


 NORDICOM

Nordicom är ett centrum för nordisk medieforskning vid Göteborgs universitet. Verksamheten bedrivs med stöd av Nordiska ministerrådet.

Du hittar fler faktablad om medier och medieanvändning på vår webbplats:  
[www.nordicom.gu.se](http://www.nordicom.gu.se)

## Undersökningar av medieanvändning i Norden

I det här faktabladet listas regelbundet genomförda rapporter och frågeundersökningar om medie- och internetanvändning i Norden, med fokus på statistik från studier som är riktade till ett representativt urval av befolkningen i de nordiska länderna. Samtliga länkar går till fritt tillgängliga statistikällor eller rapporter.

I de nordiska länderna genomförs regelbundet ett flertal undersökningar om medieanvändningen i befolkningen i respektive land. Syftet med detta faktablad är att kort beskriva undersökningarna och visa var resultaten finns tillgängliga på nätet. Vi beskriver också problematiken med att jämföra data från olika undersökningar och länder, samt tipsar om några internationella undersökningar med jämförbara data för flera nordiska länder.

### Undersökningar om medieanvändning – en kort överblick

Jämförande analyser av medieanvändningen mellan länder är komplext och kräver återkommande preciseringar. Det finns ingen gemensam undersökning av medieanvändningen i de fem nordiska länderna. De ganska omfattande nationella data som finns är sällan eller aldrig helt jämförbara. Frågor som ställs till svarspersonerna är ofta likartade, men urval, insamlingsmetod, frågeformuleringar och svarsalternativ varierar vilket sällan ger statistiskt tillfredsställande jämförelser. Dessutom måste man vid direkta jämförelser mellan länderna hålla i minnet att mediestrukturen i de nordiska länderna inte är enhetlig.

Det finns dock undersökningar som ger möjlighet till vissa jämförelser mellan olika nordiska länder och även gentemot andra länder. Inom det europeiska statistiksamarbetet (EES) i EU görs till exempel frågeundersökningar kring medieanvändning och förtroende för medierna. Det är dels Standard Eurobarometer, dels Eurostats undersökningar om internetanvändning i befolkningen. De senare utförs av nationella statistikmyndigheter, så också i de fem nordiska länderna (se vidare under respektive land nedan). Därutöver gör Reuters Institute for the Study of Journalism vid Oxfords universitet årliga undersökningar av hur nyheter konsumeras i en rad länder över hela världen.

Det här faktabladet presenterar undersökningar som är offentligt finansierade och/eller utförda av oberoende organisationer, och som på något sätt rör nyhetsmedier (dagspress, radio, tv, internet) i en representativ del av befolkningen och som inhämtar sina data via webbenkäter, telefonintervjuer eller postenkäter. Det betyder att studier om kulturvanor (till exempel böcker, film och serier, bio och musik) inte ingår och inte heller undersökningar om delar av befolkningen (till exempel barn och unga). Faktabladet länkar inte heller till undersökningar som enbart mäter ett medium (till

exempel tv-tittande) eller till mediemätningar som enbart tillhandahåller data som bygger på webbspårning eller annan typ av tekniska data.

## Internationella undersökningar

Att genomföra internationella medieundersökningar innebär alltid stora praktiska och metodologiska utmaningar. Trots standardiserade frågeformulär och harmoniserade metoder kan kulturella skillnader, variationer i medielandskap och teknisk infrastruktur påverka både insamlingen av data och tolkningen av resultaten. Samtidigt är dessa undersökningar ovärderliga för att förstå skillnader i trender och beteenden mellan länder.

Nedan presenteras tre återkommande frågeundersökningar som inkluderar flera eller alla av de nordiska länderna och som bland annat erbjuder data om nyhetsanvändning, användning av digitala plattformar och förtroende för medier.

Statistik om medievanor och medieförtroende i EU-länderna (Eurobarometern) Europeiska kommissionens undersökning *Standard Eurobarometer* genomförs och publiceras två gånger om året. Data om medieanvändning och medieförtroende ingår normalt i höstrapporten. Undersökningen genomförs vanligen i november genom intervjuer, antingen fysiska i respondenternas hem eller via datorstödda videointervjuer (CAVI), vilket används i de nordiska länderna. De nationella undersökningarna samordnas av TNS opinion. Data för EU-länderna Danmark, Finland och Sverige ingår i all statistik. Island och Norge ingår i statistiken om medieförtroende. Frågorna om medievanor är formulerade för att mäta hur ofta respondenterna använder varje medietyp. Den skala som används är: Dagligen, flera gånger i veckan, en gång i veckan, flera gånger i månaden eller aldrig. Frågorna om förtroende mäts genom att respondenterna får ange sin tillit på en tvågradig skala med alternativet: Benägen att lita på, ej benägen att lita och ett vet ej alternativ. Statistiken beräknas på befolkningen från 15 år. Resultaten presenteras i nationella rapporter samt i en jämförande statistikrapport (följ nedanstående länk, välj undersökningar från höst/vinter och gå in under annex).

- [Standard Eurobarometer-undersökningarna](#)

## Statistik om internetanvändning i Europa från Eurostat

Eurostat, EU:s statistikbyrå, genomför årligen en undersökning om internetanvändning i samarbete med nationella statistikmyndigheter inom EU, kandidatländer och vissa EES-länder. Undersökningen sker oftast under första kvartalet, men insamlingsmetoder och perioder varierar mellan länder och kan inkludera intervjuer, postenkäter och webbenkäter. Resultaten presenteras i databasen Digital economy and society, som innehåller statistik om tillgång till och användning av internet. Undersökningen använder olika frågetyper, såsom ja/nej-frågor ("Har du använt internet de senaste tre

månaderna?"), frekvensfrågor ("Hur ofta använder du internet?"), flervalsfrågor ("Vilka av följande aktiviteter utför du på internet, t.ex. skicka e-post eller läsa nyheter?"). Statistiken omfattar befolkningen i åldern 16–74 år och inkluderar data från Danmark, Finland, Norge, Island och Sverige. Mer information om undersökningarna finns under respektive land.

- [Databasen: Digital economy and society](#)
- [Eurostats information om undersökningen ICT usage in households and by individuals](#)

## Undersökning om nyhetskonsumtion från Reuters Institute (Digital News Report)

*Digital News Report* från Reuters Institute for the Study of Journalism vid Oxfords universitet är en årlig global undersökning som analyserar trender och attityder kring digitala nyheter. Varje år fokuserar rapporten på olika teman. I 2024 års undersökning analyserades bland annat användning av och attityder till artificiell intelligens. Vissa frågor återkommer regelbundet, till exempel vilka plattformar som används, förtroendet för nyhetsmedier samt förmågan att skilja mellan pålitligt och opålitligt innehåll. Studien undersöker även hur många som har betalat för nyheter online och vilka betalningsmodeller som används. Statistiken baseras på olika tidsramar: användning den senaste veckan mäter räckvidden för olika nyhetskällor, sociala medier och videor, medan användning de senaste tre månaderna används för att mäta konsumtion av nyhetspoddar. Betalning för nyheter online och nyhetsundvikande mäts över det senaste året. Datainsamlingen sker via en webbpanel i januari och februari och omfattar personer från 16 år och uppåt, med statistik som redovisas utifrån kön, ålder, utbildning, sysselsättning, inkomst och boende i stad eller på landsbygd.

*Digital News Report* publiceras både som rapport och i ett interaktivt webbverktyg, där data från Danmark, Finland, Norge och Sverige ingår. I dessa länder kompletteras studien med nationella analyser av medieforskare från respektive land.

- [Digital News Report](#)

## Nationella rapporter och undersökningar

De nordiska länderna - med undantag för Grönland, Färöarna och Åland - publicerar regelbundet undersökningar som ger data om medieanvändningen hos ett representativt urval av befolkningen i respektive land. I Norge och Sverige genomförs dock sammanhållande undersökningar för samtliga medier. I Danmark och Finland genomförs datainsamlingar av en rad olika aktörer och genom olika metoder. Nedanstående länkar går till ett urval datakällor och rapporter i de nordiska länderna.



### Danmark

Det finns ingen heltäckande undersökning som ensamt ger en fullständig bild av danskarnas medieanvändning. Däremot bidrar flera olika källor med statistik och analyser som tillsammans ger en detaljerad och nyanserad bild av medieanvändningen i Danmark. Dessa rapporter täcker allt från traditionella medier som dagstidningar, tv och radio till digitala plattformar och sociala medier och ger en bred förståelse av det danska medielandskapet. Nedan presenteras rapporter och undersökningar som var och en bidrar med data om danskarnas medieanvändning.

### Medieanvändning i Danmark från DR

Det danska public service-företaget DR publicerar varje år en rapport kallad *Medieudviklingen*. Den omfattar data och analyser från utvalda undersökningar och analyser som DR genomfört under det föregående året och ger en överblick över danskarnas medieanvändning. Rapporten bygger på data från olika källor med varierande insamlingsmetoder. Data för traditionell och strömmad tv samt video kommer från Nielsen-Seer-Undersökningen, som mäter tv-tittande via teknisk utrustning och paneler. Radiodata samlas in med Kantar Gallup Radio Meter, som registrerar lyssnarbeteenden via bärbara enheter. Uppgifter om strömmad musik, podcasts, ljudböcker, sociala medier och nätläsning hämtas från Kantar Media, medan räckviddsdata för dessa medier baseras på en enkätundersökning från Norstat. Data för användningen av sociala medier och tryckta medier kommer från enkäter utförda av Index Danmark/Kantar Gallup.

- [Medieudviklingen | DR \[Danska\]](#)

## Undersökning om it-användning från Danmarks Statistik

*It-anvendelse i befolkningen* är en årlig rapport om danskarnas tillgång till och användning av internet genomförd av den danska statistikmyndigheten Danmarks Statistik. Datainsamlingen genomförs under våren med hjälp av telefonintervjuer eller webbenkät. Statistiken beräknas sedan 2016 för befolkningen, 15 till 89 år, samt efter kön, ålder, sysselsättning, familjetyp, inkomst och geografiska regioner. Enkäten undersöker internetanvändning i hushållet genom att fråga om hushållet har internetåtkomst. Därefter frågas när respondenten senast använde internet, med svarsalternativ som sträcker sig från de senaste tre månaderna till aldrig. För dem som använt internet de senaste tre månaderna, frågas hur ofta de använder internet, om man använt internet eller appar för specifika aktiviteter som att skicka e-post eller läsa nyheter samt vilka sociala medier man tagit del av. Statistiken har sammanställts sedan 2001. I sin nuvarande form är den jämförbar från och med 2008. Undersökningen är gemensam för EU-länderna vilket betyder att du på Eurostats webbplats kan göra jämförelser mellan Danmark och andra länder i EU.

- [It-anvendelse i befolkningen \[Danska\]](#)

## Undersökning om kultur- och medieanvändning hos Danmarks Statistik

*Kulturvaneundersøgelsen* belyser kultur-, medie- och fritidsaktiviteter i befolkningen från 16 år och uppåt. Data samlas in via antingen webbenkät eller telefonintervju. Danmarks Statistik har ansvarat för undersökningen sedan 2018, medan tidigare undersökningar genomfördes av Kulturministeriet. Från och med första kvartalet 2024 används ett nytt frågeformulär, vilket innebär att resultaten inte är direkt jämförbara bakåt i tiden. Medievanor som ingår är nyhetskonsumtion, att se på film och serier, gå på bio, lyssna på musik, spela digitala spel, läsa böcker och besöka bibliotek. Frågorna är av typen frekvensfrågor och mäter hur ofta svarspersonerna utfört olika aktiviteter de senaste 12 månaderna. Svarsalternativen är graderade från "1 eller flera gånger om dagen" till "Det har jag inte gjort inom de senaste 12 månaderna".

- [Kulturvaneundersøgelsen \[Danska\]](#)

## Rapport om danskarnas nyhetsanvändning från Center for Nyhedsforskning vid Roskilde Universitet

*Danskernes brug af nyhedsmedier* är en årlig rapport om hur nyheter konsumeras i Danmark med fokus på digitala plattformar. Rapporten är på danska och bygger på data från *Digital News Report* som genomförs av Reuters Institute for the Study of Journalism vid Oxfords universitet (se ovan). Rapporten är skriven av forskare vid Center for Nyhedsforskning vid Roskilde Universitet.

- [Center for Nyhedsforskning vid Roskilde Universitet: Danskernes bruk av nyhetsmedier\[Danska\]](#)



### Finland

Statistikcentralen (Tilastokeskus) har länge spelat en central roll i rapporteringen av medieanvändning i Finland. Genom att årligen samla in data från olika källor har man belyst massmediesektorernas ekonomi, struktur och publik. Dessa uppgifter har presenterats i en statistikdatabas som uppdaterats kvartalsvis. På grund av statliga budgetnedskärningar uppdateras denna statistik inte längre från och med 2025. För mer information och tillgång till äldre statistik, se [Statistikcentralens Mass Media Statistics](#). Statistikcentralen fortsätter däremot den årliga kartläggningen av befolkningens användning av informations- och kommunikationsteknik. I Finland bidrar även COMET forskningscentrum vid Tammerfors universitet med forskning om bland annat digitala nyhetsvanor. Nedan ges en kortfattad beskrivning av dessa studier. På samma sätt som i Danmark finns det i Finland ingen återkommande oberoende undersökning som kartlägger medieanvändningen i hela befolkningen på ett systematiskt sätt.

### Undersökning om internetanvändning från Statistikcentralen (Tilastokeskus)

*Befolkningens användning av informations- och kommunikationsteknik* är en årlig undersökning om befolkningens användning av informations- och kommunikationsteknik. Undersökningen genomförs av den statistikmyndigheten Statistikcentralen (Tilastokeskus). År 2013 ändrades åldersgränsen för undersökningens urval från 16 till 74 år till 16 till 89 år. Undersökningen genomfördes fram till och med 2015 med hjälp av telefonintervjuer. Sedan 2016 genomförs undersökningen med en blandad insamlingsmetod där respondenterna kan välja att svara i ett webbformulär eller via telefon.

Enkäten undersöker internetanvändning i hushållet genom att fråga om internetåtkomst. Därefter får svarspersonerna en fråga om när de senast använde internet. De som använt internet de senaste tre månaderna tillfrågas sedan hur ofta de

använder internet, om man använt internet eller appar för specifika aktiviteter som att skicka e-post eller läsa nyheter samt vilka sociala medier man tagit del av.

Statistik från undersökningen rapporteras till Eurostat. Eurostat publicerar sedan statistiken på deras webbplats tillsammans med data från andra EU-länder, kandidatländer och några EES-länder. Huvudresultaten presenteras på svenska och engelska, medan mer utförlig statistik publiceras på finska.

- Befolkningens användning av informations- och kommunikationsteknik

## Rapport från Tammerfors universitet

*Uutismedia verkossa* är en årlig rapport om hur nyheter konsumeras i Finland med fokus på digitala plattformar. Rapporten är på finska och bygger på data från *Digital News Report* som genomförs av Reuters Institute for the Study of Journalism vid Oxfords universitet (se ovan). Rapporten är skriven av forskare vid Tammerfors universitet.

- Tampere University Research Centre for Communication Sciences: Reuters Institute Digital News Report - Key Findings in Finland [Finska]



## Island

Medan det i de större nordiska länderna genomförs studier om hur befolkningen tar del av medier och internet finns sådana data inte lika tillgängliga i Island. Statistikmyndigheten Statistics Iceland (Hagstofa Íslands) samlar idag enbart in uppgifter om mediernas intäkter och om internetanvändning. Någon systematisk undersökning av islänningarnas användning av olika medier finns inte.

Hagstofa Íslands, den isländska statistikcentralen, ansvarar för att sammanställa och presentera statistik över befolkningens tillgång till och användning av internet. Tabellerna finns i databasen *Science and Technology*. Data om internetanvändning (ICT usage by individuals) omfattar befolkningen mellan 16 och 74 år. Databasen innehåller demografiska uppdelningar efter kön, ålder, utbildning och geografisk tillhörighet. Enkäten undersöker internetanvändning i hushållet genom att fråga om internetåtkomst. Därefter får svarspersonerna en fråga om när de senast använde internet. De som använt internet de senaste tre månaderna tillfrågas sedan hur ofta de använder internet, om man använt internet eller appar för specifika aktiviteter som att skicka e-post eller läsa nyheter samt vilka sociala medier man tagit del av. Statistik från undersökningen rapporteras till Eurostat. Eurostat publicerar sedan statistiken på deras webbplats tillsammans med data från andra EU-länder, kandidatländer och några EES-länder. Den isländska undersökningen genomförs inte varje år. De senaste siffrorna är från 2019.

- [ICT usage by individuals](#)



## Norge

I Norge finns flera årliga undersökningar som samlar in och presenterar data som ger en inblick av medieanvändningen i Norge. Hur mycket tid ägnar norrmän åt olika medier? Hur ser deras internetanvändning ut, och vilka demografiska skillnader finns? Nedan presenteras tre centrala undersökningar som ger en detaljerad bild av utvecklingen i Norge.

### Undersökning om medieanvändning från Statistisk sentralbyrå

Norsk mediebarometer är en årlig frågeundersökning, genomförd sedan 1991 av den nationella statistikmyndigheten Statistisk sentralbyrå, med fokus på hur den norska befolkningen använder medier på traditionella och digitala plattformar.

Undersökningen använder gårdagen som analysenhet, vilket innebär att deltagarna rapporterar sin mediekonsumtion från föregående dag. Datainsamlingen genomfördes fram till och med 2021 under ett helt år med hjälp av telefonintervjuer. 2022 infördes i stället en blandad insamlingsmetod med möjlighet att svara via antingen en webbenkät eller via telefon. Statistiken omfattade fram till och med 2021 befolkningen 9 till 79 år. Från och med 2022 omfattar undersökningen befolkningen från 9 år och uppåt.

Resultaten från undersökningen presenteras i en årlig rapport som innehåller en rad demografiska uppdelningar, bland annat efter kön, ålder, utbildning och geografi. Hela rapporten är på norska men statistik och sammanfattning finns också på engelska.

- [Norsk mediebarometer](#)

### Undersökning om internetanvändning från Statistisk sentralbyrå

*Bruk av IKT i husholdningene* är en årlig undersökning om normännens tillgång till och användning av internet. Undersökningen genomförs av Statistisk sentralbyrå.

Datainsamlingen genomfördes åren 2003 till 2019 med hjälp av telefonintervjuer. 2020 fanns även möjlighet att besvara enkäten via ett webbformulär. Sedan 2021 används en webbenkät med möjlighet att svara via telefon. Enkäten undersöker internetanvändning i hushållet genom att fråga om internetåtkomst. Därefter får svarspersonerna en fråga om när de senast använde internet. De som använt internet de senaste tre månaderna tillfrågas sedan hur ofta de använder internet, om man använt internet eller appar för specifika aktiviteter som att skicka e-post eller läsa nyheter samt vilka sociala medier man tagit del av. Tabellerna från studien finns i Statistisk sentralbyrås databas under Teknologi og innovasjon. Statistiken beräknas för befolkningen 16 till 79 år samt efter kön och ålder. Statistik från undersökningen



rapporteras till Eurostat. Eurostat publicerar sedan statistiken på deras webbplats tillsammans med data från andra EU-länder, kandidatländer och några EES-länder.

- [Bruk av IKT i husholdningene \[Norska\]](#)

## Nordmenns digitale nyhetsbruk

*Nordmenns digitale nyhetsbruk* är en årlig rapport om hur nyheter konsumeras i Norge med fokus på digitala plattformar. Rapporten är på norska och bygger på data från *Digital News Report* som genomförs av Reuters Institute for the Study of Journalism vid Oxfords universitet (se ovan). Rapporten är skriven av forskare vid Institutt for informasjons- og medievitenskap vid Universitetet i Bergen.

- [Mediebruksgruppen vid Universitetet i Bergen: Nyhetsbruk. Nordmenns bruk av digitale nyheter \[Norska\]](#)



## Sverige

Det finns flera omfattande undersökningar som kartlägger svenskarnas medie- och internetanvändning samt statistik om förtroende för olika nyhetskällor. Studierna ger insikt i allt från traditionella medieplattformar till digitala trender och internetanvändning i hemmet. Undersökningarna belyser också demografiska skillnader och långsiktiga utvecklingar. Nedan presenteras de viktigaste studierna och rapporterna som ger en detaljerad bild av medie- och internetanvändningen i Sverige.

## Undersökning om medieanvändning från Nordicom

*Mediebarometern* är en årlig frågeundersökning om medieanvändning med fokus på hur den svenska befolkningen använder medier på traditionella och digitala plattformar. *Mediebarometern* genomförs av Nordicom vid Göteborgs universitet. Undersökningen använder gårdagen som analysenhet, vilket innebär att deltagarna rapporterar sin mediekonsumtion från föregående dag. Datainsamlingen genomförs under ett helt år. Studien genomfördes åren 1979 till 2018 med hjälp av telefonintervjuer. Sedan 2019 används en webbenkät men med möjlighet att svara via telefon. Statistiken omfattade befolkningen 9 till 79 år fram till och med 2019. 2020 utökades åldersintervallet till 85 år. Rapporten innehåller demografiska uppdelningar efter kön, ålder, utbildning och geografi. *Mediebarometern* har genomförts varje år sedan 1979. Hela rapporten är på svenska men statistik finns också på engelska.

- [Mediebarometern](#)

## Undersökning om internet-användning från Statistikmyndigheten SCB

Den svenska statistikmyndigheten SCB genomför årligen undersökningen *Befolkningens it-användning*. Statistiken visar privatpersoners tillgång till och användning av internet. Datainsamlingen genomförs under våren med hjälp av telefonintervjuer eller webbenkät. Statistiken beräknades på befolkningen 16 till 85 år fram till och med 2023. Från och med 2024 beräknas statistiken på personer från 16 år och äldre. Enkäten undersöker internetanvändning i hushållet genom att fråga om internetåtkomst. Därefter får svarspersonerna en fråga om när de senast använde internet. De som använt internet de senaste tre månaderna tillfrågas sedan hur ofta de använder internet, om man använt internet eller appar för specifika aktiviteter som att skicka e-post eller läsa nyheter samt vilka sociala medier man tagit del av. Data presenteras utifrån kön, ålder, sysselsättning, familjetyp, inkomst och geografiska regioner. Statistik från undersökningen rapporteras till Eurostat. Eurostat publicerar sedan statistiken på deras webbplats tillsammans med data från andra EU-länder, kandidatländer och några EES-länder.

- [Befolkningens it-användning](#)

## Undersökning om medievanor, nyhetsvanor och medieförtroende från SOM-institutet

SOM-institutet vid Göteborgs universitet genomför årliga frågeundersökningar om svenskars vanor, beteenden, åsikter och värderingar när det gäller samhälle, politik och medier. I statistikrapporten Svenska medietrender uppdaterar SOM-institutet årligen data om nyhetsvanor och medieförtroende. Frågorna om medievanor är utformade för att mäta hur ofta och på vilket sätt deltagarna använder olika typer av medier. Datainsamlingen sker via post- och/eller webb-enkäter under hösten. Statistiken beräknas sedan 2022 på befolkningen 16 till 90 år. Jämförbar statistik finns sedan 1995. Rapporten är på svenska.

- [Svenska medietrender](#)

## Undersökning om internet-användning från Internetstiftelsen (IIS)

Internetstiftelsen genomför den årliga frågeundersökningen *Svenskarna och internet* som kartlägger den svenska befolkningens användning av internet. Datainsamlingen sker under våren via en webbpanel. Statistiken beräknas på befolkningen från 16 år. Frågorna i undersökningen är utformade för att mäta olika aspekter av internetanvändning. De omfattar bland annat vilka digitala tjänster och plattformar som används, såsom sociala medier och streamingtjänster. Frågorna är ofta formulerade som flervalsfrågor eller skalfrågor där deltagarna anger frekvensen av sin

internetanvändning, till exempel dagligen, veckovis eller sällan. Data presenteras utifrån kön, ålder, utbildning, sysselsättning, inkomst och geografi. Undersökningen har genomförts sedan 2000. Resultaten presenteras både i en rapport och i ett interaktivt webbverktyg på svenska och med sammanfattningar på engelska.

- [Svenskarna och internet](#)