus	6	6	6	3	4	8	7	7	7	8	7
Köpts genom bokklubb	3	2	3	1	2	1	4	4	5	3	3
Köpts på antikvariat	1	1	1	0	1		1	1	1	1	1
Lånats på bibliotek	24	22	25	47	30	16	15	22	27	18	16
Lånats från släkt/vän/bekant	7	5	8	3	5	8	8	7	6	8	8
Lånats i läsecirkel			1		1		1	1	0	1	
Laddats ned från internet	4	4	3	2	4	7	4	2	2	4	4
Fått som gåva	10	11	9	13	6	8	10	12	12	11	10
Anskaffats på annat sätt	6	6	6	10	7	4	5	5	5	5	4

Digitala plattformar en vanlig dag

34% använder traditionella medier online

52% använder sociala medier

42% använder sociala medier via en smart telefon

22% av pensionärerna använder sociala medier

Vad vi gör online

Åtta av tio använder internet en genomsnittlig dag. Då ingår all användning, oavsett om den sker i bostaden, på arbetet/skolan eller annan plats, och oavsett om den ingår i ett arbete eller om den är av privat karaktär.

Användningen av sociala medier är vanligare än användningen av traditionella medier på nätet. Hälften av befolkningen använder sociala medier en genomsnittlig dag, jämfört med en tredjedel som använder traditionella medier.

De vanligaste användningsområdena online är att skicka/ta emot e-post eller att använda sociala medier. Hälften av befolkningen gör det varje dag. Lyssna på musik, titta på videoklipp eller titta på film är också vanliga användningsområden som åtminstone en fjärdedel av befolkningen gör en genomsnittlig dag.

Av de traditionella medierna är det kvällstidningarna som har störst räckvidd på nätet. Andelen användare en vanlig dag är 20 procent medan 10 procent har tagit del av en morgontidning. Få personer tar del av veckotidningar och tidskrifter på internet. Andelen som har varit inne på någon tv-kanals webbsida är 8 procent.

Generellt gäller att en stor andel av aktiviteterna på internet är relativt passiva snarare än aktiva. Betydligt större andel läser än skriver blogg, läser tweets än twittar, tittar på videoklipp än lägger ut videoklipp och så vidare.

Förutom att ringa och skicka/ta emot SMS/MMS så används de smarta mobilerna framför allt till att besöka sociala nätverk. Lyssna på musik och använda e-post är också stora användningsområden.

Summeras all tid som läggs online på olika plattformar så blir det ungefär två timmar. Då ingår både traditionella och sociala medier. Det särredovisas inte i kom-

mande avsnitt eftersom exempelvis läsning av kvällstidning online redovisats i anslutning till läsning av kvällstidningar.

Unga och äldre

I den digitala världen gör unga allting i större utsträckning än äldre. De medelålders dominerar emellertid i enstaka avseenden, som att i störst utsträckning använda traditionella medier online.

En fjärdedel av pensionärerna använder traditionella medier online en genomsnittlig dag, medan fyra av tio ungdomar, 15-24 år, gör det. En ungefär lika stor andel av pensionärerna använder sociala medier en genomsnittlig dag, medan nio av tio ungdomar gör det.

Bland dem som använder internet en vanlig dag är skillnaderna mindre, men det finns ändå ingenting som pensionärerna använder mer än andra åldersgrupper. Ibland är skillnaderna emellertid små, som att ta del av nyhetsbrev eller skriva i egen blogg.

Ungdomar tillbringar avsevärt mer tid på sociala medier än andra. Bland dem som använder sociala medier är den genomsnittliga tiden 112 minuter. Det är mer än den tid de lägger på tv.

Nyheter online

När vi bortser från nyhetskonsumention på traditionella plattformar – som tv-program eller dagstidningar – och enbart ser hur räckvidden ser ut online för olika nyhetskanaler är det Facebook som har störst räckvidd. En fjärdedel av befolkningen tar del av nyheter på Facebook en genomsnittlig dag; bland ungdomar är det hälften. Därefter kommer kvällstidningen online med en räckvidd på 17 procent i befolkningen, och 19 procent bland ungdomar.

En dryg tredjedel av befolkningen tar inte del av några nyheter online en genomsnittlig dag.

Dataspel

En genomsnittlig dag spelar en tredjedel av befolkningen något dataspel och 22 procent spelar online. Två tredjedelar av barnen och hälften av ungdomarna spelar en genomsnittlig dag. Ju äldre man är, i desto lägre utsträck-

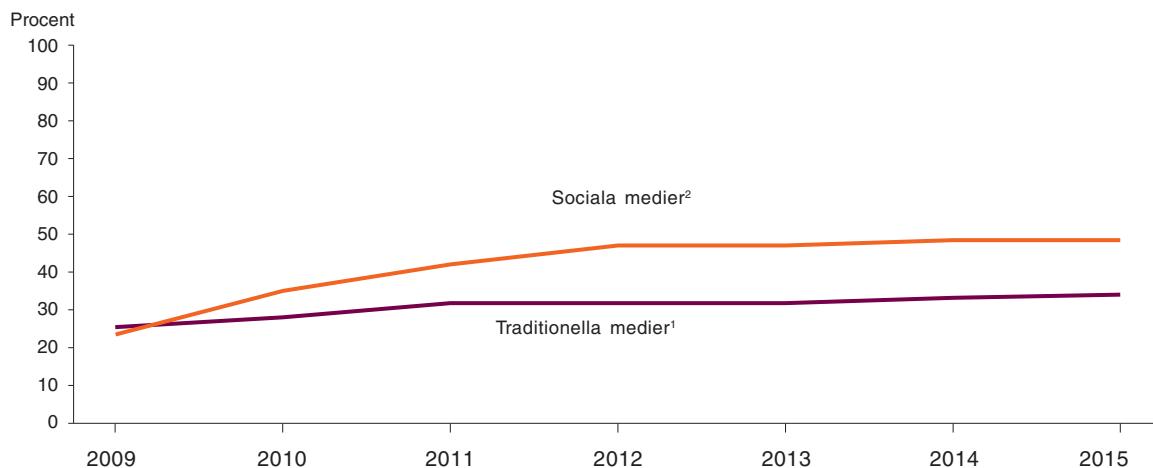
ning spelar man dataspel. Den totala ökning av spelande i befolkningen som konstaterats efter 2004, har avstannat och ligger på en mycket stabil nivå sedan några år tillbaka. Det har inte skett någon direkt ökning i tid bland spelarna, utan den är cirka 1 timme och 20 minuter. Observera att speltiden inte ingår i den totala medietid som redovisas i denna rapports första del, utan enbart redovisas här.

När det gäller spelandet kan man inte bortse från skillnader mellan män och kvinnor. Män spelar action- och sportspel i klart större utsträckning än kvinnor vilka oftare spelar frågesport-, ordpussel- och plattformspel än män. Mäns och kvinnors spelande har närmast sig varandra ifråga om både andel som spelar och den tid som läggs ned. Kvinnor spelar dock fortfarande betydligt kortare tid än män.

I alla avseenden spelar unga mer än äldre: en större andel och längre tid, oavsett om vi analyserar dag eller vecka.

Digitala plattformar (totalt)

Användning av digitala medier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009-2015 (procent)



Användning av digitala medier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009-2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år)³		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Traditionella medier¹</i>											
2009	25	30	22	5	29	39	26	13	13	30	34
2010	28	32	25	9	35	42	30	16	16	35	35
2011	31	37	26	8	36	47	32	19	16	32	41
2012	32	37	28	14	38	48	32	20	18	34	40
2013	32	36	28	14	36	48	33	19	15	33	40
2014	33	37	29	15	37	52	37	19	17	33	41
2015	34	38	29	15	38	53	35	23	20	35	41
<i>Sociala medier²</i>											
2009	26	25	26	44	64	32	11	4	8	28	23
2010	35	34	35	40	79	49	20	7	13	38	34
2011	42	40	44	49	86	58	26	11	12	30	41
2012	47	45	48	54	84	64	35	18	19	40	46
2013	47	45	50	56	84	66	39	17	17	40	48
2014	48	46	50	54	83	71	42	20	20	40	51
2015	52	48	55	62	89	73	45	22	22	45	53

Användartid för digitala medier *bland användare* 9-79 år en genomsnittlig dag 2013-2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Användartid bland användare av traditionella medier¹</i>											
2013	37	40	33	16	33	48	36	21	38	39	38
2014	42	44	41	21	45	54	42	26	36	45	43
2015	59	62	54	55	86	61	58	37	43	53	57
<i>Användartid bland användare av sociala medier²</i>											
2013	85	76	93	112	122	71	65	63	68	79	71
2014	72	67	76	98	109	60	54	49	76	61	51
2015	66	64	69	83	112	52	47	48	60	56	43

1. Avser morgontidning, kvällstidning, vecko-/månadstidning, special-/facktidningskrift, tv-kanal eller radio.

2. Avser socialt nätverk/community/diskussionsforum/chatgrupp eller blogg.

3. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin utbildning. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

Digitala plattformar (totalt)

Andel användare en genomsnittlig dag 2015 (procent)

		Traditionella medier ¹	Sociala medier ²
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	34	52
	Vuxna 18-79 år	36	49
	Barn/ungdom 9-17 år	18	69
Kön	Män 9-79 år	38	48
	Kvinnor 9-79 år	29	55
	Män 18-79 år	41	46
	Kvinnor 18-79 år	31	53
	Pojkar 9-17 år	17	64
	Flickor 9-17 år	18	73
Ålder	9-14 år	15	62
	15-19 år	30	89
	20-24 år	47	88
	25-34 år	54	82
	35-44 år	52	67
	45-54 år	39	53
	55-64 år	31	38
	65-79 år	23	22
Utbildning (25-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	15	19
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	29	29
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	35	40
	Gymnasial utbildning > 2 år	35	48
	Eftergymnasial utbildning (ej högskola/universitet)	35	44
	Högskola/universitet ≤ 3 år	38	52
	Högskola/universitet > 3 år	43	54
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid	45	59
	Förvärvsarbetar deltid	35	60
	Egna företagare	38	57
	Pensionärer	24	24
	Studerande	43	87
	Arbetslösa	45	66
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	49	81
	Äldre vuxna (45-79 år)	27	31
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	44	63
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	51	74
Hushåll (9-79 år)	En person	32	45
	Två personer	32	40
	Tre personer	34	61
	Fyra personer eller fler	37	68
Boende (9-79 år)	Lantgård/ensamliggande hus på landet	26	45
	Villa i tätort	34	51
	Radhus i tätort	32	52
	Lägenhet/flerfamiljshus	37	56
Hemort (9-79 år)	Storstad	39	56
	Större städer	34	52
	Övriga kommuner	29	48

1. Avser morgontidning, kvällstidning, vecko-/månadstidning, special-/facktidsskrift, tv eller radio.

2. Avser socialt nätverk/community, diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.

Smart telefon

Användare en genomsnittlig dag 2015 (procent)

		Traditionella medier ¹	Sociala medier ²
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	23	42
	Vuxna 18-79 år	24	39
	Barn/ungdom 9-17 år	14	64
Kön	Män 9-79 år	25	38
	Kvinnor 9-79 år	20	46
	Män 18-79 år	27	35
	Kvinnor 18-79 år	21	42
	Pojkar 9-17 år	13	55
	Flickor 9-17 år	16	74
Ålder	9-14 år	10	57
	15-19 år	28	85
	20-24 år	37	82
	25-34 år	42	71
	35-44 år	40	58
	45-54 år	27	44
	55-64 år	19	24
	65-79 år	8	11
Utbildning (25-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	7	11
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	16	21
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	21	27
	Gymnasial utbildning > 2 år	25	37
	Eftergymnasial utbildning (ej högskola/universitet)	22	35
	Högskola/universitet ≤ 3 år	25	41
	Högskola/universitet > 3 år	28	40
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid	34	50
	Förvärvsarbetar deltid	22	50
	Egna företagare	28	47
	Pensionärer	10	12
	Studerande	35	81
	Arbetslösa	23	51
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	37	71
	Äldre vuxna (45-79 år)	14	19
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	33	56
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	45	67
Hushåll (9-79 år)	En person	19	34
	Två personer	19	29
	Tre personer	23	52
	Fyra personer eller fler	31	62
Boende (9-79 år)	Lantgård/ensamliggande hus på landet	16	33
	Villa i tätort	23	42
	Radhus i tätort	24	43
	Lägenhet/flerfamiljshus	25	46
Hemort (9-79 år)	Storstad	26	46
	Större städer	23	43
	Övriga kommuner	20	38

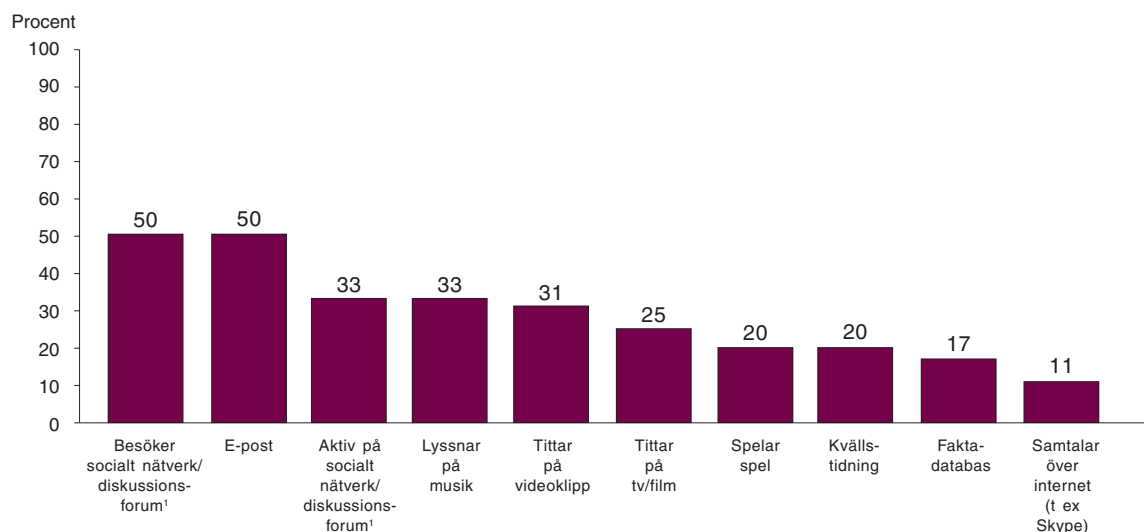
Anm: Smart telefon är en delmängd av digitala plattformar.

1. Avser morgontidning, kvällstidning, vecko-/månadstidning, special-/facktidning, tv eller radio.

2. Avser socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattpgrupp eller blogg.

Digitala plattformar (totalt)

Användningsområden i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)

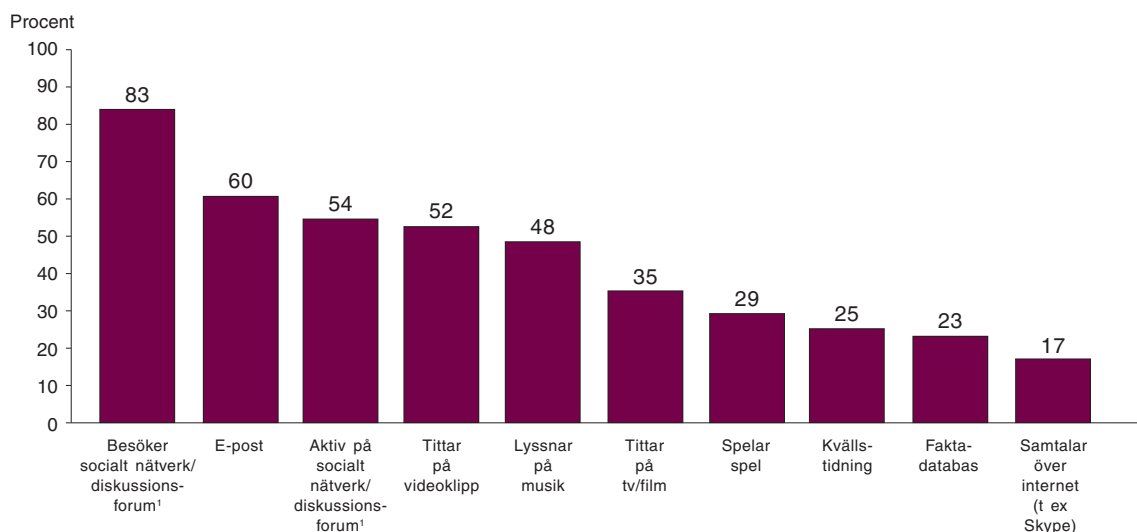


Användningsområden i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Läser kvällstidning	20	21	19	8	20	32	22	14	14	22	24
Läser morgontidning	10	12	9	1	8	16	12	8	5	10	16
Läser tidskrift	3	4	2	3	4	5	3	1	2	2	4
Tv-kanals webbsidor	8	8	7	6	12	11	7	4	4	6	9
Tittar på tv/film	25	27	23	39	47	29	21	12	12	21	23
Lyssnar på musik	33	35	30	56	73	46	22	8	11	23	28
Lyssnar på radiostations webbsidor	6	7	5	1	9	10	7	2	2	5	8
Lyssnar på podcast	4	5	4	3	10	8	3	1	1	2	5
Tar del av faktadatabas	17	18	16	13	30	23	16	9	6	12	22
Läser nyhetsbrev	5	6	4	1	5	7	5	4	2	5	6
Annan fakta/information	9	9	9	4	10	10	12	8	8	10	11
Besöker socialt nätverk/diskussionsforum	50	45	55	61	88	71	44	21	22	43	51
Aktiv på socialt nätverk/diskussionsforum	33	29	37	42	61	48	27	11	13	27	33
Läser blogg	9	7	12	11	19	15	7	4	3	7	10
Skriver i egen blogg	1	1	1	1	3	1	1	0	0	1	1
Kommenterar inlägg i blogg	2	2	2	2	3	2	2	1	1	2	1
Läser twitter	6	6	4	8	18	7	3	1	1	3	4
Twittrar	2	2	2	3	8	2	1	0	0	1	1
Tittar på videoklipp	31	37	26	67	68	41	20	8	12	21	25
Lägger ut videoklipp	2	2	1	3	4	2	1	0	0	1	1
Spelar spel	20	23	18	53	36	21	15	8	10	16	14
Deltar i spelcommunity online	4	7	2	10	12	5	2	1	2	3	2
Använder e-post	50	51	49	16	58	67	57	37	27	50	64
Samtalar över internet (t ex Skype)	11	13	9	21	31	14	7	3	3	7	9

Digitala plattformar (totalt)

Användningsområden bland internetanvändare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)

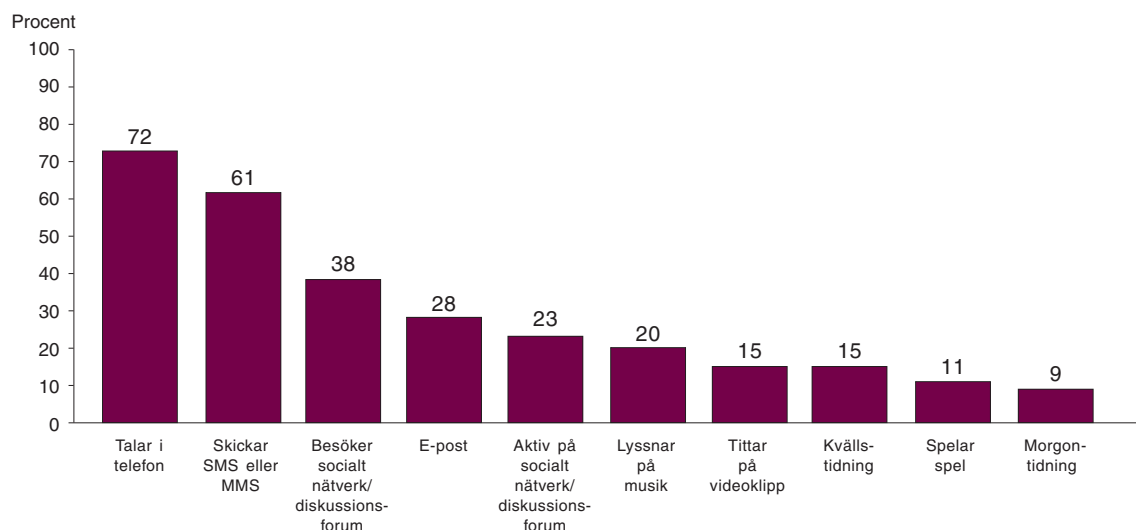


Användningsområden bland internetanvändare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Läser kvällstidning	25	27	24	9	21	34	28	27	32	31	29
Läser morgontidning	12	14	11	1	8	17	15	15	8	12	19
Läser tidskrift	4	5	3	2	4	5	4	2	3	2	5
Tv-kanals webbsidor	10	11	10	7	12	12	10	8	9	9	12
Tittar på tv/film	35	38	32	42	48	33	28	25	27	31	30
Lyssnar på musik	48	52	44	62	75	51	32	18	29	37	39
Lyssnar på radiostations webbsidor	8	10	7	2	10	11	10	6	4	9	11
Lyssnar på podcast	6	7	6	3	11	9	4	3	3	4	8
Tar del av faktadatabas	23	26	21	15	30	26	21	18	14	18	28
Läser nyhetsbrev	6	8	5	1	5	9	6	7	4	9	7
Annan fakta/information	9	9	9	4	10	10	11	9	9	10	10
Besöker socialt nätverk/diskussionsforum	83	77	90	72	92	87	82	77	80	85	87
Aktiv på socialt nätverk/diskussionsforum	54	49	60	50	64	58	51	42	47	51	54
Läser blogg	16	12	20	13	20	18	13	14	11	14	17
Skriver i egen blogg	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2
Kommenterar inlägg i blogg	3	3	3	2	3	3	3	2	4	3	2
Läser twitter	9	11	7	10	19	8	5	3	2	6	7
Twitterar	3	4	3	4	8	3	1	1	1	1	2
Tittar på videoklipp	52	63	42	80	71	50	38	30	43	40	42
Lägger ut videoklipp	3	3	2	3	4	2	2	1	1	2	2
Spelar spel	29	34	25	55	37	24	22	18	23	26	20
Deltar i spelcommunity online	7	11	3	11	13	6	4	3	7	6	3
Använder e-post	60	61	59	18	59	73	69	62	56	62	76
Samtalar över internet (t ex Skype)	17	20	14	23	32	16	9	7	8	11	13

Smart telefon

Användningsområden i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)



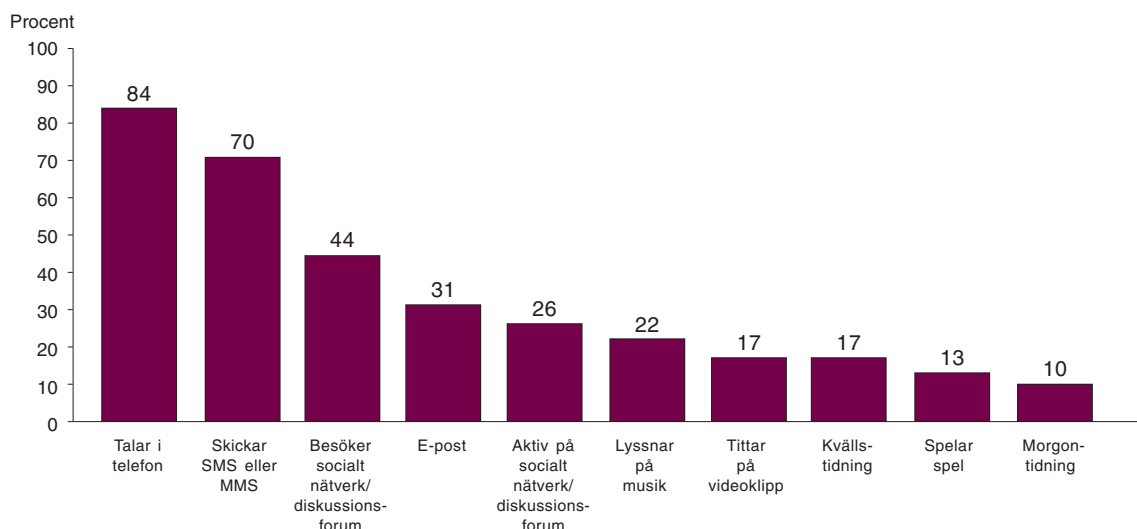
Användningsområden i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Talar i telefon	72	72	72	62	77	80	75	64	61	74	76
Skickar sms eller mms	61	57	65	65	83	76	64	37	34	58	66
Läser kvällstidning	15	16	13	7	20	28	15	5	7	17	17
Läser morgontidning	9	11	7	2	11	18	9	3	3	8	13
Läser tidskrift	1	2	1	1	2	3	1	1	0	1	2
Tv-kanals webbsidor	2	2	2	1	4	3	2	1	1	1	2
Tittar på tv/film	3	4	3	6	10	4	2	1	1	2	3
Lyssnar på musik	20	20	19	38	55	30	9	2	4	12	15
Lyssnar på radiostations webbsidor	4	4	3	0	6	7	4	1	1	3	5
Lyssnar på podcast	2	3	2	1	7	5	1	0	0	1	3
Tar del av faktadatabas	8	8	7	4	16	11	7	3	2	6	9
Läser nyhetsbrev	2	3	2	1	3	4	2	1	1	2	3
Annan fakta/information	5	5	5	2	7	6	6	4	4	5	6
Besöker socialt nätverk/diskussionsforum	38	34	43	54	78	59	30	9	13	31	37
Aktiv på socialt nätverk/diskussionsforum	23	19	27	30	48	35	18	5	8	19	22
Läser blogg	4	3	6	6	11	8	2	1	1	3	4
Skriver i egen blogg	0	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0
Kommenterar inlägg i blogg	1	1	1	1	2	1	1	0	1	1	1
Läser twitter	4	4	3	5	14	5	2	0	0	2	3
Twittrar	1	1	1	2	6	2	0	0	0	0	1
Tittar på videoklipp	15	17	14	35	40	21	7	2	4	10	11
Lägger ut videoklipp	1	1	1	1	3	1	0	0	0	1	0
Spelar spel	11	11	12	30	17	13	9	3	3	10	9
Deltar i spelcommunity online	1	2	1	3	3	2	1	0	0	1	1
Använder e-post	28	28	27	8	36	46	30	15	12	27	37
Samtalar över internet (t ex Skype)	5	5	5	6	16	6	3	1	1	3	4

Anm: Smart telefon är en delmängd av digitala plattformar.

Smart telefon

Användningsområden *bland användare 9-79 år* en genomsnittlig dag 2015 (procent)



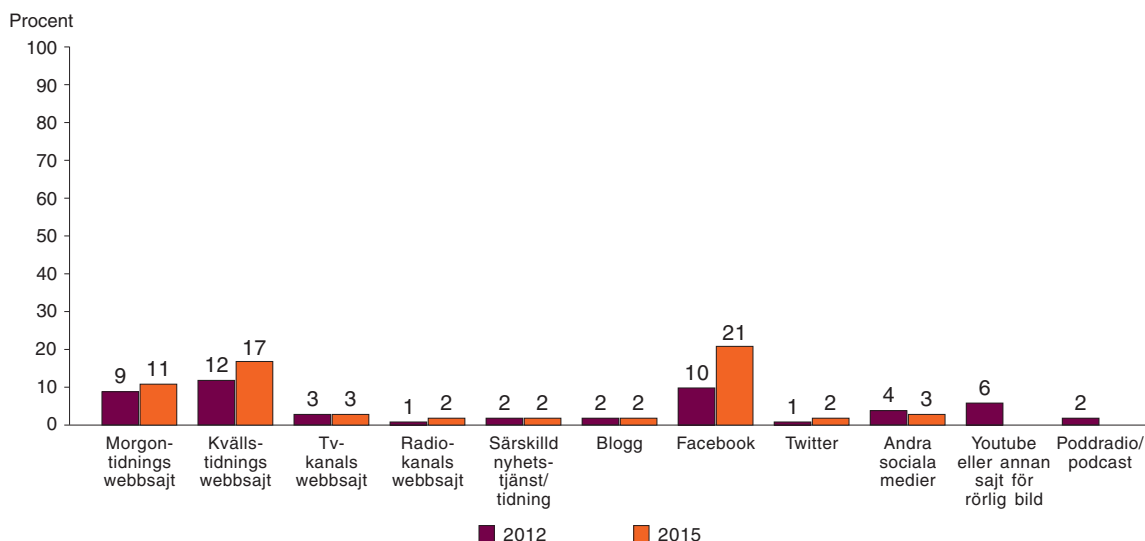
Användningsområden *bland användare 9-79 år* en genomsnittlig dag 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Talar i telefon	84	85	84	72	81	85	85	89	89	87	86
Skickar sms eller mms	70	66	74	74	85	80	71	48	45	66	73
Läser kvällstidning	17	19	15	8	20	30	17	7	10	19	19
Läser morgontidning	10	12	8	2	12	19	10	4	4	9	14
Läser tidskrift	2	2	1	1	2	3	1	1	1	1	2
Tv-kanals webbsidor	2	2	2	1	4	3	2	1	1	2	3
Tittar på tv/film	4	5	3	7	10	5	2	1	1	3	3
Lyssnar på musik	22	23	21	43	57	32	10	2	5	14	17
Lyssnar på radiostations webbsidor	4	4	4	0	6	7	4	1	1	4	5
Lyssnar på podcast	3	3	3	1	7	5	2	0	0	2	3
Tar del av faktadatabas	9	9	8	5	17	12	7	4	3	7	10
Läser nyhetsbrev	2	3	2	1	3	4	2	1	1	3	3
Annan fakta/information	6	6	6	2	7	6	7	5	6	5	6
Besöker socialt nätverk/diskussionsforum	44	39	48	61	81	62	33	12	17	35	41
Aktiv på socialt nätverk/diskussionsforum	26	22	30	35	50	37	20	7	10	21	24
Läser blogg	5	3	7	7	12	8	2	1	1	3	5
Skriver i egen blogg	1	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0
Kommenterar inlägg i blogg	1	1	1	1	2	1	1	0	1	1	1
Läser twitter	4	5	4	6	14	5	2	0	0	2	3
Twittrar	2	2	2	2	6	2	0	0	0	0	1
Tittar på videoklipp	17	20	15	40	41	22	8	3	5	11	12
Lägger ut videoklipp	1	1	1	1	3	1	0	0	0	1	0
Spelar spel	13	12	13	34	18	13	10	4	5	11	10
Deltar i spelcommunity online	1	2	1	3	3	2	1	0	1	2	1
Använder e-post	31	32	30	9	37	49	33	19	16	31	41
Samtalar över internet (t ex Skype)	6	6	6	6	17	7	3	2	1	4	4

Anm: Smart telefon är en delmängd av digitala plattformar.

Nyheter

Andel av befolkningen 9-79 år som tar del av onlinenyheter en genomsnittlig dag 2012 och 2015 (procent)



Andel av befolkningen 9-79 år som tar del av onlinenyheter en genomsnittlig dag 2015 (procent)

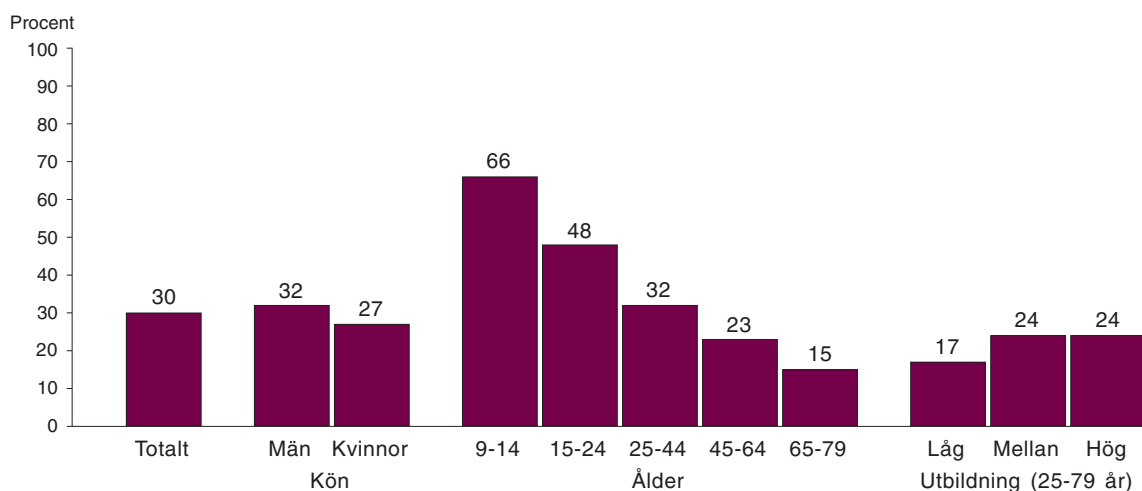
	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Webbaserade medier</i>											
Morgontidnings sajt	11	13	8	2	9	19	13	6	4	11	16
Kvällstidnings sajt	17	19	15	7	19	28	18	11	10	20	20
Tv-kanals sajt	3	3	2	1	3	5	3	1	1	3	4
Radiokanals sajt	2	2	1	1	2	2	2	1	0	1	2
Särskild nyhetstjänst/tidning	2	2	2	2	4	3	2	1	0	2	2
Blogg	2	2	2	1	5	4	1	0	1	1	2
Facebook	21	20	23	14	50	35	16	7	9	18	21
Twitter	2	3	2	3	9	3	1	0	0	1	2
Andra sociala medier	3	4	2	1	9	5	2	1	1	3	2
Youtube/annan sajt för rörlig bild	6	8	4	11	17	7	4	1	1	5	3
Poddradio/podcast	2	2	1	0	3	2	2	1	1	1	2
Tar inte del av onlinenyheter en genomsnittlig dag	37	37	37	61	28	29	39	35	29	37	36

Andel av befolkningen 9-79 år som tar del av nyheter oavsett plattform en genomsnittlig dag 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Morgontidning	47	47	46	9	20	38	56	68	58	51	57
Kvällstidning	22	23	21	7	21	26	24	23	23	26	24
SVT	46	47	44	17	18	32	52	72	60	52	52
TV4	31	30	31	15	16	23	37	42	41	37	31
Nyheter i annan tv-kanal	4	4	4	2	2	2	5	7	6	4	5
Nyheter i Sveriges radio	28	28	27	6	11	22	33	40	36	33	31
Nyheter i kommersiell radio	4	5	4	1	3	6	5	5	5	6	5

Dataspel 29%

Spelare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)



Spelare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2004-2015 (procent/minuter)

	Kön			Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig dag</i>											
2004	7	10	4	24	16	6	2	2	3	6	3
2005	9	14	5	39	18	7	3	3	3	7	5
2006	9	14	4	37	23	7	2	1	2	7	4
2007	14	18	10	52	32	10	5	3	6	11	7
2008	13	18	9	48	28	12	5	4	6	11	8
2009	12	17	8	44	28	10	4	3	4	11	6
2010	14	20	10	43	30	15	5	4	6	13	9
2011	22	27	17	59	46	23	9	5	8	13	14
2012	29	32	25	69	54	33	14	10	13	27	21
2013	31	32	31	74	55	34	21	13	14	26	23
2014	29	32	27	69	50	33	23	13	14	23	24
2015	30	32	27	66	48	32	23	15	17	24	24
<i>Genomsnittlig vecka</i>											
2004	17	24	11	69	38	15	6	4	6	15	8
2005	20	28	12	75	39	18	7	6	9	17	11
2006	16	24	8	60	41	14	4	1	5	14	8
2007	28	33	22	86	55	26	14	6	12	26	17
2008	26	33	19	71	52	25	13	7	11	24	19
2009	25	32	19	71	53	26	10	7	10	24	17
2010	27	34	22	72	50	30	13	10	12	26	20
2011	34	41	28	81	67	39	17	11	13	23	25
2012	37	41	33	83	65	45	21	14	14	26	25
2013	41	41	41	86	70	48	30	18	19	36	32
2014	40	43	38	86	68	46	31	19	19	32	34
2015	41	44	38	84	64	45	32	21	22	34	33
<i>Speltid bland spelare (minuter)</i>											
2007	87	105	55	95	109	73	43	- ²	- ²	94	53
2008	75	86	50	77	103	60	48	- ²	- ²	76	52
2009	76	92	46	75	96	64	53	- ²	- ²	69	63
2010	70	82	50	60	97	56	58	- ²	- ²	73	61
2011	65	81	40	57	91	56	47	- ²	- ²	63	54
2012	65	82	41	64	90	55	46	41	48 ³	51	48
2013	59	75	41	66	87	51	39	37 ³	49 ³	49	39
2014	82	99	63	88	116	74	60	65	86	71	60
2015	81	97	62	97	109	73	63	65	74	77	59

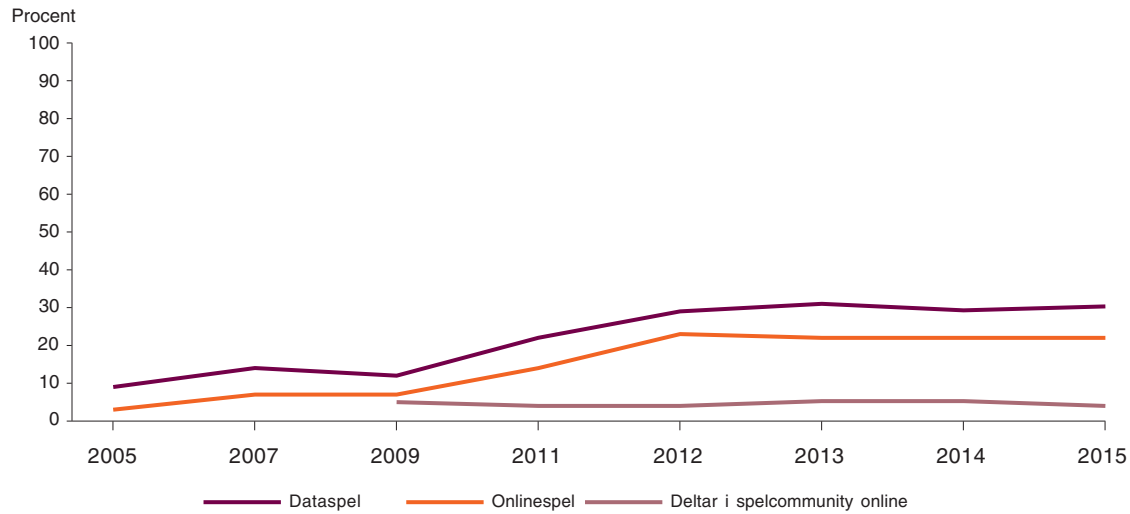
1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin *utbildning*. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

2. Siffran redovisas ej då antalet svarpersoner är mycket lågt.

3. Antalet svarpersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

Dataspel

Användning av dataspel i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2005-2015 (procent)



Användning av dataspel i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2005-2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79/25-79 år) ¹		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Dataspel	30	32	27	66	48	32	23	15	17	24	24
på stationär dator/konsol	14	20	7	41	29	10	7	8	8	9	7
på mobiltelefon	14	12	16	31	18	17	13	4	5	12	12
på surfplatta	5	4	5	15	1	4	4	3	3	4	4
Spelar online											
2005	3	4	1	9	5	2	1	1	1	1	1
2007	7	9	4	27	18	4	2	1	2	5	2
2009	7	10	4	26	19	5	2	1	7	10	4
2011	14	19	10	33	33	15	7	3	8	13	14
2013	22	22	22	54	39	24	15	8	9	17	17
2014	22	24	20	58	37	23	16	9	11	17	16
2015	22	25	19	58	38	22	16	9	11	18	15
Deltar i spelcommunity online											
2012	4	7	2	11	13	5	1	1	1	3	2
2013	5	7	3	14	13	5	2	0	1	2	2
2014	5	7	2	14	13	5	1	1	1	3	2
2015	4	7	2	10	12	5	2	1	2	3	2

1. Till och med 2010 ingår alla svarande mellan 16 och 79 år i kategorin *utbildning*. Från och med 2011 ingår personer mellan 25 och 79 år.

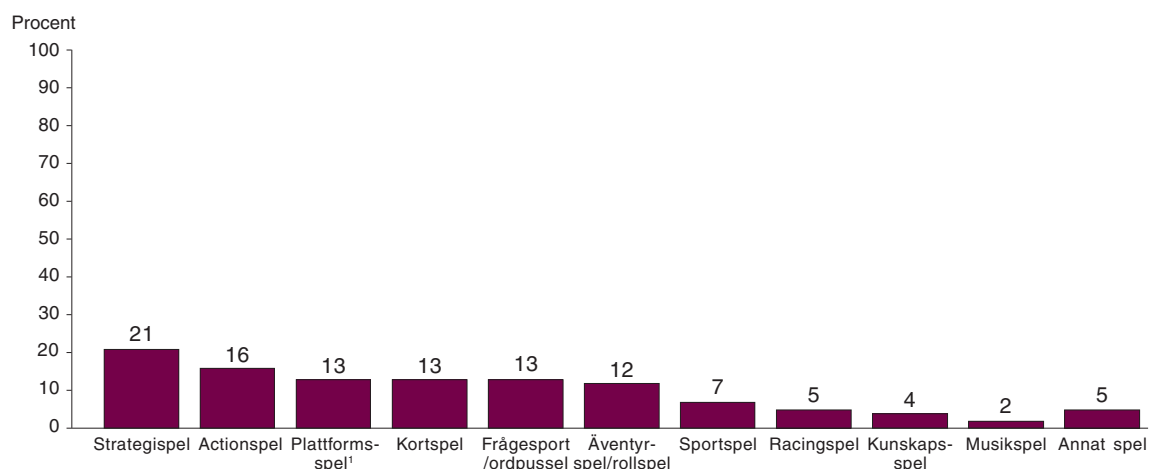
Dataspel

Andel spelare totalt och online en genomsnittlig dag 2015 (procent)

		Dataspel (totalt)	Onlinespel
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	30	22
	Vuxna 18-79 år	25	17
	Barn/ungdom 9-17 år	64	56
Kön	Män 9-79 år	32	25
	Kvinnor 9-79 år	27	19
	Män 18-79 år	25	18
	Kvinnor 18-79 år	24	16
	Pojkar 9-17 år	77	71
	Flickor 9-17 år	48	37
Ålder	9-14 år	66	58
	15-19 år	53	42
	20-24 år	42	33
	25-34 år	34	23
	35-44 år	30	21
	45-54 år	26	18
	55-64 år	21	14
	65-79 år	15	9
Utbildning (25-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	16	10
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	19	12
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	23	17
	Gymnasial utbildning > 2 år	26	20
	Eftergymnasial utbildning (ej högskola/universitet)	20	14
	Högskola/universitet ≤ 3 år	23	15
	Högskola/universitet > 3 år	24	15
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid	28	20
	Förvärvsarbetar deltid	29	21
	Egna företagare	24	14
	Pensionärer	15	10
	Studerande	44	30
	Arbetslösa	42	37
Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	38	29
	Äldre vuxna (45-79 år)	18	12
	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	30	21
	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	30	20
Hushåll (9-79 år)	En person	22	16
	Två personer	22	16
	Tre personer	35	26
	Fyra personer eller fler	44	34
Boende (9-79 år)	Lantgård/ensamliggande hus på landet	28	20
	Villa i tätort	30	22
	Radhus i tätort	31	23
	Lägenhet/flerfamiljshus	30	22
Hemort (9-79 år)	Storstad	31	23
	Större städer	29	22
	Övriga kommuner	29	22

Dataspelsgenrer

Spelområden bland spelare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)



Spelområden bland spelare 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Strategispel	21	23	20	18	25	28	20	13	15	21	23
Actionspel	16	26	5	27	34	15	5	1	3	9	8
Plattformsspel¹	13	9	19	11	10	16	18	11	11	15	18
Kortspel	13	12	14	1	4	7	17	44	36	22	15
Frågesport/ordpussel	13	7	19	3	6	12	24	18	16	17	19
Äventyrspel/rollspel	12	13	11	27	13	12	4	1	6	5	7
Sportspel	7	12	2	13	11	7	3	1	3	5	3
Racingspel	5	5	4	6	5	6	3	3	6	4	4
Kunskapsspel	4	3	5	4	1	4	5	4	1	4	5
Musikspel	2	1	3	3	3	0	2	2	3	1	1
Annat spel	5	3	8	5	4	4	7	7	9	7	4

1.T.ex. Super Mario, Tetris, Angry Birds.

Medieinnehav

53% prenumererar på en morgontidning

36% har en smart-tv i hemmet

**76% har en smarttelefon
och 59% har en surfplatta**

10% har en läsplatta

En förutsättning för att kunna ta del av medier av olika slag är att ha tillgång till dem. Det medium som allra flest har tillgång till är radio, 98 procent. Över 90 procent av befolkningen har också tillgång till tv och dator. Tillgången till tv har minskat över tid, medan da-

tor ökat. Minst spritt i befolkningen är läsplattor som endast 10 procent har tillgång till. Det ökar emellertid sakta.

Mellan män och kvinnor finns i princip inga skillnader i innehav av medieteknik, med ett undantag: konsol för tv-spel, som män har tillgång till i större utsträckning än kvinnor. De största åldersmässiga skillnaderna gäller digital teknik som pensionärer har tillgång till i lägre utsträckning än andra. Framför allt gäller det smarta mobiler. De allra flesta pensionärer har emellertid tillgång till datorer, 84 procent. De utbildningsskillnader som kan ses kan i huvudsak förklaras av att det är de äldsta som är lågutbildade.

Medieinnehav 2015

Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till olika medier i hemmet 2015 (procent)

Har i hemmet tillgång till	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Prenumeration på dagstidning	53	51	54	46	32	31	61	71	63	51	58
enbart en	47	45	48	41	28	29	54	62	58	47	49
två eller fler	6	6	7	5	4	3	7	10	5	5	9
Radio	98	98	98	98	94	97	99	99	98	98	99
vanlig radioapparat	79	78	80	66	53	65	87	96	91	84	82
via internet	78	79	76	74	85	88	82	65	58	77	85
i mobil/mp3/ipod	75	77	74	75	81	85	79	62	59	73	81
i bilen	84	85	82	90	71	81	88	83	81	86	85
Tv	92	92	93	97	84	85	96	97	95	94	92
vanlig tv-apparat	88	87	90	92	80	79	91	94	92	89	88
smart-tv	36	38	33	53	39	38	38	23	24	34	35
Tv-mottagning											
via tv-antenn	26	27	24	19	20	26	26	29	30	28	25
via bredband/kabel	46	45	47	32	41	46	51	48	43	46	52
via parabol	19	20	18	16	16	13	22	23	24	22	16
Dvd-spelare	75	76	74	85	62	71	82	71	68	77	77
Pvr/hårddiskmottagare	32	33	31	33	33	30	38	26	25	34	33
Persondator totalt	92	93	91	97	95	96	95	84	77	92	96
Portabel dator	81	81	81	90	88	89	85	64	56	79	86
Surfplatta	59	60	58	87	59	70	61	37	36	57	61
Mp3-spelare	31	32	30	34	37	37	33	20	20	29	34
Konsol för tv-spel	37	41	32	82	59	54	30	5	10	31	31
Bärbart spel	14	15	14	43	25	19	9	1	3	10	10
Smart telefon	76	78	75	94	95	92	79	47	43	73	81
Läsplatta	10	11	10	15	11	10	11	8	9	9	10

Medieinnehav 1995-2015

Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till olika medier i hemmet 1995-2015 (procent)

Har i hemmet tillgång till	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Prenumeration på dagstidning enbart en	74	68	67	64	64	64	66	66	68	67	67	65	63	61	59	58	55	53	51	49	47
två eller fler	6	7	7	7	8	6	6	6	5	4	6	7	7	7	7	6	7	6	6	6	6
Radio	99	98	98	98	98	97	98	100	100	100	99	99	100	99	98	98
vanlig radioapparat	93	92	88	85	84	83	82	79
via internet	56	56	58	68	72	79	80	78
i mobil/mp3/ipod	52	56	60	66	70	68	76	75
i bilen	86	85	84	85	83	85	84	84
TV	98	97	97	97	97	98	97	98	98	97	98	97	97	98	97	94	94	92
vanlig tv -apparat	97	97	96	96	95	92	92	88
smart-tv	21	28	36
TV-mottagning
via tv-antenn	26
via bredband/kabel	46
via parabol	19
Dvd-spelare	7	12	22	22	37	53	67	78	84	85	86	83	82	79	80	78	75
Video	75	81	80	83	85	85	86	83	87	86	84	81	65	57	53	48	43	37	46	44	..
Pvr/hårddiskmottagare	2	12	12	15	23	26	25	30	27	32
Persondator totalt	27	38	42	50	63	64	69	73	79	82	83	85	87	89	89	91	91	92	91	91	92
Portabel dator	9	9	9	13	20	21	24	30	38	44	54	62	71	75	77	78	79	81
Surfplatta	7	18	37	51	59
Internet via dator	3	8	17	31	47	52	60	66	71	71	74	80	83	85	89	85	86	90	90	90	92
Internet via annan apparat	26	25	27	41	48
Bredbandsanslutning	19	29	38	51	63	68	72	69	72
Mp3-spelare	21	32	47	54	55	45	38	36	35	38	33	31
Konsol för tv-spel	35	37	41	40	38	45	39	39	38	37
Bärbart spel	10	11	15	14	15	14	14
Smart telefon	14	36	54	67	73	76
Läsplatta	2	4	6	8	10

Reklam

36% tar del av reklam i tv och 29% i någon morgontidning – pensionärer gör det mest

20% tar del av reklam via Facebook – ungdomar gör det mest

27% tar del av annonsblad och 26% tar del av direktreklam – pensionärer gör det mest

9% tar del av reklam i videoklipp – 9 till 14-åringar gör det mest

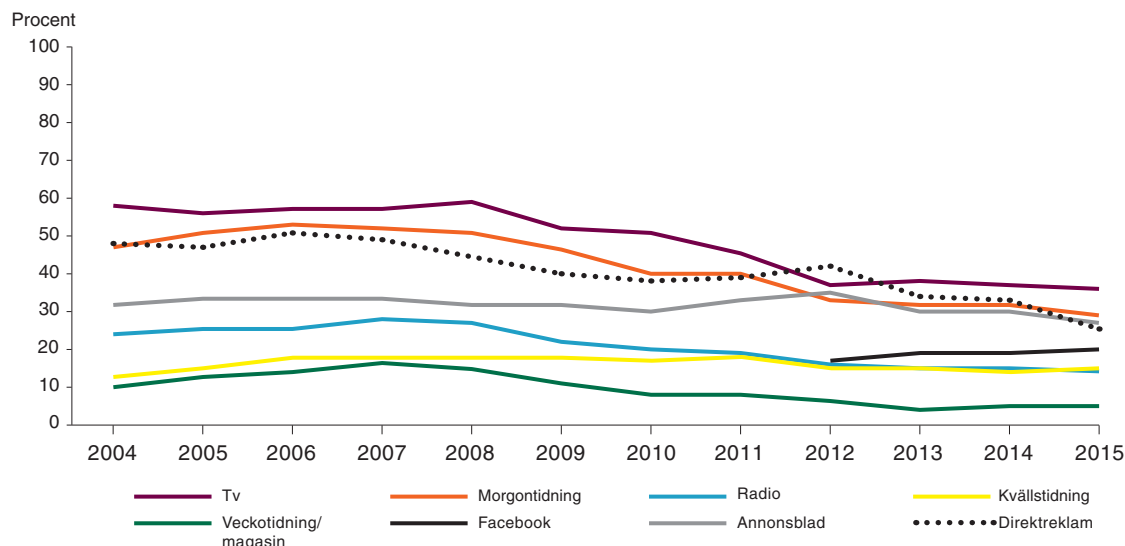
Det är inte säkert att all reklam en tar del av är medveten eftersom den inte aktivt eftersökts, vilket gör det svårt att bedöma reklamens räckvidd. Högst medveten räck-

vidd tycks tv ha. En tredjedel av befolkningen säger sig ha tagit del av tv-reklam en genomsnittlig dag. Det är en klar nedgång sedan drygt tio år. Skillnaden mellan olika befolkningsgrupper är här liten.

En nästan lika stor andel av befolkningen, 25-30 procent, har tagit del av reklam i morgontidning, annonsblad eller direktreklam en genomsnittlig dag. Annonsblad har ungefär samma räckvidd över tid, medan den går ner kraftigt för såväl morgontidningar som direktreklam. Det finns större åldersskillnader för reklam i morgontidningar än för andra annonsslag. Äldre tar del av reklam i morgontidningar i betydligt större utsträckning än yngre, medan skillnaderna är mindre för annonsblad och direktreklam i den vuxna delen av befolkningen.

Reklam

Andel som tagit del av reklam i olika medier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2004-2015 (procent)



Andel som tagit del av reklam i olika medier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2004-2015 (procent)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Tv	58	56	57	58	59	52	51	45	37	38	37	36
Morgontidning	47	51	53	52	51	46	40	40	33	31	31	29
Radio	24	26	25	28	27	22	20	19	16	15	15	14
Kvällstidning	12	15	18	18	18	18	17	18	15	15	14	15
Veckotidning eller magasin	10	13	14	16	15	11	8	8	7	4	5	5
Facebook	17	19	19	20
I anslutning till videoklipp	9
Annonssblad	31	33	33	33	31	31	30	33	35	30	30	27
Direktreklam	48	47	50	49	45	40	38	39	42	34	33	26

Andel som tagit del av reklam i olika medier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2015 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (25-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Tv	36	34	38	35	27	32	41	38	42	41	33
Morgontidning	29	28	31	5	14	28	37	38	34	32	38
Kvällstidning	15	16	14	6	15	22	14	13	13	17	16
Radio	14	13	14	7	14	19	15	10	13	16	14
Veckotidning/magasin	5	4	6	1	2	5	5	7	6	6	6
Facebook	20	18	22	16	45	34	16	4	8	17	20
Videoklipp	9	11	8	25	22	12	5	1	2	6	6
SMS	6	4	8	4	6	8	7	4	3	6	7
Spotify eller Itunes	3	4	2	6	9	3	2	0	1	2	2
Blogg	2	1	3	1	5	3	1	0	0	1	2
Annan social plattform	3	3	3	4	8	5	2	0	1	2	2
Annonssblad	27	26	29	14	18	27	30	34	30	31	30
Direktreklam	26	24	29	15	18	24	29	32	30	32	26
Bio	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0

Fakta om undersökningen

Mediebarometern

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

Nordicom-Sverige har sedan 1994 samordningsansvar för Mediebarometern. Databasinsamlingen har genomförts av CMA Research AB. Mediebarometern 2015 innefattar de medier som redovisas i det följande.

Olika medieformer

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

Musik: Avser allt lyssnande till medierad musik även musik via radioprogram och tv-kanaler ingår. Konserter och livespelningar ingår inte.

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

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

Film: Avser allt tittande på film såväl bio som tittande via tv, internet och dvd/video ingår.

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

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

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

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

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

Special-/facktidskrift: Avser såväl facktidskrifter inriktade på fack- och yrkesområden som organisationsutgivna specialtidningar. Tryckt version eller internetversion.

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

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

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

Dataspel: Avser spel till persondatorer, tv-apparater, mobiltelefoner och andra bärbara spelapparater.

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

Urval och bortfall

Telefonintervjuerna har genomförts under 42 slumpmässigt utvalda dagar under perioderna 3/2 till 15/6 och 6/8 till 15/12 2015. Urvalet av intervjudagar stratifierades för att uppnå en jämn fördelning mellan olika veckodagar, vilket innebär att intervjuerna genomförts under 6 över året utspridda måndagar, tisdagar, onsdagar och så vidare.

Urvalet bestod av ett obundet slumpmässigt individuellt urval av Sveriges befolkning i åldern 9 till 79 år. Urvalet drogs ur SPARs befolkningsregister och omfattade 16 086 personer boende i Sverige. Bortfallet, bestående av ej telefonnummersatta urvalsenheter, felaktiga nummer, ej målgrupp och dubletter, gav ett nettourval på 11 440 personer. Av dessa har intervjuer genomförts med 6 010 personer. Detta betyder att undersökningen har en svarsfrekvens på 53 procent. Andelen uttalade svarsvägrare uppgick till 29 procent medan resterande bortfall består av ej anträffade, bortresta och korttidssjuka med mera.

Svarsfrekvensen har sjunkit med 2 procentenheter sedan 2014. Över tid är det främst andelen vägrare som ökat, men det är också fler som inte varit anträffbara, vilket kan ha samband med att en högre andel telefonnummer varit fel än tidigare. Trots att såväl fasta telefonnummer som mobiltelefonnummer har funnits i de ursprungliga urvalen har det noterats att en hög andel av mobilnumren inte används trots att de är juridiskt aktiva. Hela 16 procent i bruttourvalet har inte gått att få tag på trots att 10 kontaktförsök gjorts.

En jämförelse mellan Mediebarometern och SCB:s befolkningsstatistik visar relativt god representativitet i flertalet åldersgrupper. Personer mellan 25 och 34 år är något underrepresenterade och de äldsta är tydligt överrepresenterade.

Fördelningen mellan boende i storstäder och övriga landet är mycket jämt fördelad.

Representativitet bland svarande jämfört med den svenska befolkningen 2015 (procent)

	Mediebarometern	SCB		Mediebarometern	SCB
Män 9-79 år	51	51	9-14 år	10	8
Kvinnor 9-79 år	49	49	15-19 år	6	6
Män 18-79 år	44	45	20-24 år	6	8
Kvinnor 18-79 år	43	44	25-34 år	9	16
Pojkar 9-17 år	7	6	35-44 år	12	15
Flickor 9-17 år	6	5	45-54 år	14	16
			55-64 år	16	14
			65-79 år	27	17
			Storstäder	32	34
			Större städer	27	27
			Övriga kommuner	61	59

Kommentar: Data om befolkningen är hämtade från scb.se

Antal svar i olika grupper av befolkningen

Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	6 069	Utbildning (25-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	537	Hushåll (9-79 år)	En person	1 157
	Vuxna 18-79 år	5 275		Förgymnasial utbildning 9-10 år	268		Två personer	2 339
	Barn/ungdom 9-17 år	794		Gymnasial utbildning ≤ 2 år	402		Tre personer	908
Kön	Män 9-79 år	3 109		Gymnasial utbildning > 2 år	875		Fyra personer eller fler	1 590
	Kvinnor 9-79 år	2 960		Eftergymnasial utbildning (ej högskola/universitet)	323	Boende (9-79 år)	Lantgård eller ensamliggande hus på landet	1 018
	Män 18-79 år	2 673		Högskola/universitet ≤ 3 år	927		Villa i tätort	2 432
	Kvinnor 18-79 år	2 602		Högskola/universitet > 3 år	1 361		Radhus i tätort	539
	Pojkar 9-17 år	436	Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid	2 045	Lägenhet/flerfamiljshus	2 049	
Flickor 9-17 år	358	Förvärvsarbetar deltid		419	Hemort (9-79 år)	Storstad	1 923	
Ålder	9-14 år	598	Egna företagare	309		Större städer	1 659	
	15-19 år	370	Pensionärer	1 703		Övriga kommuner	2 487	
	20-24 år	346	Studering	412				
	25-34 år	552	Arbetslösa	98				
	35-44 år	732	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	927			
	45-54 år	845		Äldre vuxna (45-79 år)	3 008			
	55-64 år	953		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	842			
	65-79 år	1 673		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	508			

Beräkning av genomsnittlig användartid

SVAREN INOM RESPEKTIVE TIDSINTERVALL KLASIFICERAS ENLIGT NEDANSTÅENDE MALLAR FÖR ATT SEDAN OMRÄKNAS TILL GENOMSNITTLIGA ANVÄNDARTIDER FÖR RESPEKTIVE MEDIUM.

Radio (vanlig radio fm/dab och webb-/poddradio)

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

Musik

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

Television

(vanlig tv, inspelad tv och webb-tv)

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

Text-tv

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

Film (ej bio eller direktsänd tv)

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

Morgon- och kvällstidning (tryckt version)

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

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

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

Morgon-/kvällstidningar, vecko-/månadstidningar, special-/faktidskrifter (på internet)

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

Böcker (tryckt eller digital bok)

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

Böcker (ljudbok)

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

Dataspel

Ej spelat dataspel = 0 minuter
Spelat mindre än 15 minuter = 7,5 minuter
Spelat 15 - 30 minuter = 22,5 minuter
Spelat 30 - 60 minuter = 45 minuter
Spelat 60 - 120 minuter = 90 minuter
Spelat 120 - 180 minuter = 150 minuter
Spelat 180 - 240 minuter = 210 minuter
Spelat mer än 240 = 270 minuter

Sociala medier

Ej använt sociala medier = 0 minuter
Använt mindre än 30 minuter = 15 minuter
Använt 30 - 60 minuter = 45 minuter
Använt 60 - 120 minuter = 90 minuter
Använt 120 - 180 minuter = 150 minuter
Använt 180 - 240 minuter = 210 minuter
Använt 240 - 300 minuter = 270 minuter
Använt 300 - 360 minuter = 330 minuter
Använt mer än 360 minuter = 420 minuter

Internet

Ej använt Internet = 0 minuter
Använt mindre än 30 minuter = 15 minuter
Använt 30 - 60 minuter = 45 minuter
Använt 60 - 120 minuter = 90 minuter
Använt 120 - 180 minuter = 150 minuter
Använt 180 - 240 minuter = 210 minuter
Använt 240 - 300 minuter = 270 minuter
Använt 300 - 360 minuter = 330 minuter
Använt 360 - 420 minuter = 390 minuter
Använt mer än 420 minuter = 450 minuter

Frågeformuläret 2015

Mediebarometern 2015 har en uppläggnings som gör att den blir så jämförbar med tidigare undersökningar som möjligt. Följande grundkrav gäller:

- den genomförs i form av telefonintervjuer till ett slumpmässigt individurval av svenska befolkningen mellan 9 och 79 år
- den avser frågor om konsumtion (inklusive innehav) av medier under föregående dag/vecka/månad/halvår/år
- den inkluderar ett antal sociala bakgrundsfrågor
- den avser mediekonsumtion under totalt 42 slumpmässigt valda dagar över hela året (med undantag av juli), där en stratifiering har genomförts så att varje veckodag förekommer 6 gånger
- den baseras på 6 069 genomförda telefonintervjuer
- den omfattar följande frågor:

Medium	Innehav	Antal	Senaste användnings-tillfälle	Kanal/typ	Tid	Plattform	Tidpunkt	Användningsområde	Plats
Morgontidning	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej
Kvällstidning	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej
Vecko- eller månadstidning	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej
Special- eller facktidsskrift	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej
Bok	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej
Radio	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja
Musik	Ja	Nej	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja
Tv	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej
Text-tv	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej
Dataspel	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej
Film	Nej	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Ja
Reklam	Nej	Nej	Ja	Nej	Nej	Ja	Nej	Nej	Nej
Internet	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Sociala medier	Ja	Nej	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej	Ja	Ja
Mobiltelefon	Ja	Nej	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	Ja	Nej
Övrig medieteknologi	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej

Förtydligande av frågeformuläret

Vad gäller kanal/typ avses:

- för *morgontidning*: enskilda titlar
- för *kvällstidning*: enskilda titlar
- för *vecko-/månadstidning*: familje-, dam-, herr-, och ungdomstidning, veckotidning med konsumentinnehåll, serietidning/seriealbum, specialmagasin, gratisutdelad nöjestidning
- för *special-/facktidsskrift*: organisations-/medlemstidning, kulturtidsskrift, politisk tidskrift, facktidsskrift inriktad på yrkesområden, specialtidsskrift inriktad på intresseområden, utländsk tidskrift
- för *böcker*: skön-, barn/ungdoms-, facklitteratur, läroböcker/kurslitteratur eller annan bok
- för *radio*: enskilda kanaler
- för *tv*: ett tjugotal tv-kanaler inklusive playtjänster
- för *text-tv*: enskilda kanaler
- för *dataspel*: typ av spel
- för *reklam*: annonsblad, lokala annonsblad, handlares annonsblad, lösa reklamblad med rabattkuponger, adresserad reklam, utomhusreklam
- för *internet*: typ av webbplatser, sajter
- för *sociala medier*: socialt nätverk, community, discussionsforum, chattgrupp eller blogg.

Vad gäller plattform avses:

- för *morgontidning, kvällstidning, vecko-/månadstidning och special-/facktidskrift*: tryckt version eller internetversion, via dator, surfplatta, mobiltelefon, Ipod/mp3, läsplatta eller annan apparat
- för *böcker*: vanlig tryckt bok, cd-bok, mp3-bok, E-bok på läs-/surfplatta via datorn, i mobiltelefonen eller annan apparat
- för *radio*: vanlig radioapparat, webbradio, direktsänd radio via internet, poddradio, radio i mobil/mp3/Ipod eller annan bärbar radio eller bilradio
- för *musik*: cd, mp3, lagrad musik/musikfiler, direktsänd radio, poddradio eller i tv
- för *tv*: vanlig tv, via dator, surfplatta, mobiltelefon, Ipod/mp3, eller annan apparat
- för *film*: bio, inspelade filmer, hyrfilm, köpfilm, direktsänd film i tv eller internettjänst
- för *text-tv*: vanlig tv, via dator, surfplatta, mobiltelefon, Ipod/mp3, läsplatta eller annan apparat
- för *reklam*: dagspress, tidskrifter, radio, tv, bio, webbplatser
- för *sociala medier*: via dator eller mobiltelefon
- för *internet*: via dator eller annan apparat
- för *dataspel*: via dator, spelkonsol, internet eller mobiltelefon

Vad gäller användningsområde avses:

- för *morgontidning*: läsning av innehåll
- för *kvällstidning*: läsning av innehåll
- för *böcker*: läsning för nöjes skull eller för skola/arbete
- för *tv*: tittande på olika programkategorier
- för *text-tv*: ta del av TV:s programtablåer, nyheter m m
- för *film*: tittande på olika filmkategorier
- för *sociala medier*: nyttjande av olika typer av användningsområden
- för *internet*: nyttjande av olika typer av användningsområden, funktioner
- för *mobiltelefon*: nyttjande av olika typer av användningsområden, funktioner

Vad gäller plats avses:

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

Bra att veta vid jämförelser över tid

I takt med att nya plattformar och ny medieteknik utvecklats har också statistikrutinerna ändrats, till exempel genom nya frågor, uppdaterade frågeformuleringar och nya redovisningssätt. Medieanvändning en genomsnittlig dag och tid för användning av olika medier är grundläggande frågor i Mediebarometern. De förändringar som gjorts är viktiga att känna till vid jämförelser över tid i avseende på medieanvändning och medietid.

Radio

1979-1992 hämtades resultat från frågor om radiolyssnande i Sveriges Radios kontinuerliga publikräkningar. 1993 lyftes radiofrågorna istället in i Mediebarometern. Från och med 2011 gjordes ett förtydligande i räckviddsfrågan för att betona att även webb- och poddradio av-

ses. I Sveriges Radios publikräkningar, 1979-1992, fick svarspersonerna ange vilka program de lyssnat på under gårdagen. Från svaren räknades lyssnartiden ut genom att summera tiden för de program man lyssnat på.

Vid ett par tillfällen efter 1992 har frågeformuläret justerats avseende medietiden för radio. 1996 utökades svarsalternativen med ett tidsintervall, och från och med 2013 används två frågor för att kunna skilja på lyssnartiden för vanlig radio respektive via webb/podd. För mer information om användartiden efter 1992, läs vidare under rubriken *Beräkning av genomsnittlig användartid*.

Fonogram/musik

Till och med 2012 ställdes i Mediebarometern frågor om lyssnande till olika ljudmedier med utgångspunkt i tekniken. Detta ändrades från och med 2013 då frågorna

utgår från om man tagit del av musik under gårdagen. Därefter har svarspersonerna fått ange via vilka plattformar/kanaler de tagit del av musiken. I samband med omläggningen av fonogramfrågorna kom lyssnande till ljudbok att utgå här, och ställs istället i anslutning till frågorna om bokläsning.

Grammofon/cd: 1979-1992 ställdes en fråga om lyssnande till grammofonskivor, 1993 ändrades frågeformuleringen så att även cd-skivor angavs i frågan. 2003 ändrades åter frågeformuleringen och grammofonskivor nämndes inte längre i frågorna om lyssnande eller lyssnartid. 2006-2012 gällde frågan allt lyssnande på cd-skivor, även ljudböcker. Från och med 2013 avses lyssnande till musik på cd eller vinylskiva.

Kassetband: 1979-2007 ställdes frågor om lyssnande till kassetband. Dessa frågor togs bort då andelen lyssnare understeg 3 procent.

Mp3/lagrad/strömmad musik: Frågor om lyssnade till mp3 ställdes första gången år 2004. Fram till och med 2012 gällde frågan allt lyssnande på mp3, även ljudböcker, från och med 2013 avses lyssnande till musik i bärbar digital spelare, direkt i dator, laptop, surfplatta eller annan mediaspelare.

Television

1979-1992 hämtades resultat från frågor om tv-tittande och tittartid i Sveriges Radios kontinuerliga publikräkningar. 1993 lyftes tv-frågorna in i Mediebarometern.

Frågorna som ligger till grund för andelen tv-tittare har korrigerats ett par gånger. 1993-2006 gällde frågan tv-tittande i allmänhet, 2007 formulerades frågan med ett förtydligande om att vi avser även tittande via dator, mobiltelefon eller annan mediaspelare, och åren 2008 – 2009 ändrades detta förtydligande till att gälla webb-tv, tv i mobiltelefon, mp3/ipod eller liknande. 2010-2012 ställs två frågor om tv-tittande under gårdagen, där den ena frågan gäller tittande i vanlig tv-apparat och den andra frågan tv via internet oavsett plattform. 2013-2014 ställs en inledande fråga samt en uppföljningsfråga om olika plattformar för tv-tittande. 2015 ställs en fråga om tittande på tv/rörlig bild.

I Sveriges Radios publikräkningar 1979-1992 fick svarspersonerna ange vilka program de tittat på under gårdagen. Från svaren räknades tittartiden ut genom att summera tiden för de program man tittat på. 2010-2012 ställs två frågor för att kunna skilja på tittartid för vanlig tv-apparat och tittartid via webb. Från och med 2013 ställs tre frågor om tittartid, en fråga gäller vanlig tv, en tv via internet och tredje fråga avser tid för inspelad tv. För mer information om tittartiden efter 1992, läs vidare under rubriken *Beräkning av genomsnittlig användartid*.

Film

Till och med 2012 ställdes i Mediebarometern frågor om tittande på film med utgångspunkt i videoteknik. Detta förfaringssätt kom att ändras från och med 2013 då frågorna ändrades så att de utgår från om man sett på film under gårdagen. Därefter har svarspersonerna fått ange via vilka plattformar/kanaler de sett på film.

Video/dvd/hårddiskmottagare samt inspelad tv och film

1979 tillfrågades svarspersonerna om användning av tv-bandspelare. 1980-2001 gällde frågan tittande på video. 2002-2006 gällde frågan video och dvd, 2007-2012 hårddiskmottagare, dvd och video. Från och med 2013 hämtas andelen video/dvd-tittare från en fråga om tittande på inspelade tv-program samt från en fråga som avser tittande på film via olika plattformar.

1985-1992 hämtades resultat från frågor om video-tittande och tittartid för video från Sveriges Radios kontinuerliga publikräkningar. Svarspersonerna fick här ange mellan vilka tidpunkter och hur länge de tittat på video under gårdagen. Från svaren har tittartiden räknats ut genom att summera tiden som angetts under varje tidsintervall. 1993 utökades svarsalternativen med två tidsintervall. Från och med 2013 ställs ingen fråga om tittartid på video istället ställs en fråga som gäller tittartid på inspelad tv och en fråga som avser tittartid på film via olika plattformar, exklusive bio och direktsänd tv. För mer information, läs vidare under rubriken *Beräkning av genomsnittlig användartid*.

Dagstidningar

1979-2008 ställdes frågorna om tid för dagstidningar (morgon- och kvällstidningar) genom en fråga som omfattade tidningsläsning oavsett plattform. Från och med 2009 ställs fyra frågor för att kunna skilja på lästid på papper och lästid via webb. Tidsintervallen för läsning via webb är utformade med fler möjligheter för att klassificera läsning inom kortare intervaller. För mer information läs vidare under rubriken *Beräkning av genomsnittlig användartid*.

Morgontidningar: 1998-2000 redovisades morgontidningsläsning inklusive dagliga gratistidningar genom en särskild fråga om de gratisutgivna morgontidningarna. Från och med 2001 görs ett direkt förtydligande i huvudfrågan att gratisutgivna morgontidningar ingår. Från och med 1998 ändras frågeformuleringen från *Läste du någon morgontidning igår?* till *Läste eller tittade du i någon morgontidning igår?* 2006 tillkom ett förtydligande om att tidningen på internet ingår.

Kvällstidningar: Från och med 1998 ändras frågeformuleringen från *Läste du någon kvällstidning igår?* till *Läste eller tittade du i någon kvällstidning igår?* 2006 tillkom ett förtydligande om att tidningen på internet ingår. 2002 till och med 2005 fanns enbart en följdfråga om vilken plattform man läst tidningen på.

Tidskrifter

1980-2008 ställdes frågorna om tid för tidskrifter (vecko-/månadstidningar och special-/facktidsskrifter) genom en fråga som omfattade tidningsläsning oavsett plattform. Från och med 2009 ställs fyra frågor för att kunna skilja på lästid på papper och lästid via webb. Tidsintervallen för läsning via webb är utformade med fler möjligheter att klassificera läsning inom kortare intervaller. För mer information läs vidare under rubriken *Beräkning av genomsnittlig användartid*.

Vecko-/månadstidningar: Fram till och med 1993 gällde frågan veckotidningar/populärpress, från och med 1994 har även månadstidningar explicit angivits i frågan. Från och med 2001 gjordes ytterligare förtydliganden, i form av ett utökad antal svarsalternativ när det gäller typ av vecko-/månadstidning, vilket sannolikt bidrog till en uppgiven minskad användning av special-/facktidsskrifter.

Böcker

Till och med 1993 gällde frågan bokläsning i allmänhet. 1994-2004 formulerades frågan om genom att specificera att även skolböcker och faktaböcker avses. 2005 fick frågan ytterligare ett förtydligande med att även läsning av kok- och fotoböcker ingår. Från och med 2006 inleds frågan med att betona att även böcker man lyssnar till avses.

Vid ett par tillfällen har frågeformuläret justerats avseende användningstid för böcker. 2007 utökades svarsalternativen med ett tidsintervall. Från och med 2009 ställs två frågor för att kunna skilja ut lästid för lästa böcker och böcker som man lyssnat till. För mer information läs vidare under rubriken *Beräkning av genomsnittlig användartid*.

Internet

Frågor om användning av internet en genomsnittlig dag ställdes första gången 1996. Då var frågan en del av användningsområden för persondator i hemmet. 1998-2000 avser *internetanvändning* användning en genomsnittlig dag i hemmet och/eller användning på arbetet senaste arbets-/skoldagen. 2001-2012 bygger andelen internetanvändare på en sammanslagning av två frågor: internet i hemmet och internet på annan plats utanför hemmet. Från och med 2013 ställs en fråga om internetanvändning oavsett plats.

Vid ett antal tillfällen har frågeformuläret justerats i avseende på tid för internetanvändning. 1999-2000 är internettiden en sammanslagning av tid för internet i hemmet och tid för internet på arbete/skola senaste arbets-/skoldagen. 2001-2005 bygger internettiden på en sammanslagning av fyra frågor: internettid i hemmet, på arbetet, i skolan eller på annan plats. 2006-2012 bygger internettiden på två frågor: tid för användning i hemmet och tid för användning utanför hemmet. Från och med 2013 ställs enbart en generell fråga om tid för användning av internet. 2013 utökades också tidsintervallen för internetanvändning med tre tidsintervall. För mer information läs vidare under rubriken *Beräkning av genomsnittlig användartid*.

Dataspel

1996-2003 ställdes en fråga om användning av tv-spel, 1997-2005 ställdes även en fråga om spel i persondator. 2006-2007 tillfrågades svarspersonerna om de spelat dator-/tv-spel. Från och med 2008 ställs en särskild fråga om spel via olika digitala plattformar.

2002-2005 finns en fråga om tid för tv-spel vid senaste speltillfället bland dem som spelat tv-spel den senaste veckan. 2006 formuleras frågan om till att gälla tid för data-/tv-spel. Från och med 2007 avses tid för dataspel bland dem som spelat under gårdagen. 2008 utökades svarsalternativen med två tidsintervall. För mer information läs vidare under rubriken *Beräkning av genomsnittlig användartid*.

Mediebarometern 1979-2015

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

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

Antalet genomförda intervjuer utökades till 2 600 när Nordicom övertog Mediebarometern 1994. Med tanke på dagens medielandskap som är betydligt mer komplext än för bara tio år sedan genomfördes en utökning av urvalet 2002 och ytterligare en utökning 2006 samt 2014. Antalet genomförda intervjuer är numera 6 000 per undersökningsår.

I Mediebarometern 1979-1992 hämtades uppgifterna för användningstid för tv- och videotittande samt

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

Nordicom fann det vid övertagandet 1994 angeläget att även inkludera frågor som gäller användning av text-tv och biobesök. Vidare har sedan 1996, med anledning av de genomgripande förändringar som det svenska medielandskapet genomgått, Mediebarometerns frågeformulär utökats med frågor om användning av internet samt tillgång till ny medieteknologi. Som konsekvens av de senaste årens teknologiska förändringar har frågeformuläret från och med 2013 bytt fokus från att fråga om användning av cd, mp3 och video/dvd till att utgå från konsumtion av musik och film i olika plattformar. För att fånga användarnas konsumtion av sociala medier och nya medieteknologier utvärderas och utvecklas formuläret på kontinuerlig basis.

Lathund för uträkning av statistiska felmarginaler

Procent	Urvalsstorlek											
	50	100	150	200	400	600	800	1000	2000	3000	4000	6000
50 (50)	13,9	9,8	8,0	6,9	4,9	4,0	3,5	3,1	2,2	1,8	1,5	1,3
35 (65)	13,2	9,4	7,6	6,6	4,8	3,8	3,3	3,0	2,1	1,7	1,5	1,2
25 (75)	12,0	8,5	6,9	6,0	4,2	3,5	3,0	2,7	1,9	1,5	1,3	1,1
20 (80)	11,1	7,8	6,4	5,5	3,9	3,2	2,8	2,5	1,8	1,4	1,2	1,0
10 (90)	9,9	7,0	5,7	4,9	3,5	2,8	2,5	2,2	1,6	1,3	0,9	0,8
8 (92)	8,3	5,9	4,8	4,2	3,0	2,4	2,1	1,9	1,3	1,1	0,8	0,7
7 (93)	–	5,3	4,3	3,8	2,7	2,2	1,9	1,7	1,2	1,1	0,8	0,6
6 (94)	–	4,7	3,8	3,3	2,3	1,9	1,7	1,5	1,0	1,0	0,7	0,6
5 (95)	–	4,3	3,5	3,0	2,1	1,7	1,5	1,4	1,0	0,8	0,7	0,6
4 (96)	–	–	3,1	2,7	1,9	1,5	1,4	1,2	0,9	0,7	0,6	0,5
3 (97)	–	–	–	2,4	1,7	1,4	1,2	1,1	0,7	0,6	0,5	0,4
2 (98)	–	–	–	–	1,4	1,1	1,0	0,9	0,6	0,5	0,4	0,4
1 (99)	–	–	–	–	1,0	0,8	0,7	0,6	0,4	0,4	0,3	0,3

– Förutsättningar för att räkna ut felmarginalen föreligger ej.

Källa: SR/PUB, Nordicom.

Kommentar: Lathunden skall läsas enligt följande: Om antalet svarspersoner är 2 000 och tabellen anger att 80 procent av Sveriges befolkning tittat på tv en genomsnittlig dag är den statistiska felmarginalen med 95-procentig säkerhet +/- 1,8 procent. Exemplet skall alltså tolkas som att med 95 procents säkerhet tittar mellan 78,2 och 81,8 procent på tv en genomsnittlig dag.

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

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

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

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

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

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

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

NORDICOM

Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning

Göteborgs universitet
Box 713, SE 405 Göteborg
Telefon + 46 31 786 00 00 • Fax +46 31 786 46 55

E-post info@nordicom.gu.se

www.nordicom.gu.se

ISBN 978-91-87957-25-3



9 789187 957253



norden



GÖTEBORGS UNIVERSITET