

# Medie- barometern 2019



**NORDICOM**

Mediebarometern 2019 är en undersökning av den svenska befolkningens medievanor. Mediebarometern genomförs av Nordicom vid Göteborgs universitet i samverkan med Dagens Nyheter, Göteborgs-Posten, Myndigheten för press, radio och tv, Sveriges Radio, Sveriges Television och Sveriges Utbildningsradio.

# Mediebarometern 2019

- Du får kopiera och sprida den statistik som finns i Mediebarometern 2019. När du gör det ska källa och sidnummer alltid anges, t.ex. "Mediebarometern 2019, s. X (Nordicom, Göteborgs universitet)" eller på engelska "The Media Barometer 2019, p. X (Nordicom, University of Gothenburg)".
- Om du gör egna bearbetningar av statistik ur Mediebarometern 2019 måste du ange det tillsammans med källangivelsen.

## Projektansvarig och redaktör:

Jonas Ohlsson

jonas.ohlsson@nordicom.gu.se

## Databearbetning och text:

Karin Hellingwerf

karin.hellingwerf@nordicom.gu.se

Ulrika Facht

ulrika.facht@nordicom.gu.se

Catharina Bucht

catharina.bucht@nordicom.gu.se

©Nordicom 2020

ISBN 978-91-88855-23-7 (tryckt)

ISBN 978-91-88855-24-4 (pdf)

Nordicom  
Göteborgs universitet  
Box 713  
SE 405 30 Göteborg

Omslagsfoto: Anders Andersson/Skandinav

Omslag: Karin Andén

Tryck: Göteborgstryckeriet AB, Göteborg, 2020

# Innehåll

Förord	4
Om Mediebarometern 2019	5
Resultaten i sammanfattning	6
Teknisk rapport	8
Definitioner och förklaringar	11

## Mediedagen

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

## Ljudmedier

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

## Rörlig bild

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

## Textmedier

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

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

## Sociala nätverkstjänster

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

## Nyheter

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

## Tillgång till medier

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

Mediebarometern är en årlig frågeundersökning som belyser den svenska befolkningens användning av olika medier en genomsnittlig dag. Den första undersökningen genomfördes redan 1979. Det gör den undersökning som presenteras i den här rapporten – Mediebarometern 2019 – till den 41:a i ordningen. Det gör Mediebarometern till den äldsta undersökningen i sitt slag i världen.

Men mycket är också nytt. I takt med medielandskapets förändring har frågeformuläret som används i undersökningen uppdaterats och byggts ut. Vissa frågor har utgått medan andra lagts till. Det alltmer gränslösa medieutbudet är inte bara överskådligt och svårorienterat för den genomsnittlige medieanvändaren, det ställer också allt högre krav på dem som försöker ge en korrekt och allsidig bild av medieanvändningen bland befolkningen som helhet.

Samtidigt är det inte bara medieanvändningen som har skiftat karaktär över tid. Även de metodologiska förutsättningarna för den här typen av studier har förändrats. Det blir för varje år som går allt svårare att få människor att delta i frågeundersökningar. Det gäller inte minst unga personer. Det finns många skäl till den här utvecklingen och det här är inte rätt plats för att redogöra för vart och ett av dem. Vi nöjer oss därför med att konstatera att fallande svarsfrekvenser är en stor utmaning för urvalsundersökningar med anspråk att ge en rättvisande bild av vad vi gör, tänker och tycker i Sverige. Det gäller även Mediebarometern.

Det här är också bakgrunden till den största nyheten i årets undersökning. Efter 40 år som en renodlad telefonundersökning, infördes inför 2019 års Mediebarometer möjligheten att besvara undersökningen via nätet. I samband med metodskiftet har även själva rapporten fått både ny design och ny struktur.

Mediebarometern är en oberoende och fritt tillgänglig undersökning. Alla resultat redovisas offentligt och utan kostnad och svarsunderlaget görs också tillgängligt för forskning. Grundanslaget till Mediebarometern kommer från Kulturdepartementet och är en del i Nordicoms mångåriga uppdrag att kartlägga den svenska medieutvecklingen. Men genomförandet av Mediebarometern möjliggörs också av stöd från en rad externa intressenter och bidragsgivare. Intressenter i 2019 års undersökning är Dagens Nyheter, Göteborgs-Posten, Myndigheten för press, radio och tv, Sveriges Radio, Sveriges Television och Sveriges Utbildningsradio. Bidragsgivare är DDS Dentsu Data Services, Svenska Dagbladet, Svenska Förläggareföreningen och Sveriges Tidskrifter.

Nordicom vill rikta ett stort tack till intressenter, bidragsgivare och Kulturdepartementet som gjort det ekonomiskt möjligt att genomföra Mediebarometern 2019. Ett särskilt tack riktas också till alla de tusentals personer som deltagit i undersökningen genom att svara på våra frågor. Utan er hjälp hade Mediebarometern förstås inte heller varit möjlig.

Göteborg i maj 2020

*Jonas Ohlsson*

Föreståndare vid Nordicom

## Vad mäts i undersökningen?

Mediebarometern 2019 är en frågeundersökning som mäter den dagliga räckvidden för olika medier. Med daglig räckvidd menas andelen av de svarande som anger att de tog del av ett specifikt medium eller medieinnehåll under gårdagen. Mediebarometern 2019 mäter också tillgången till olika typer av medier och medietekniker samt hur lång tid de svarande ägnade åt olika medier under gårdagen.

## Vilka ingår i undersökningen?

Mediebarometern 2019 bygger på ett slumpmässigt kvoturval av den svenska befolkningen i åldern 9 till 79 år. Urvalet är draget ur det svenska befolkningsregistret (SPAR) och inkluderar både svenska medborgare och personer med utländskt medborgarskap boende i Sverige. Antalet svarande i Mediebarometern 2019 uppgår till 6 011 personer.

## Hur har undersökningen gått till?

Mediebarometern 2019 har genomförts som en kombinerad webb- och telefonundersökning. Samtliga personer i urvalet har inledningsvis kontaktats via brev med inloggningsuppgifter till en webbenkät. De personer som efter en skriftlig påminnelse och två SMS-påminnelser inte hade besvarat webbenkäten erbjöds möjligheten att delta i undersökningen via telefon.

## När genomfördes undersökningen?

Mediebarometern 2019 har som ambition att spegla medieanvändningen under hela året och under samtliga sju veckodagar. Undersökningen genomfördes under perioderna februari till juni och augusti till december 2019.

## Hur redovisas resultaten?

I rapporten redovisas resultaten både för befolkningen 9 till 79 år som helhet och för olika undergrupper. De gruppvisa redovisningarna avser ålder, kön, utbildningsnivå och boendeort (för definitioner, se s. 11).

## Hur representativa är resultaten?

Mediebarometern 2019 uppvisar i förhållande till befolkningen som helhet en god representativitet med avseende på ålder, kön och boendeort. När det gäller utbildningsnivå är andelen svarande med en högskoleutbildning något överrepresenterade medan andelen utan högskoleutbildning är något underrepresenterade. Eftersom undersökningen enbart genomförs på svenska finns det även en överrepresentation av svensktalande personer bland de svarande. Svarsfrekvensen (brutto) i Mediebarometern 2019 var 24 procent.

## Resultaten i sammanfattning

Mediebarometern 2019 belyser medieanvändningen i den svenska befolkningen 9 till 79 år en genomsnittlig dag 2019. Resultaten från undersökningen kan sammanfattas enligt följande:

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

Av alla olika mediaslag var rörlig bild det som allra flest tog del av under 2019. En genomsnittlig dag tittade inte mindre än 90 procent av befolkningen på rörlig bild i någon form. Det inkluderar tablålagd och strömmad tv, webb-tv och videoklipp samt dvd- eller blu-ray-filmer. Något färre, 79 procent, använde sociala nätverkstjänster. De sociala nätverkstjänsterna hade därmed en högre daglig räckvidd än både radion och dagstidningen, som när också online-användandet inkluderas hade en räckvidd på 73 respektive 64 procent.

### Den samlade användningstiden för medier uppgick till drygt sex timmar per dag

Medier av olika slag fyller en stor del av människors vakna tid. Under 2019 uppgick den samlade dagliga användningstiden för medier till 367 minuter, eller drygt sex timmar. Det inkluderar också den samtidiga medieanvändningen, det vill säga att medier mycket väl kan användas parallellt (t.ex. att någon lyssnar på musik medan hen läser en bok). För den största andelen av användningstiden, 37 procent, svarade ljudmedier som radio och inspelad musik. Därefter följde rörlig bild med 31 procent, textmedier med 17 procent och sociala nätverkstjänster med 14 procent.

### Bilradio alltjämt det vanligaste sättet att lyssna på radio

Under 2019 lyssnade 50 procent av befolkningen på radio i bilen en genomsnittlig dag. Bilradio var därmed det vanligaste sättet att lyssna på radio. Omkring en tredjedel, 35 procent, lyssnade på radio i traditionell radioapparat. Sett till befolkningen som helhet var lyssnandet via internet väsentligt mindre utbrett. 19 procent lyssnade på podcast eller radio i efterhand och 16 procent på direktsänd webbradio.

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

Tablålagd tv var fortsatt det mest populära sättet att se på tv i befolkningen som helhet. Men strömmad tv, eller video-on-demand, kom inte långt efter. Den dagliga räckvidden för tablålagd tv var 58 procent och för strömmad tv 47 procent. Videodelningsplattformen Youtube hade samtidigt en daglig räckvidd på 41 procent. I samtliga fall var skillnaderna i daglig räckvidd mellan olika åldersgrupper mycket stor.

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

64 procent av befolkningen läste en dagstidning en genomsnittlig dag 2019. 48 procent läste tidningen digitalt och 31 procent på papper. Flest läsare – 51 procent – hade morgontidningen. Här var räckvidden jämnt fördelad mellan digital tidning och tidning på papper. För kvällstidning uppgick den dagliga räckvidden till 39 procent. Här var de digitala läsarna i klar majoritet.

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

En genomsnittlig dag 2019 läste 33 procent av befolkningen en tidskrift. 25 procent läste tidskrift på papper och 13 procent digitalt. Ökas tidsintervallet till läsning den senaste veckan steg räckvidden för tidskrift till 57 procent. Störst andel läsare, 20 procent per dag, hade vecko- och månadsmagasinen.

## Den tryckta boken fortsatt mest populär

Under 2019 uppgick andelen bokläsare en genomsnittlig dag till 43 procent. Skönlitteratur var den vanligast lästa genren, följt av lärobok och fackbok. 34 procent av befolkningen läste tryckt bok. 10 procent lyssnade på ljudbok och enbart 5 procent läste e-bok. Den genomsnittliga användningstiden var dock längst för ljudbok.

## Facebook var den mest använda sociala nätverkstjänsten – men inte bland de unga

Den dagliga räckvidden för Facebook var 61 procent under 2019 i befolkningen som helhet. Det gjorde Facebook till den mest spridda sociala nätverkstjänsten. Men i de yngsta åldersgrupperna (9 till 24 år) såg mönstren annorlunda ut. Här dominerade istället Instagram och Snapchat.

## SVT var den mest använda nyhetstjänsten under 2019

46 procent tog del av nyheter från Sveriges Television en genomsnittlig dag 2019. SVT var därmed den mest använda nyhetsförmedlaren i befolkningen som helhet. 39 procent tog del av nyheter från Sveriges Radio och 35 procent från TV4. För nyhetsutbudet från såväl SVT och SR som TV4 var räckvidden väsentligt högre i den äldre delen av befolkningen än vad den var i den yngre.

## Tre av tio tog del av nyheter via Facebook

28 procent av befolkningen tog en genomsnittlig dag del av nyheter via Facebook. Det gjorde Facebook till den mest använda sociala nätverkstjänsten för nyheter. Även i det här fallet var variationen stor mellan olika åldersgrupper. Bland 9 till 14-åringar var istället Youtube den mest använda källan för nyheter bland de sociala nätverkstjänsterna. Bland 15 till 24-åringar hade Instagram en motsvarande ställning.

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

Under 2019 hade 94 procent av befolkningen tillgång till en smartphone. Med det var smartphonen den mest spridda medietekniken i Sverige, före både tv och bärbar dator. Fast smartphonen dominans gällde inte den äldsta åldersgruppen, 65 till 79 år. Här var det fortfarande en fjärdedel som inte hade en smartphone, medan nästan alla hade tv. 69 procent av befolkningen hade även tillgång till en surfplatta och 55 procent till en mediaspelare (t.ex. Apple tv eller Chromecast).

## Knappt hälften av befolkningen hade prenumererad dagstidning

46 procent av befolkningen hade under 2019 tillgång till en prenumererad dagstidning i sitt hushåll. 44 procent hade tillgång till en prenumererad morgontidning. Andelarna för prenumeration på papper respektive digital prenumeration var här lika stora. 6 procent av befolkningen hade tillgång till prenumeration på en digital plustjänst från någon kvällstidning.

## Strömningstjänster för tv och musik lika utbredda

Under 2019 hade två tredjedelar av befolkningen, eller 63 procent, tillgång till en abonnerad strömningstjänst för tv (t.ex. Netflix). Lika stor andel hade tillgång till en abonnerad strömningstjänst för musik eller podcast (t.ex. Spotify). I båda fallen var tillgången högst i åldersgruppen 15 till 24 år och lägst i åldersgruppen 65 till 79 år. 51 procent av befolkningen hade tillgång till ett kanalpaket för tv. Här var skillnaderna mellan åldersgrupperna mindre påtagliga.

Mediebarometern 2019 är en frågeundersökning riktad till ett slumpmässigt urval av den svenska befolkningen. Mediebarometern har genomförts årligen sedan 1979. Till skillnad från tidigare års undersökningar bygger resultaten i Mediebarometern 2019 på svar insamlade via en kombinerad webb- och telefonundersökning. Till och med 2018 genomfördes Mediebarometern som en renodlad telefonundersökning.

### Population och urval

Mediebarometern är en urvalsundersökning som syftar till att beskriva den svenska befolkningens medievanor. Med befolkningen, eller populationen, avses här samtliga personer i åldern 9 till 79 år som är skrivna i Sverige, oavsett medborgarskap. Urvalet i undersökningen har dragits ur det svenska befolkningsregistret (SPAR) och omfattar totalt 25 000 slumpmässigt utvalda personer.

Olika delar av befolkningen är olika benägna att svara på frågeundersökningar. Skillnaden i svarsbenägenhet mellan olika grupper har ökat tid. För att säkerställa att svarspersonerna i Mediebarometern 2019 speglar befolkningen på ett rättvisande sätt har ett kvoturval använts. Det innebär att urvalsstorleken på vissa undergrupper av befolkningen har skalats upp, medan andra har skalats ner. De bakgrundsfaktorer som har beaktats i utformningen av kvoturvalet är ålder, kön och län.

### Undersökningens genomförande

Datainsamlingen till 2019 års Mediebarometer har genomförts av Origo Group på uppdrag av Nordicom. Till skillnad från många andra medievaneundersökningar har Mediebarometern som ambition att spegla medieanvändningen under hela året och under samtliga sju veckodagar. Insamlingsperioden för Mediebarometern 2019 pågick under februari till juni och augusti till december. Datainsamlingsarbetet har utformats för att ge ett jämnt inflöde av svar under hela insamlingsperioden.

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

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

66 procent av de svarande valde att delta i undersökningen via webben och 34 procent via telefon. Det fanns här ett tydligt samband mellan ålder och benägenheten att besvara undersökningen på webben respektive via telefon. Högst andel webbsvar (92 procent) återfanns i åldersgruppen 9 till 14 år. Lägst (51 procent) var andelen i åldersgruppen 65 till 79 år.

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

### Frågeformuläret

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



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

## Konsekvenser av metodskiftet

Införandet av ny insamlingsmetod i Mediebarometern 2019 innebär ett brott mot tidigare års undersökningar. Bakgrunden till skiftet var att det över tid blivit allt svårare att få representativa resultat i renodlade telefonundersökningar. Genom att erbjuda möjligheten att delta i undersökningen via webben var förhoppningen att öka svarsbenägenheten hos grupper som det är svårt att nå via telefon. Det gäller inte minst unga människor.

För att på ett systematiskt sätt kartlägga konsekvenserna av den nya insamlingsmetoden, genomförde Origo Group under våren 2019 på uppdrag av Nordicom en parallell kontrollundersökning enligt den gamla insamlingsmetoden, dvs. enbart telefonintervjuer. Antalet svarspersoner uppgick till 2 000. Analyserna av skillnaderna mellan de båda undersökningarna gjordes av SOM-institutet vid Göteborgs universitet. Utfallet av analysen visar att den kombinerade insamlingsmetoden ger en bättre representativitet än den renodlade telefonundersökningen. Det innebär samtidigt att jämförbarheten med föregående undersökningsår försvåras.

## Representativitet

Representativiteten bland de svarande i Mediebarometern 2019 är i relation till befolkningen huvudsakligen god. Jämförelsen med SCB:s befolkningsstatistik i tabellen nedan visar att de svarande i undersökningen uppvisar en liknande fördelning med avseende på kön, ålder och boendeort som befolkningen i sin helhet.

Svarsgruppens sammansättning i relation till SCB:s befolkningsstatistik (procent)

		Mediebarometern 2019	SCB
Kön	Kvinnor (9–79 år)	50	49
	Män (9–79 år)	50	51
Ålder	9–14 år	6	8
	15–24 år	14	13
	25–44 år	31	31
	45–64 år	29	29
	65–79 år	19	18
Utbildningsnivå	Ej högskola (25–74 år)	48	58
	Högskola (25–74 år)	52	42
Boendeort	Storstad (9–79 år)	37	38
	Större städer (9–79 år)	39	38
	Övriga Sverige (9–79 år)	24	25

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

Dock finns det i svarsgruppen en högre andel personer med högskoleutbildning än vad det gör i befolkningen i stort. Till detta kommer att Mediebarometern enbart genomförs på svenska. Det betyder att personer som inte är svensktalande kan betraktas som kraftigt underrepresenterade i undersökningen. Svarsfrekvensen (brutto) i Mediebarometern 2019 var 24 procent.

## Antal svarande i olika undergrupper

Mediebarometern 2019 bygger på svar från totalt 6 011 personer. Det höga svarstalet ger ett robust statistiskt underlag för skattningar av medieanvändningen i befolkningen 9 till 79 år. Vid sidan av svarsutfallet i svarsgruppen som helhet görs i rapporten nedbrytningar av resultaten i olika undergrupper. De gruppindelningar som görs avser ålder, kön, utbildningsnivå och boendeort. I tabellen nedan redovisas antalet svarspersoner i respektive undergrupp.

### Antal svarande i olika undergrupper

	9–79 år	9–14 år	15–24 år	25–44 år	45–64 år	65–79 år
Totalt	6 011	389	860	1 838	1 757	1 167
Kvinna	2 940	182	441	876	869	572
Man	3 053	201	417	954	888	593
9–14 år	389	389				
15–19 år	482		482			
20–24 år	378		378			
25–34 år	914			914		
35–44 år	924			924		
45–54 år	881				881	
55–64 år	876				876	
65–74 år	814					814
75–79 år	353					353
Ej högskola (25–79 år)	2 250			640	900	710
Högskola (25–79 år)	2 304			1 026	857	457
Storstad	2 019	124	253	785	571	286
Stad	2 340	96	290	498	444	370
Landsbygd	2 294	169	317	555	742	511

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet);

Ju mindre antal svar som ett resultat baseras på, desto större är den statistiska osäkerheten kring hur rättvisande resultatet är. I Mediebarometern 2019 utgörs den minsta svarsgruppen av personer i åldern 9 till 14 år. Resultaten för den här gruppen ska tolkas med försiktighet, i synnerhet när det rör sig om nedbrytningar utifrån kön och boendeort. I övriga åldersgrupper är svarsgrupperna väsentligt större, vilket gör att resultaten statistiskt sett är mer pålitliga.

I rapporten redovisas på flera ställen den uppskattade användningstiden i minuter bland användare av olika medier. I några av dessa redovisningar är antalet svarspersoner mycket lågt (<50) och användningstiden redovisas därför inte alls. I tabeller där antalet svarspersoner i enskilda grupper ligger mellan 50 och 99 anges resultatet i parentes och ska tolkas med försiktighet.

# Definitioner och bakgrundsvariabler

## Definitioner

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

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

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

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

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

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

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

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

**Räckvidd:** Avser andelen av befolkningen (i procent) som angett att de tog del av ett specifikt medium eller medieinnehåll under gårdagen (alternativt senaste veckan/månaden). Eftersom Mediebarometern genomförs under hela året är det den genomsnittliga räckvidden under hela 2019 som avses. I rapporten används ”en vanlig dag” och ”en genomsnittlig dag” synonymt i redovisningen av den dagliga räckvidden.

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

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

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

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

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

## Bakgrundsvariabler

**Ålder:** Resultaten i rapporten avser befolkningen 9 till 79 år. I rapporten används omväxlande en fem-respektive niodelad åldersindelning.

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

**Boendeort:** I rapporten används en tredelad boendeortsvariabel: Storstad, Stad och Landsbygd.

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

**Utbildningsnivå:** I rapporten används en tvådelad utbildningsindelning: Ej högskola och Högskola.

Variabeln bygger på en formulärfråga om svarspersonernas utbildningsbakgrund med svarsalternativen: Förgymnasial utbildning kortare än 9 år, Förgymnasial utbildning 9–10 år, Gymnasial utbildning högst 2 år, Gymnasial utbildning längre än 2 år Eftergymnasial utbildning/ej utbildning vid högskola/universitet (=Ej högskola); Utbildning vid högskola/universitet högst 3 år, Utbildning vid högskola/universitet längre än 3 år (=Högskola). I resultaten avseende utbildningsnivå ingår endast svarspersoner i åldern 25 till 79 år.

## Mediedagen: Räckvidd för olika medier



Pernille Tofte/Scandinav

Under 2019 såg 90% av befolkningen på rörlig bild i någon form en vanlig dag.

Åtta av tio, 79%, använde sociala nätverkstjänster.

73% lyssnade på radio i någon form och 57% lyssnade på musik.

64% läste en dagstidning – på papper eller digitalt.

43% läste eller lyssnade på en bok.

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

Men inte långt därefter kom sociala nätverkstjänster. Knappt åtta av tio svenskar – eller 79 procent – tog del av tjänster som Facebook, Instagram och Snapchat en vanlig dag 2019.

Det betydligt äldre radiomediet lockade fortsatt 73 procent av befolkningen till lyssning. I den andelen ingår lyssnande på såväl traditionell FM-radio och bilradio som direktsänd webbradio och podcast och radio i efterhand via nätet.

Vårt äldsta massmedium, dagstidningen, hade 2019 en daglig räckvidd på 64 procent. Också här ingår digitala publikationsformer, som e-tidning, appar och webbsidor.

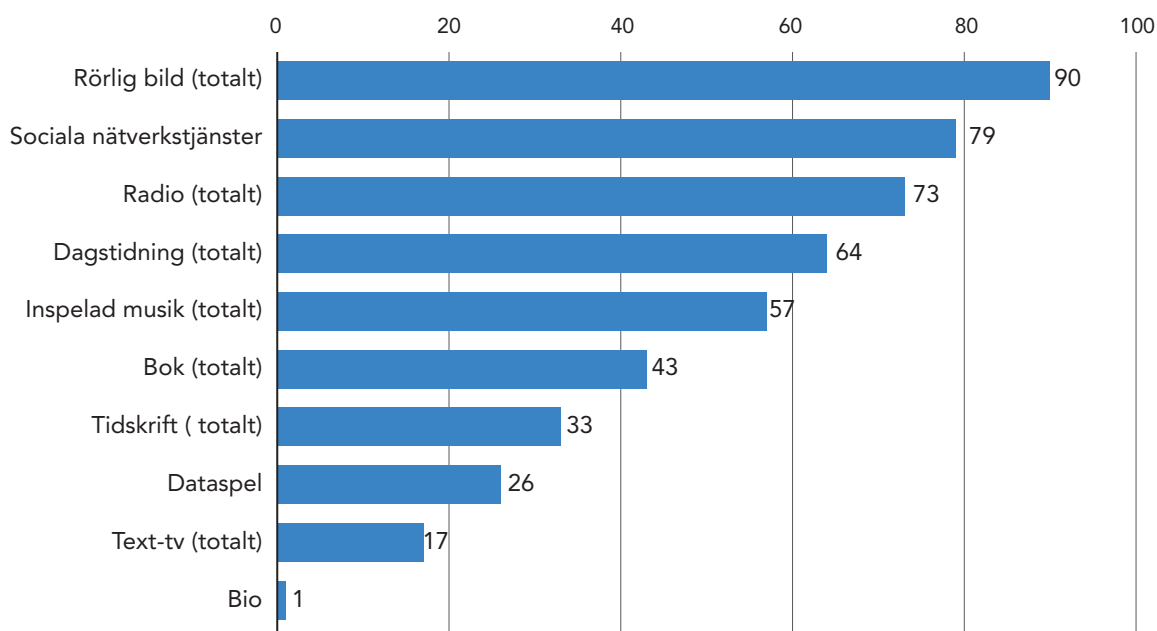
När det gäller övriga textbaserade medieformer var det 43 procent som läste (eller lyssnade på) en bok. 33 procent läste en tidskrift. I båda fallen avses både tryckta och digitala versioner. För text-tv var räckvidden i befolkningen 17 procent.

För de mer renodlade förströelsemedierna inspelad musik och dataspel var räckvidden 57 respektive 26 procent. Väsentligt färre, blott 1 procent av befolkningen, gick på bio en vanlig dag 2019.

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

För den största nedgången i räckvidd svarar dagstidningen och tidskriften. Här har inte de digitala alternativen kompenserat för tillbakagången för den traditionella publikationsformen (i båda fallen den tryckta publikationen). De har de däremot gjort för rörlig bild och radio, liksom för boken. Räckvidden i befolkningen under 2019 var i samtliga fall på samma nivå som i början av 2010-talet.

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



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

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

	1979	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019*
Rörlig bild (totalt)	76	79	76	79	84	88	86	86	80	81	81	82	90
Sociala nätverkstjänster								35	52	62	65	71	79
Radio (totalt)	73	69	73	78	80	80	74	70	69	68	62	61	73
Dagstidning (totalt)					80	85	81	75	65	62	56	55	64
Inspelad musik (totalt)							43	40	38	43	49	49	57
Bok (totalt)	29	29	31	34	44	39	38	36	36	35	36	39	43
Tidskrift (totalt)					49	54	41	34	32	28	26	28	33
Dataspel							9	14	30		28	29	26
Text-tv (totalt)					23	31	29	23	21	19	17	16	17
Bio					1	1	1	1	1	1	1	1	1

Mediebarometern 1979–2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Med "(totalt)" avses både traditionella och digitala plattformar.  
\*Pga. ny datainsamlingsmetod bryts den direkta jämförbarheten med tidigare år.



## Mediedagen: Genomsnittlig användningstid

Pia Ulin/Scandinav

Sett till användningstiden var ljudmedier den mest populära medieformen under 2019.

Merparten av lyssnandet på ljudmedier var på inspelad musik.

Inom rörlig bild dominerade tabblagd tv i befolkningen som helhet.

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

Den genomsnittliga användningstiden för sociala nätverkstjänster var 51 minuter.

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

En genomsnittlig dag 2019 lade befolkningen 9 till 79 år allra mest tid på ljudmedier av ett eller annat slag. Sammanlagt rörde det sig om 137 minuter, eller drygt två timmar och en kvart. Längst tid, 65 minuter, upptog musikklyssnandet. Något kortare tid, 59 minuter, ägnades åt direktsänd FM-radio. Lyssningen på strömmad eller webbsänd radio uppgick till i snitt 13 minuter per person.

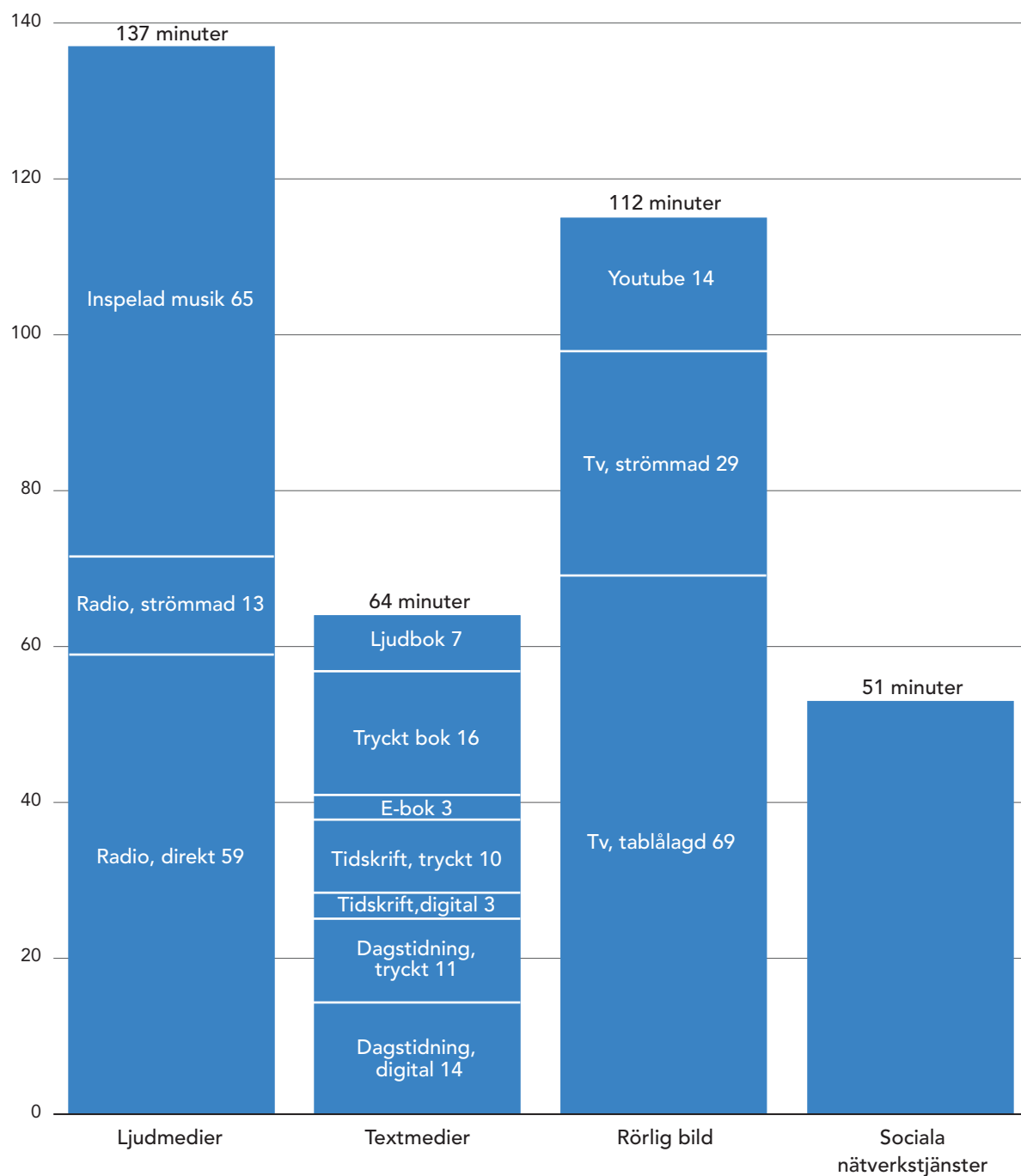
När det kommer till rörlig bild var den genomsnittliga användningstiden närmare två timmar, eller 115 minuter, en vanlig dag 2019. För huvuddelen, 69 minuter, svarade tabblagd tv. Traditionell linjär tv är därmed fortfarande den enskilda medieform som den svenska befolkningen som helhet lägger mest tid på. Den genomsnittliga tittartiden på strömmad tv var som jämförelse 29 minuter, medan Youtube-tittandet uppgick till 14 minuter.

För textbaserade medier var den samlade användningstiden i genomsnitt 64 minuter per dag under 2019. Tiden fördelades mellan en rad olika medieslag och plattformar. Läsningen av dagstidningar var relativt jämnt fördelad mellan tryckta och digitala alternativ om vi ser till den genomsnittliga användningstiden för befolkningen som helhet. Den tryckta dagstidningen ägnades 14 minuter i snitt per dag och den digitala 11 minuter.

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

För sociala nätverkstjänster uppgick den genomsnittliga användningstiden i befolkningen 9 till 79 år till 51 minuter en vanlig dag. Som framgår av kommande delar av den här rapporten varierade användningstiden för de sociala nätverkstjänsterna kraftigt mellan olika grupper av befolkningen – åldersgrupperna inte minst. Det gäller även de övriga medieformerna.

## MEDIEDAGEN Genomsnittlig användningstid, 9–79 år, 2019 (minuter)



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## Mediedagen: Bruttotidens fördelning på olika medier



Astrakan Images AB/Scandinav

Under 2019 spenderade befolkningen 9 till 79 år i genomsnitt sex timmar per dag på medier.

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

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

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

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

En vanlig dag 2019 ägnade befolkningen 9 till 79 år drygt sex timmar, eller mer exakt 367 minuter, åt att ta del av medier. Användningstiden avser den sammanlagda bruttotiden för olika medier. Den tar därför inte hänsyn till att vissa medier kanske används samtidigt, som att man lyssnar på radio samtidigt som man läser morgontidningen, eller att man använder Facebook samtidigt som man tittar på Netflix.

Mätt i procentandelar svarade ljudmedier för 37 procent av den totala medieanvändningen och rörlig bild för 31 procent. Textmedier och sociala nätverkstjänster svarade för 17 respektive 14 procent av den totala användningstiden för medier under 2019.

Kvinnor spenderade överlag lite mer tid på medier än vad män gjorde. Kvinnor ägnade mer tid än männen åt att läsa tryckta böcker och tidskrifter, se på strömmad tv och lyssna på ljudbok. Men framför allt lade kvinnor väsentligt mer tid än männen på sociala nätverkstjänster. Män såg istället mer på Youtube, lyssnade mer på inspelad musik och läste digitala dagstidningar under längre tid än vad som var fallet med kvinnorna. För övriga medier fanns det under 2019 små eller inga skillnader mellan kvinnors och mäns mediekonsumtion när det gäller den genomsnittliga användningstiden en vanlig dag.

Då var skillnaderna mellan olika åldersgrupper mer påtaglig. Det gällde både hur lång tid som ägnades åt medier, och hur användningstiden fördelade sig mellan olika medieformer.

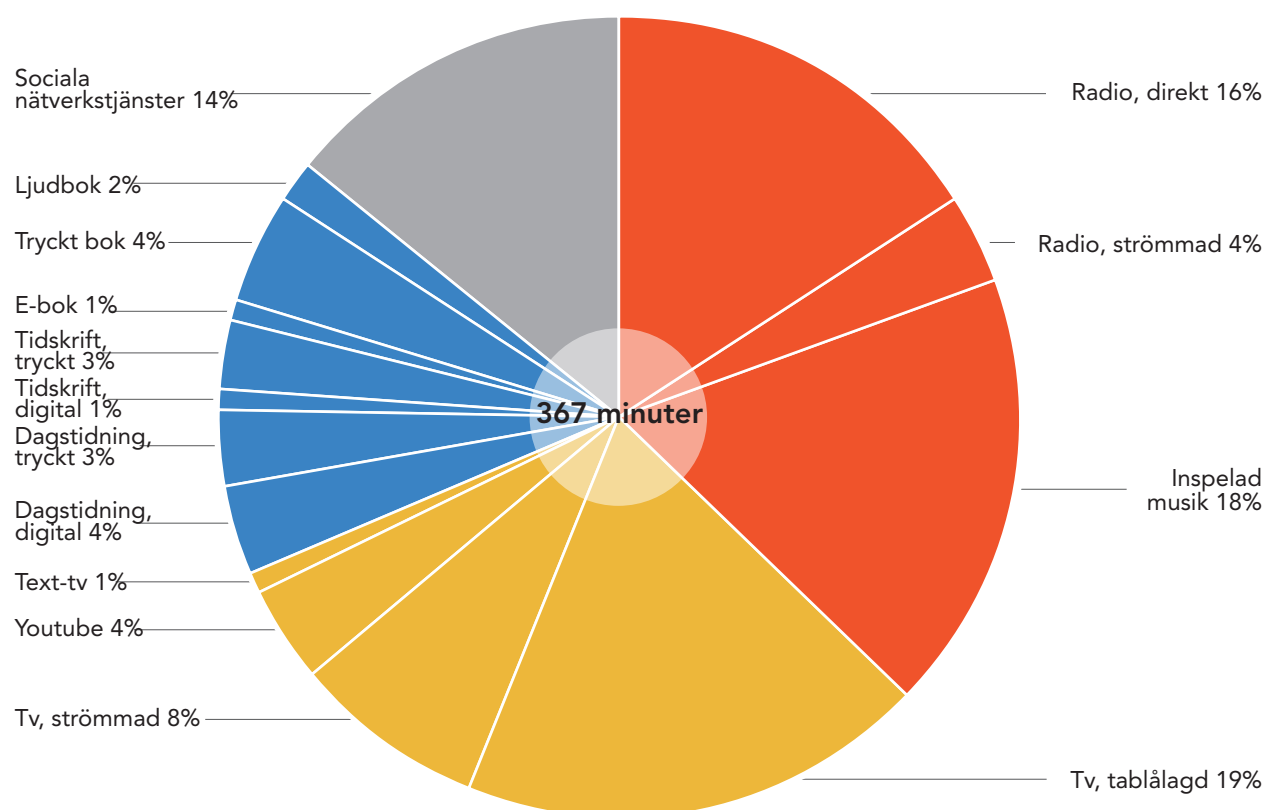
För den mest omfattande medieanvändningen – närmare åtta timmar brutto – svarade åldersgruppen 15 till 24 år. För den kortaste användningstiden – drygt fem timmar brutto – svarade den yngsta gruppen, 9 till 14 år.

Huvuddelen av 15 till 24-åringarnas medietid ägnades åt musik och sociala nätverkstjänster, följt av strömmad tv. Bland de äldsta, 65 till 79 år, dominerade istället tablålagd tv och direktsänd radio. Noterbart är att den här gruppen spenderade mer tid på att titta på linjär tv än vad 15 till 24-åringarna spenderade på sociala nätverkstjänster.

Åldersgrupperna 25 till 44 år och 45 till 64 år speglade i allt väsentligt den generationsbetingade förflyttningen från traditionella till digitala medieformer. 25 till 44-åringarna var lite mer orienterade mot digitala medier, medan 45 till 64-åringarna var lite mer orienterade mot traditionella.



## MEDIEDAGEN Bruttotidens fördelning på olika medier, 9–79 år, 2019 (procent)



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## MEDIEDAGEN Bruttotidens fördelning på olika medier, 9–79 år, 2019 (minuter)

	Totalt	Kvinna	Man	9–14 år	15–24 år	25–44 år	45–64 år	65–79 år
Radio, direkt	59	59	59	19	28	44	73	95
Radio, strömmad	13	13	13	7	20	21	9	3
Inspelad musik	65	61	68	60	126	81	46	25
Tv, tablålagd	69	71	68	38	31	37	88	130
Tv, strömmad	29	31	26	35	62	37	17	6
Youtube	14	9	18	41	45	13	2	2
Text-tv	3	3	4	3	2	2	3	7
Dagstidning, digital	14	12	16	3	8	15	17	16
Dagstidning, tryckt	11	11	10	2	3	4	12	29
Tidskrift, digital	3	3	3	2	3	3	3	2
Tidskrift, tryckt	10	12	9	4	3	5	12	24
E-bok	3	3	3	2	4	3	2	2
Tryckt bok	16	19	13	20	17	13	13	23
Ljudbok	7	9	6	8	5	9	9	4
Sociala nätverkstjänster	51	60	44	59	114	60	33	17
<b>Summa minuter</b>	<b>367</b>	<b>377</b>	<b>358</b>	<b>303</b>	<b>471</b>	<b>348</b>	<b>339</b>	<b>384</b>

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

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



Susanne Kron/Scandinavia

En genomsnittlig vecka 2019 tittade 98% av befolkningen på rörlig bild i någon form.

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

Sociala nätverkstjänster användes en genomsnittlig vecka av 83%.

81% tog del av en dagstidning en genomsnittlig vecka – på papper eller digitalt.

7% gick på bio en genomsnittlig vecka och 25% en genomsnittlig månad.

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

Under 2019 tittade 90 procent av befolkningen 9 till 79 år på rörlig bild i någon form en genomsnittlig dag. Utökas tidsspannet till den senaste veckan eller senaste månaden ökade andelen till 98 respektive 99 procent. De höga räckviddstalen visar tydligt vilken central plats den rörliga bilden kommit att få i dagens svenska medielandskap.

För sociala nätverkstjänster upp gick den dagliga räckvidden under 2019 till 79 procent. Om avgränsningen utökas till den senaste veckan ökade räckvidden med 4 procentenheter. Om avgränsningen utökas till senaste månaden tillkom ytterligare 2. Utfallet bekräftar bilden av sociala nätverkstjänster som ett utpräglat vanemedium. De som använder sociala nätverkstjänster gör det i princip varje dag. De mer sporadiska användarna är mycket få. Samma mönster, fast i något mindre utsträckning, gällde också för radion.

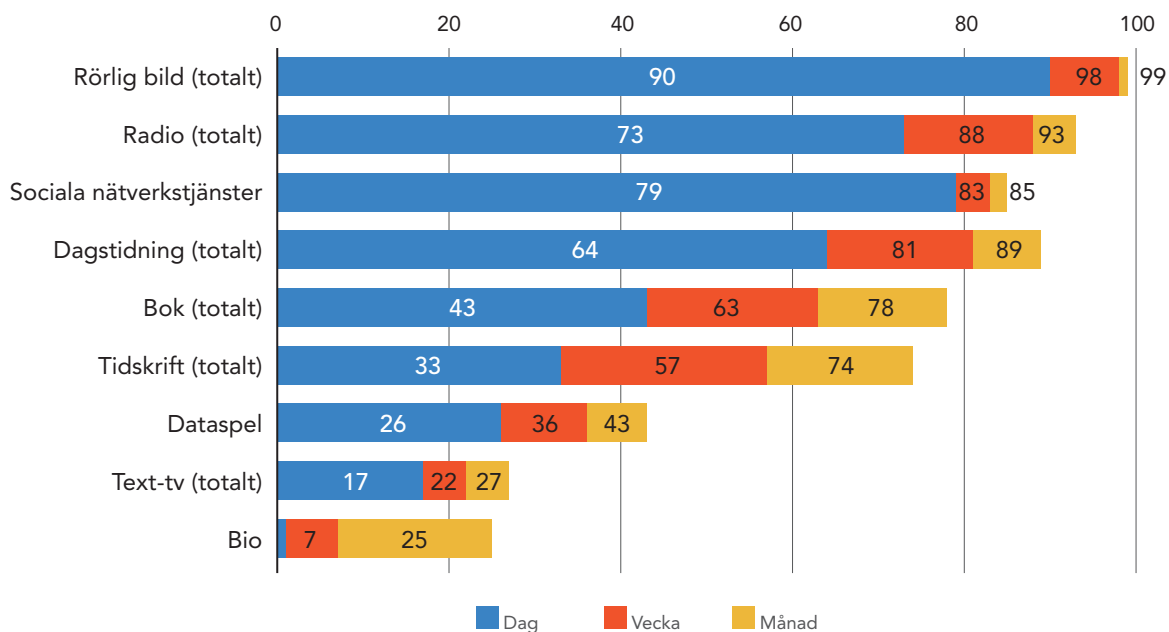
För dagstidningen var tillskottet i räckvidd större. Utökas tidsspannet från dagligen till senaste veckan ökar räckvidden från 64 till 81 procent. På månadsbasis var räckvidden för dagstidningen 89 procent. En förklaring till de här mönstren är att de flesta dagstidningarna inte utkommer dagligen, åtminstone inte i tryckt form.

Utgivningsfrekvensens betydelse för räckvidden är än tydligare för tidskrifter. Här ökade räckvidden från 33 procent dagligen under 2019 till 57 respektive 74 på vecko- respektive månadsbasis. Samma mönster gäller också för läsningen av böcker.

Den mest dramatiska förändringen av räckvidden med avseende på användningsfrekvens hade bio. En vanlig dag 2019 var det bara 1 procent av befolkningen som gick på bio. Utökas intervallet istället till en månad steg andelen till 25 procent.

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

## MEDIEDAGEN/-VECKAN/-MÅNADEN Räckvidd för olika medier, 9–79 år, 2019 (procent)



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

## MEDIEVECKAN Räckvidd för olika medier, 9–79 år, 2000–2019 (procent)

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

Mediebarometern 2000–2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Med "(totalt)" avses både traditionella och digitala plattformar.  
\*Pga. ny datainsamlingsmetod bryts den direkta jämförbarheten med tidigare år.



## Radio: Daglig räckvidd

Lieselotte Van Der Meijs/Scandinav

Under 2019 lyssnade 73% på radio i någon form en vanlig dag.

Flest, 50%, lyssnade på radio i bilen.

35% lyssnade på radio i traditionell radioapparat – för podcast/radio i efterhand och direktsänd webbradio var räckvidden 19% respektive 16%.

Äldre lyssnade mer på radio än yngre – störst var skillnaden för traditionell radio.

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

Under en vanlig dag 2019 lyssnade närmare tre fjärdedelar – 73 procent – av den svenska befolkningen mellan 9 och 79 år på radio i någon form. Sett till befolkningen som helhet dominerade fortfarande de traditionella formerna för radiolyssnande. För den allra största andelen – 50 procent – stod bilradion, medan 35 procent lyssnade på radio i traditionell radioapparat (FM). Drygt hälften så många – 19 procent – lyssnade en vanlig dag på podcast eller radio i efterhand, medan 16 procent lyssnade på direktsänd radio över internet (webbradio).

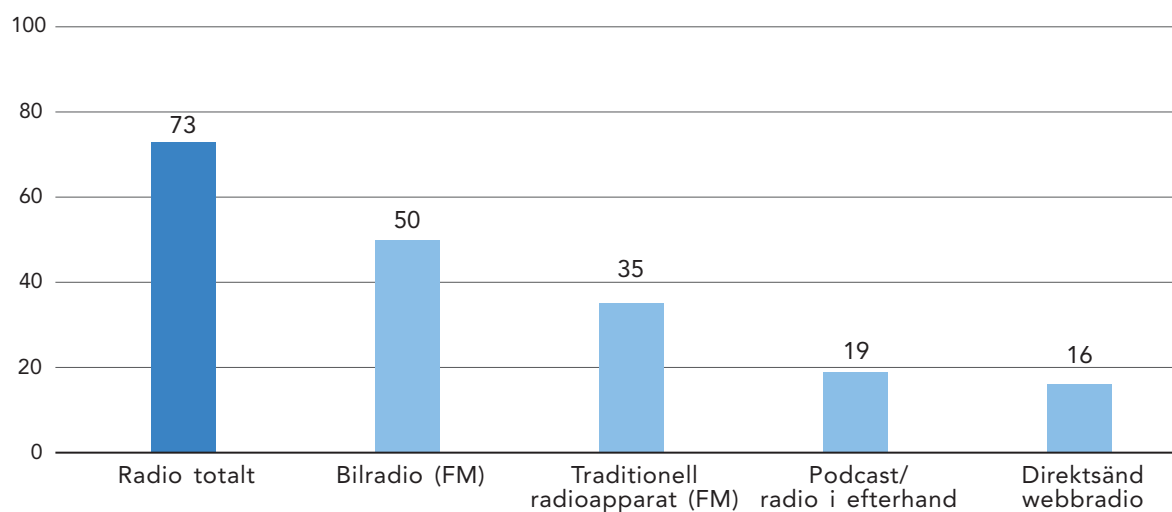
Kvinnors och mäns radiovanor uppvisade mycket små skillnader när det kommer till den totala dagliga räckvidden. Dock var det något fler män än kvinnor som lyssnade på bilradio. När det gäller lyssnandet via traditionell radioapparat, podcast och webbradio var räckvidden i princip den samma bland kvinnor och män.

Då var skillnaderna betydligt större mellan olika åldersgrupper. Radiolyssnandet var totalt sett mest utbrett bland personer som var 45 år eller äldre. Störst var skillnaden för radiolyssnandet via traditionell radioapparat. Under 2019 lyssnade 66 procent åldersgruppen 65 till 79 år på radio på det sättet en vanlig dag. I åldern 15 till 24 år var andelen endast 15 procent. Också lyssnandet på podcast präglades av stora åldersskillnader. Högst var räckvidden i åldrarna 15 till 24 år och 25 till 44 år. Lägst var den i åldern 65 till 79 år. När det gäller lyssnandet på webbradio var det istället gruppen 45 till 64 år som stod för det mest utbredda lyssnandet. I den gruppen var det också högst andel som lyssnade på bilradio.

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

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

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



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

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

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	73	50	35	19	16
Kvinna	74	48	36	20	15
Man	73	52	34	19	16
9–14 år	65	53	21	16	13
15–24 år	63	42	15	29	11
25–44 år	69	46	20	29	17
45–64 år	80	60	43	14	20
65–79 år	81	47	66	6	11
Ej högskola (25–79 år)	78	55	46	13	15
Högskola (25–79 år)	76	50	35	21	19
Storstad	69	40	29	25	19
Stad	72	50	34	19	13
Landsbygd	78	59	40	15	15

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## Radio: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldern **9 till 14 år** var det totala radiolyssnandet en vanlig dag 2019 högre bland flickor än bland pojkar. Skillnaden förklarades av ett något högre lyssnande på bilradio och traditionell radioapparat bland flickor. Radiolyssnandet i åldern 9 till 14 år var även lägre i storstäderna än i övriga delar av landet.

Också i åldern **15 till 24 år** var lyssnandet högre bland kvinnor. Liksom bland de yngsta var bilradio var det vanligaste sättet att lyssna på radio i den här gruppen. Lyssnandet på bilradio var dock väsentligt mer utbrett bland 15 till 19-åringar än bland 20 till 24-åringar. Det var också betydligt mer vanligt på landsbygd jämfört med i storstäderna.

Även i åldern **25 till 44 år** var bilradion det vanligaste sättet att lyssna på radio. Det gällde dock inte i storstäderna. Här hade i stället podcastlyssnandet den högsta räckvidden.

I åldern **45 till 64 år** var det totala radiolyssnandet – till skillnad från de yngre grupperna – högre bland män än bland kvinnor. Det var det också i åldern **65 till 79 år**. I båda åldersgrupperna var lyssnandet på bilradio och via traditionell radioapparat väsentligt mer utbrett än lyssnandet på podcast och webbradio. De båda senare var dock mer populära bland personer som studerat vid högskola.

### RADIO Daglig räckvidd, 9–14 år, 2019 (procent)

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	65	53	21	16	13
Flicka	69	58	23	16	13
Pojke	62	48	19	16	12
Storstad	59	46	17	16	12
Stad	(70)	(57)	(18)	(21)	(15)
Landsbygd	67	56	25	13	12

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

### RADIO Daglig räckvidd, 15–24 år, 2019 (procent)

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	63	42	15	29	11
Kvinna	68	46	17	34	9
Man	58	36	12	24	12
15–19 år	66	48	16	29	10
20–24 år	60	33	13	29	11
Storstad	62	34	13	32	11
Stad	61	41	13	29	10
Landsbygd	66	48	16	26	11

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## RADIO Daglig räckvidd, 25–44 år, 2019 (procent)

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	69	46	20	29	17
Kvinna	71	46	19	29	17
Man	68	47	20	29	16
25–34 år	65	38	16	33	13
35–44 år	73	55	23	25	20
Ej högskola	70	52	25	24	15
Högskola	71	46	18	32	18
Storstad	65	34	15	35	18
Stad	66	46	20	28	15
Landsbygd	77	63	26	23	16

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## RADIO Daglig räckvidd, 45–64 år, 2019 (procent)

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	80	60	43	14	20
Kvinna	78	55	44	14	18
Man	82	64	41	15	22
45–54 år	79	60	36	18	20
55–64 år	80	59	50	11	20
Ej högskola	82	64	46	12	18
Högskola	78	55	39	17	22
Storstad	77	50	39	17	25
Stad	79	61	43	14	18
Landsbygd	83	67	46	12	18

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## RADIO Daglig räckvidd, 65–79 år, 2019 (procent)

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	81	47	66	6	11
Kvinna	78	38	68	5	11
Man	83	56	64	6	12
65–74 år	81	51	62	7	13
75–79 år	81	38	74	3	7
Ej högskola	79	47	66	5	9
Högskola	83	48	66	8	14
Storstad	79	41	64	10	16
Stad	79	47	64	4	8
Landsbygd	83	51	68	5	11

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## Radio: Genomsnittlig lyssnartid bland lyssnare



Phia Bergdahl/Scandinav

Den genomsnittlige lyssnaren spenderade 87 minuter på direktsänd radio en vanlig dag 2019.

Den genomsnittlige lyssnaren på podcast/radio i efterhand lyssnade 67 minuter.

Lyssnartiden för direktsänd radio ökade kraftigt med stigande ålder.

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

Lyssnartiden för direktsänd radio var längst på landsbygden och kortast i storstäderna – för podcast/radio i efterhand var det tvärtom.

Under 2019 lyssnade den genomsnittlige lyssnaren i åldern 9 till 79 år närmare en och en halv timme – eller 87 minuter – på någon form av direktsänd radio en vanlig dag. Det inkluderar lyssnande på bilradio, via traditionell radioapparat eller på direktsänd radio via webben. Den genomsnittlige lyssnaren på podcast/radio i efterhand lyssnade drygt en timme, eller 67 minuter. Det direktsända radiolyssnandet var alltså inte bara mer förekommande än lyssnandet på eftersänd radio under 2019 (se s. 21), den genomsnittlige lyssnaren på direktsänd radio lyssnade också längre tid än den genomsnittlige lyssnaren på podcast/radio i efterhand.

Manliga och kvinnliga lyssnare lade precis lika lång tid på direktsänd radio under 2019. Också när det gäller lyssnandet på podcast/radio i efterhand var skillnaden i lyssnartid mycket begränsad mellan könen.

Lyssnartiden på direktsänd radio visade ett tydligt positivt samband med stigande ålder.

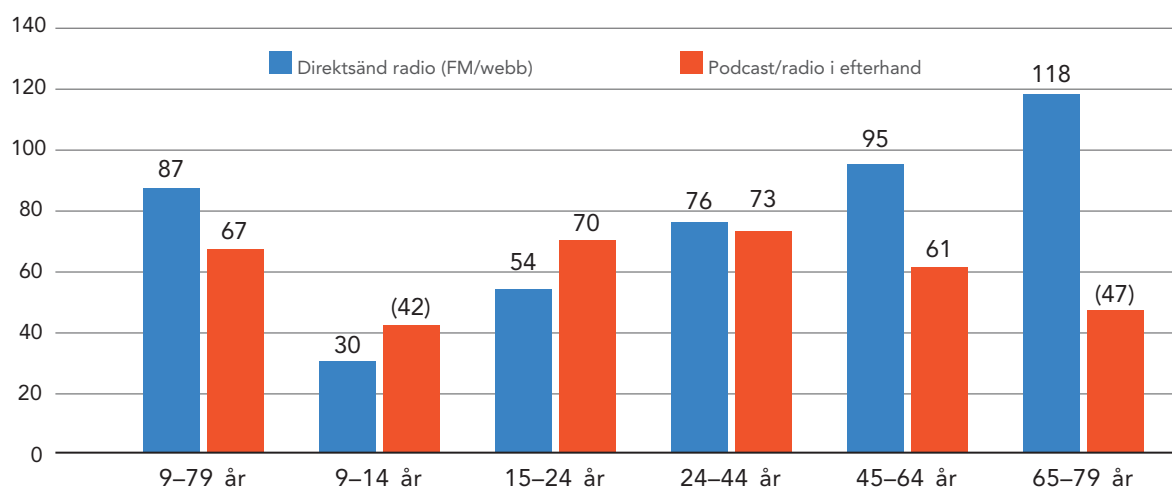
Äldre människor lyssnade inte bara mer frekvent på direktsänd radio än yngre. De spenderade också väsentligt längre tid på sitt lyssnande. Under 2019 lyssnade den genomsnittlige lyssnaren i åldern 65 till 79 år närmare två timmar om dagen (118 min) på direktsänd radio. I åldern 9 till 14 år var lyssnartiden bland lyssnare endast en halvtimme (30 min). När det gäller podcast/radio i efterhand var skillnaderna i lyssnartid mellan åldersgrupperna betydligt mindre.

I fråga om utbildningsnivå fanns det under 2019 tydliga skillnader i lyssnartid för direktsänd radio. Personer utan högskolestudier lade mer tid på sitt lyssnande på direktsänd radio jämfört med personer med högskolestudier. Bland lyssnarna på podcast/radio i efterhand fanns det däremot inga skillnader mellan de båda grupperna i fråga om lyssnartid.

Lyssnare på direktsänd radio som bor på landsbygden lade längre tid på att lyssna på radio än vad som var fallet med lyssnare i storstäderna. För podcast/radio i efterhand gällde istället det omvända förhållandet. Här var lyssnartiden bland lyssnare längre i storstäderna än vad den var bland lyssnare på landsbygden.



## RADIO Genomsnittlig lyssnartid bland lyssnare, 9–79 år, 2019 (minuter)



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värderna i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

## RADIO Genomsnittlig lyssnartid bland lyssnare, 9–79 år, 2019 (minuter)

	Direktsänd radio (FM/webb)	Podcast/radio i efterhand
Totalt	87	67
Kvinna	87	65
Man	87	68
9-14 år	30	(42)
15-24 år	54	70
25-44 år	76	73
45-64 år	95	61
65-79 år	118	(47)
Ej högskola (25-79 år)	111	66
Högskola (25-79 år)	80	66
Storstad	78	70
Stad	82	67
Landsbygd	97	61
Antal svar	4 076	1 166

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värderna i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

## Radiokanaler: Daglig räckvidd



Marie Linnér/Scandinav

46% lyssnade på någon av SR:s fyra huvudkanaler en vanlig dag 2019 – 32% lyssnade på reklamradio.

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

SR:s räckvidd ökade kraftigt med stigande ålder – för reklamradion gällde det omvända.

I åldersgruppen 15 till 24 år var reklamradions räckvidd tre gånger större än P3:s.

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

När det gäller räckvidden för enskilda radiokanaler hade Sveriges Radio (SR) en dominerande position under 2019. Under en vanlig dag lyssnade närmare hälften – 46 procent – av befolkningen i åldern 9 till 79 år på någon av SR:s fyra huvudkanaler via antingen traditionell radio eller webben. Populärast var P4 och P1 med en daglig räckvidd på 27 respektive 20 procent. För P3 och P2 var andelarna 11 respektive 4 procent.

32 procent lyssnade på någon privat reklamradiokanal under 2019. 7 procent lyssnade på närradio och 2 procent på någon utländsk radiokanal.

SR nådde sammantaget något fler män än kvinnor under 2019. Samtliga fyra huvudkanaler hade en liten övervikt av manliga lyssnare. För reklamradion var skillnaden i räckvidd mellan kvinnor och män däremot mycket begränsade.

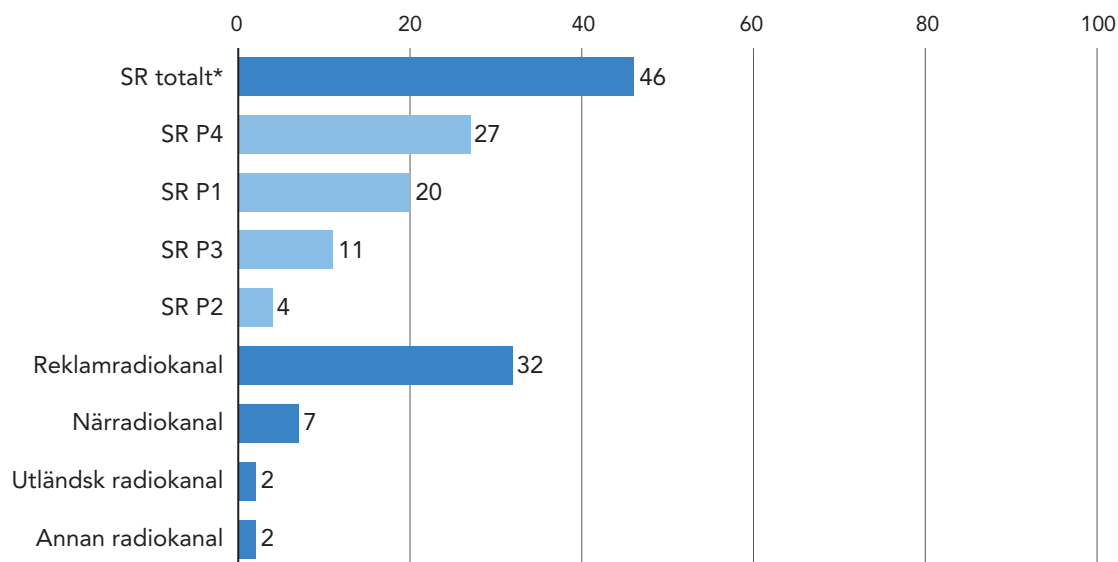
Lyssnandet på de svenska radiokanalerna varierade kraftigt mellan olika åldersgrupper. Under 2019 lyssnade 72 procent i åldern 65 till 79 år på någon av SR:s fyra huvudkanaler en vanlig dag. I åldern 15 till 24 år var motsvarande andel endast 20 procent. Störst var åldersskillnaderna för SR:s två största kanaler, P4 och P1.

För den privata reklamradion gällde istället det omvända mönstret. Här var räckvidden högst bland de yngsta, 9 till 14 år, och lägst bland de äldsta, 65 till 79 år. Under 2019 hade reklamradion betydligt fler lyssnare i åldersgrupperna 9 till 14 år och 15 till 25 år än vad SR:s fyra huvudkanaler hade tillsammans.

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

Både SR och reklamradion hade som helhet en högre räckvidd på landsbygden jämfört med i storstäderna. Det gällde dock inte SR:s P1. Här var räckvidden istället högst i storstaden.

## RADIOKANALER Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 (procent)



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

## RADIOKANALER Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	46	20	4	11	27	32
Kvinna	45	18	3	11	26	32
Man	48	22	5	12	29	31
9–14 år	23	5	2	11	12	48
15–24 år	20	5	2	11	9	36
25–44 år	36	14	2	16	16	31
45–64 år	59	27	5	12	37	37
65–79 år	72	33	8	4	51	15
Ej högskola (25–79 år)	55	17	3	10	41	32
Högskola (25–79 år)	54	31	6	12	26	27
Storstad	42	23	5	11	19	28
Stad	44	17	4	11	26	32
Landsbygd	52	19	3	12	36	35

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

## Radiokanaler: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldern **9 till 14 år** var det under 2019 dubbelt så många som lyssnade på reklamradio en vanlig dag som på någon av SR:s fyra huvudkanaler. Bland flickor var skillnaderna ännu större. Av SR:s kanaler var P3 populärast i städerna och P4 på landsbygden.

I gruppen **15 till 24 år** fanns ett likartat mönster. Dominansen för reklamradion visavis SR var dock större i åldern 15 till 19 år än i åldern 20 till 25 år. Både SR som helhet och reklamradion hade högst räckvidd på landsbygden.

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

reklamradion var dock räckvidden klart högre på landsbygden jämfört med i storstäderna.

I åldern **45 till 64 år** var SR:s dominans relativt reklamradion än mer tydlig. För både SR och reklamradion var dock räckvidden högre bland män än bland kvinnor. SR hade något fler lyssnare bland personer med högskoleutbildning och på landsbygden. För reklamradion var räckvidden högst bland personer utan högskoleutbildning och i städerna.

Gruppen **65 till 79 år** var under 2019 den åldersgrupp som hade högst andel dagliga SR-lyssnare och lägst andel dagliga reklamradiolyssnare. Skillnaderna med avseende på kön, ålder, utbildningsnivå och boendeort var i båda fallen små.

### RADIOKANALER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2019 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	23	5	2	11	12	48
Flicka	23	5	2	10	12	52
Pojke	24	6	2	11	12	43
Storstad	22	6	2	13	7	43
Stad	(23)	(3)	(2)	(13)	(10)	(51)
Landsbygd	24	6	2	8	16	49

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller lyssning på direktsänd radio i radioapparat, bilradio eller via webben. \*Avser den samlade räckvidden för SR P1, P2, P3 och P4. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

### RADIOKANALER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2019 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	20	5	2	11	9	36
Kvinna	20	5	2	12	8	43
Man	20	6	2	10	10	30
15–19 år	20	6	2	10	9	43
20–24 år	21	4	2	13	8	28
Storstad	15	5	0	8	6	32
Stad	21	4	1	13	8	34
Landsbygd	23	6	4	12	12	42

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

## RADIOKANALER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2019 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	36	14	2	16	16	31
Kvinna	34	12	1	16	14	33
Man	38	16	2	16	17	29
25–34 år	28	10	1	14	11	27
35–44 år	44	18	2	17	20	35
Ej högskola	36	10	2	15	20	38
Högskola	38	18	2	16	14	28
Storstad	32	15	2	13	11	25
Stad	32	11	2	16	13	32
Landsbygd	46	14	1	18	25	39

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

## RADIOKANALER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2019 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	59	27	5	12	37	37
Kvinna	55	25	4	11	35	34
Man	62	30	6	12	39	40
45–54 år	53	24	5	13	32	43
55–64 år	64	31	5	10	42	32
Ej högskola	57	19	3	11	42	43
Högskola	60	36	8	12	31	32
Storstad	57	35	8	11	30	31
Stad	55	26	5	13	34	42
Landsbygd	62	23	3	12	44	39

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

## RADIOKANALER Daglig räckvidd, 65–79 år, 2019 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	72	33	8	4	51	15
Kvinna	71	31	8	4	49	11
Man	73	35	9	5	53	19
65–74 år	71	31	7	5	52	18
75–79 år	73	39	11	3	48	8
Ej högskola	69	23	5	4	57	14
Högskola	75	49	13	4	41	16
Storstad	70	41	12	6	40	17
Stad	69	29	8	2	51	14
Landsbygd	74	32	7	5	57	14

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



## Inspelad musik: Daglig räckvidd

Jakob Fridholm/Scandinav

57% lyssnade på inspelad musik en vanlig dag 2019.

52% lyssnade på strömmad musik – 10% på cd-/vynylskiva eller kassetband.

Musiklyssnandet var högst i åldersgruppen 15 till 24 år och lägst i gruppen 65 till 79 år.

Bland de äldsta dominerade lyssnande på cd-/vynylskiva eller kassetband. I övriga åldrar dominerade strömmad musik.

Räckvidden för strömmad musik var högst i storstäderna och bland högutbildade.

Under 2019 lyssnade knappt sex av tio – 57 procent – av den svenska befolkningen 9 till 79 år på inspelad musik en vanlig dag. Med inspelad musik menas här antingen strömmad musik (exempelvis via Spotify eller Apple Music) eller musik på cd-skiva, vynylskiva eller kassetband. Musik som spelas i direktsänd radio och tv ingår däremot inte.

Drygt hälften av befolkningen lyssnade på strömmad musik en vanlig dag 2019. En av tio lyssnade på musik inspelad på skiva/kasset.

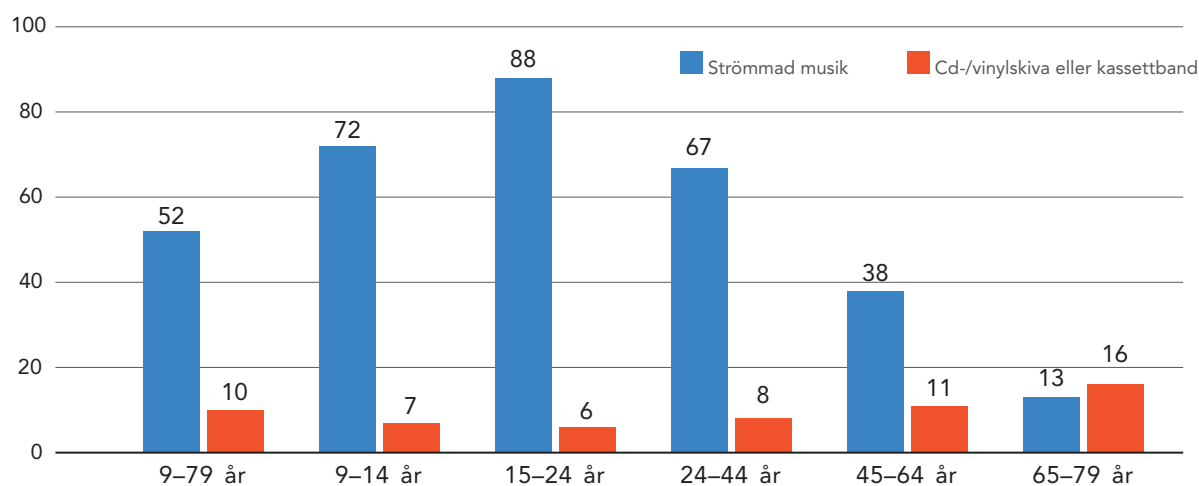
Musiklyssnandet varierade relativt lite mellan kvinnor och män i fråga om samlad räckvidd. Musiklyssnandet var dock något högre i den senare gruppen. Det gällde både strömmad musik och cd-/vynylskivor/kassetband.

Mellan åldersgrupperna fanns det dock stora skillnader. Det totala musiklyssnandet var under 2019 allra högst i åldern 15 till 24 år. Därefter sjönk räckvidden väsentligt med stigande ålder. Lägst var den i gruppen 65 till 79 år. Detta var också den enda åldersgruppen där det under 2019 var färre som lyssnade på strömmad musik än på musik via skiv- eller kassetinspelningar.

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

Musiklyssnandet var också vanligare i storstäderna än i övriga landet. Även här förklaras skillnaden av det strömmade lyssnandet. Räckvidden för musik inspelad på cd-/vynylskivor och kassetband var däremot något högre på landsbygden än i städerna.

## INSPELAD MUSIK Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 (procent)



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## INSPELAD MUSIK Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 (procent)

	Totalt	Strömmad musik	Cd-/vynylskiva eller kassettband
Totalt	57	52	10
Kvinna	56	50	9
Man	59	53	11
9–14 år	75	72	7
15–24 år	89	88	6
25–44 år	70	67	8
45–64 år	45	38	11
65–79 år	26	13	16
Ej högskola (25–79 år)	42	34	11
Högskola (25–79 år)	55	49	10
Storstad	63	59	9
Stad	57	51	9
Landsbygd	52	45	11

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## Inspelad musik: Genomsnittlig lyssnartid bland lyssnare



Helén Karlsson/Scandinav

Under 2019 var den genomsnittliga lyssnartiden bland musiklyssnare en vanlig dag 104 minuter.

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

Det var inga skillnader mellan hur länge kvinnor och män lyssnade.

Lyssnartiden var längre bland låg- än bland högutbildade.

Lyssnartiden var ungefär densamma i storstäderna som på landsbygden.

104 minuter – eller omkring en timme och tre kvart. Så länge lyssnade den genomsnittliga musiklyssnaren i åldern 9 till 79 år på inspelad musik en vanlig dag 2019. Den genomsnittliga lyssnartiden inkluderar både strömmad musik via internet och musik inspelad på cd-/vinylskiva eller kassettband.

Skillnaden mellan könen var i det här avseendet obefintlig. Under 2019 lyssnade alltså kvinnor och män inte bara lika ofta på musik (se s. 31). När de lyssnade så gjorde de det i genomsnitt lika länge.

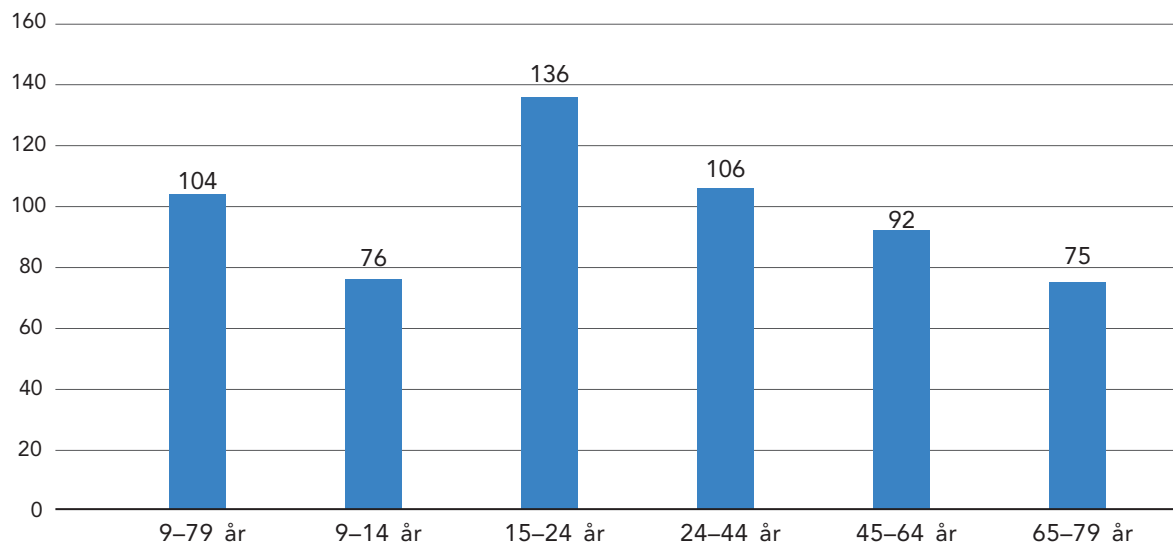
Relationen mellan räckvidd och lyssnartid återfanns också i de olika åldersgrupperna. De åldersgrupper som lyssnade mest på musik i fråga om räckvidd, lyssnade också längst tid, och vice versa. För den genomsnittligt längsta lyssnartiden svarade alltså lyssnarna i åldersgruppen 15 till 24 år. Den genomsnittliga lyssnaren i den här gruppen lyssnade under 2019 drygt två timmar och en kvart (136 minuter) på musik en vanlig dag. I de yngsta och äldsta åldersgrupperna – det vill säga 9 till 14 år respektive 65 till 79 år – uppgick lyssnartiden till en timme och en kvart (75 minuter).

Också mellan olika utbildningsnivåer fanns det en variation när det gäller tiden som lades på musiklyssnande. Musiklyssnare med högskolebakgrund lyssnade i genomsnitt kortare tid på musik en vanlig dag 2019 än vad som var fallet med lyssnare utan högskolebakgrund.

Skillnaderna i lyssnartid utifrån var i landet man bor var däremot begränsade. Dock lyssnade musiklyssnare i städer något längre tid jämfört med lyssnare i storstäderna respektive på landsbygden.



## INSPELAD MUSIK Genomsnittlig lyssnartid bland lyssnare, 9–79 år, 2019 (minuter)



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## INSPELAD MUSIK Genomsnittlig lyssnartid bland lyssnare, 9–79 år, 2019 (minuter)

	Lyssnartid
Totalt	104
Kvinna	104
Man	104
9-14 år	76
15-24 år	136
25-44 år	106
45-64 år	92
65-79 år	75
Ej högskola (25-79 år)	104
Högskola (25-79 år)	89
Storstad	104
Stad	107
Landsbygd	102
Antal svar	3 785

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## Rörlig bild: Daglig räckvidd



Susanne Kronholm/Scandinav

90% tittade på rörlig bild i någon form en vanlig dag 2019.

Tablålagd tv var vanligast med 58% – för strömmad tv var räckvidden 47%.

Tablålagd tv hade högst räckvidd i gruppen 65 till 79 år – lägst var den i åldern 15 till 24 år. För strömmad tv gällde det omvända.

Youtubes dagliga räckvidd var 80% bland 15 till 24-åringar – i åldern 65 till 79 år var den 11%.

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

En vanlig dag 2019 tittade i genomsnitt 90 procent av befolkningen mellan 9 och 79 år på rörlig bild i någon form. 81 procent tittade på tv. Det inkluderar tablålagd tv och strömmad tv, eller så kallad video-on-demand (VOD). Med en daglig räckvidd på 58 procent var det fortfarande traditionell tablå-tv som nådde störst andel av befolkningen. Räckvidden för strömmad tv var 47 procent. Något färre – 41 procent – tittade på Youtube en vanlig dag och 20 procent tittade på annat rörligt innehåll på nätet. Endast 2 procent av befolkningen såg på dvd eller blu-ray.

Sett till den samlade räckvidden var tv-mediet något mer populärt bland kvinnor än bland män. Det gällde både tablålagd och strömmad tv. Däremot var det en betydligt högre andel av männen som tittade på Youtube jämfört med motsvarande andel bland kvinnor.

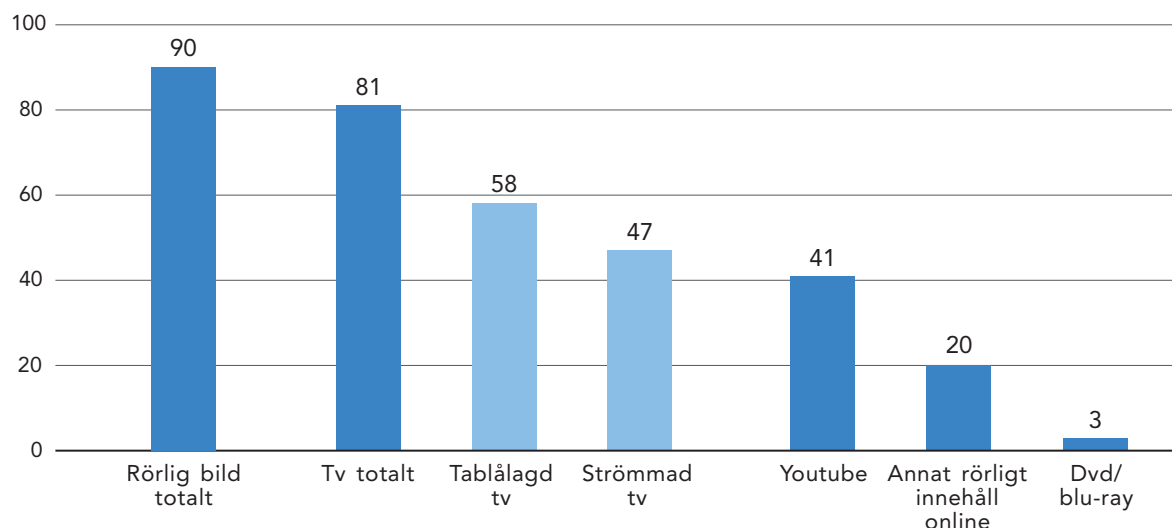
Också uppdelad på ålder uppvisade den svenska befolkningen relativt små skillnader när det gäller det samlade tittandet på rörlig bild. Den högsta räckvidden fanns dock bland de yngsta, 9 till 24 år och bland de äldsta, 65 till 79 år.

Däremot var valet av plattform för tv-tittandet tydligt kopplad till ålder. I de tre yngsta åldersgrupperna (9 till 44 år) var det i samtliga fall fler som tittade på strömmad tv än på tablålagd tv under 2019. I de två äldsta grupperna (45 till 79 år) gällde istället det omvända. Också Youtubes räckvidd varierade kraftigt mellan åldrarna. Under 2019 tittade 80 procent av 15- till 24-åringar på Youtube en vanlig dag. I åldern 65 till 79 var andelen endast 11 procent.

När det gäller utbildningsnivå var tittandet på tablå-tv mer utbrett bland personer utan högskolestudier, medan tittandet på strömmad tv var mer utbrett bland personer med högskolestudier. Den totala räckvidden för tv-mediet var dock ungefär densamma i båda grupperna. Inte heller för Youtubes räckvidd fanns det några egentliga skillnader med avseende på utbildningsnivå under 2019.

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

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



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

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

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... tablålagd	... strömmad	Youtube
Totalt	90	81	58	47	41
Kvinna	90	83	59	48	35
Man	91	80	56	46	47
9–14 år	95	78	47	58	78
15–24 år	94	76	35	65	80
25–44 år	87	76	38	60	50
45–64 år	89	84	71	40	25
65–79 år	93	91	89	22	11
Ej högskola (25–79 år)	90	84	71	36	29
Högskola (25–79 år)	88	82	58	48	32
Storstad	90	80	51	54	46
Stad	92	82	59	46	41
Landsbygd	90	82	62	42	37

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser samtliga former av rörlig bild, inte bara de som anges i tabellen.

## Rörlig bild: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldern **9 till 14 år** var räckvidden för både tablå-tv och strömmad tv högre bland flickor än bland pojkar under 2019. Dock var det fler pojkar än flickor som tittade på Youtube. Liksom i befolkningen i stort var tablå-tv mest populärt på landsbygden och strömmad tv i storstäderna.

I gruppen **15 till 24 år** var mönstren de samma som i den yngsta gruppen beträffande tablålagd och strömmad tv. Däremot var räckvidden för Youtube ungefär lika hög oavsett kön och boendeort.

I gruppen **25 till 44 år** var det som jämförelse väsentligt fler män än kvinnor som tittade på Youtube. Samtidigt var både tablålagd och ström-

mad tv mer populärt bland kvinnor. Strömmad tv och Youtube hade högst räckvidd i storstäderna och tablå-tv på landsbygden.

Även i åldersgrupperna **45 till 64 år** och **65 till 79 år** var tittandet på strömmad tv mest utbrett bland högskoleutbildade och bland storstadsbor. För tablå-lagd tv fanns ett omvänt utbildningsmönster i den förra åldersgruppen men inte i den senare. I åldern 65 till 79 år var räckvidden för tablå-tv lika hög bland låg- som bland högutbildade. I båda åldersgrupperna var tittandet på tablå-tv mer utbrett i städerna än i storstäderna och på landsbygden.

### RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 9–14 år, 2019 (procent)

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... tablålagd	... strömmad	Youtube
Totalt	95	78	47	58	78
Flicka	94	83	53	63	72
Pojke	96	75	42	55	85
Storstad	93	79	44	62	80
Stad	(94)	(71)	(42)	(52)	(79)
Landsbygd	96	82	53	58	76

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser samtliga former av rörlig bild, inte bara de som anges i tabellen. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

### RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 15–24 år, 2019 (procent)

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... tablålagd	... strömmad	Youtube
Totalt	94	76	35	65	80
Kvinna	95	82	37	71	81
Man	92	70	33	58	79
15–19 år	95	78	39	67	85
20–24 år	92	74	29	63	74
Storstad	93	77	31	69	80
Stad	92	72	33	62	78
Landsbygd	96	78	39	65	83

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser samtliga former av rörlig bild, inte bara de som anges i tabellen.

## RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 25–44 år, 2019 (procent)

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... tablålagd	... strömmad	Youtube
Totalt	87	76	38	60	50
Kvinna	86	78	41	62	40
Man	88	73	36	58	59
25–34 år	88	88	29	63	56
35–44 år	86	86	46	56	44
Ej högskola	88	75	43	54	52
Högskola	86	76	37	62	47
Storstad	87	74	33	64	55
Stad	88	77	39	59	48
Landsbygd	86	77	43	55	44

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser samtliga former av rörlig bild, inte bara de som anges i tabellen.

## RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 45–64 år, 2019 (procent)

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... tablålagd	... strömmad	Youtube
Totalt	89	84	71	40	25
Kvinna	88	84	72	39	18
Man	91	84	71	41	33
45–54 år	88	82	64	46	30
55–64 år	91	87	79	34	21
Ej högskola	91	86	76	37	26
Högskola	88	83	67	43	24
Storstad	90	84	68	46	28
Stad	94	88	77	42	28
Landsbygd	87	82	71	34	22

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser samtliga former av rörlig bild, inte bara de som anges i tabellen.

## RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 65–79 år, 2019 (procent)

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... tablålagd	... strömmad	Youtube
Totalt	93	91	89	22	11
Kvinna	92	91	89	20	7
Man	94	92	89	23	15
65–74 år	93	92	89	26	13
75–79 år	92	91	89	13	8
Ej högskola	92	90	88	18	11
Högskola	94	93	90	27	12
Storstad	93	91	86	28	13
Stad	94	94	91	21	10
Landsbygd	92	90	88	19	11

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser samtliga former av rörlig bild, inte bara de som anges i tabellen.

## Rörlig bild: Genomsnittlig tittartid bland tittare



Magnus Fond/Scandinav

Den genomsnittlige tittaren spenderade två timmar på tablålagd tv en vanlig dag 2019.

Tittartiden för strömmad tv var omkring en timme i snitt och för Youtube drygt en halvtimme.

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

15 till 24-åriga tittare såg längre tid på strömmad tv än på tablålagd tv. I övriga åldersgrupper var det tvärtom.

15 till 24-åriga tittare såg också längre tid än andra på Youtube – samma sak gällde manliga tittare jämfört med kvinnliga.

Tittandet på tablålagd tv var under 2019 inte bara mer utbrett än tittandet på strömmad tv i befolkningen 9 till 79 år som helhet. De som tittade på tablålagd tv tittade också under betydligt längre tid än vad som var fallet med tittarna på strömmad tv. Den genomsnittliga tittartiden bland tablå-tv-tittare var två timmar (120 minuter) under 2019. För tittare på strömmad tv rörde det sig om en timme (58 minuter). För Youtube var den genomsnittliga tittartiden bland tittare drygt en halvtimme (34 minuter).

Kvinnliga och manliga tittare tittade precis lika länge på tablålagd tv. Kvinnliga tittare lade dock mer tid än manliga på strömmad tv, alltmedan manliga tittare lade mer tid på Youtube jämfört med kvinnliga tittare.

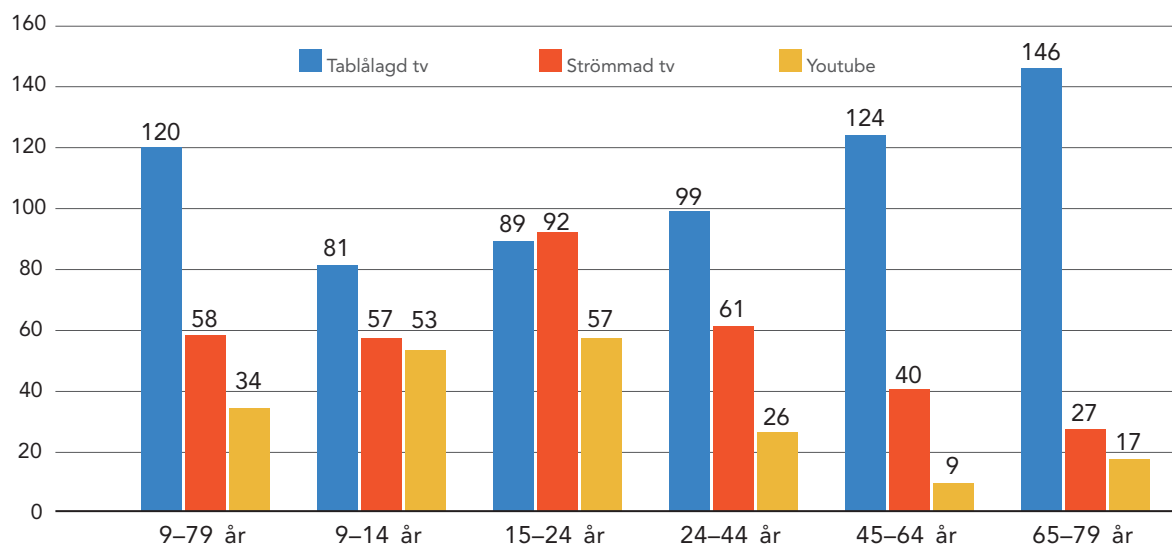
De största skillnaderna i fråga om tittartid fanns dock mellan de olika åldersgrupperna. För tablålagd tv fanns det under 2019 ett tydligt positivt samband mellan stigande ålder och genomsnittlig tittartid.

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

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

Tittartiden för olika plattformar för rörlig bild varierade också mellan olika delar av landet. I storstäderna var den genomsnittliga tittartiden kortare för både tablålagd tv och Youtube jämfört med i resten av landet. För strömmad tv var det istället på landsbygden som tittartiden var kortast.

## RÖRLIG BILD Genomsnittlig tittartid bland tittare, 9–79 år, 2019 (minuter)



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## RÖRLIG BILD Genomsnittlig tittartid bland tittare, 9–79 år, 2019 (minuter)

	Tablålagd tv	Strömmad tv	Youtube
Totalt	120	58	34
Kvinna	120	64	26
Man	120	53	39
9–14 år	81	57	53
15–24 år	89	92	57
25–44 år	99	61	26
45–64 år	124	40	9
65–79 år	146	27	17
Ej högskola (25–79 år)	137	53	23
Högskola (25–79 år)	113	45	16
Storstad	112	59	30
Stad	124	61	37
Landsbygd	124	55	37
Antal svar	3 467	2 844	2 489

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## Tv-kanaler: Daglig räckvidd



Karl Forsberg/Scandinav

44% tittade på någon av SVT:s tv-kanaler en vanlig dag 2019 – 37% tittade på TV4.

Bland SVT:s kanaler tittade 40% på SVT1 – 24% tittade på SVT2.

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

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

För både SVT:s kanaler och TV4 var räckvidden högst bland lågutbildade och utanför storstäderna.

Med en daglig räckvidd i befolkningen 9 till 79 år på 40 procent var SVT1 landets mest populära tv-kanal under 2019. Nästan lika stor räckvidd – 37 procent – hade dock TV4. Tredjeplatsen intogs av TV2 med 24 procent och fjärdeplatsen av Kanal 5 med 12 procent. Ingen annan kanal nådde under 2019 en räckvidd över 10 procent. Public service-bolaget Sveriges Televisions (SVT) totalt fem tv-kanaler hade under 2019 en samlad räckvidd i befolkningen på 44 procent.

Tittandet på SVT:s kanaler varierade i relativt liten utsträckning mellan kvinnor och män. Undantaget var SVT2 där räckvidden under 2019 var högre bland män än bland kvinnor. För den största kommersiella tv-kanalen TV4 gällde istället det omvända förhållandet.

Räckvidden för SVT:s samlade kanalutbud varierade under 2019 kraftigt mellan åldrarna. Högst andel – 78 procent – uppmättes i gruppen 65 till 79 år. Lägst – 19 procent – var räckvidden i åldern 15 till 24 år.

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

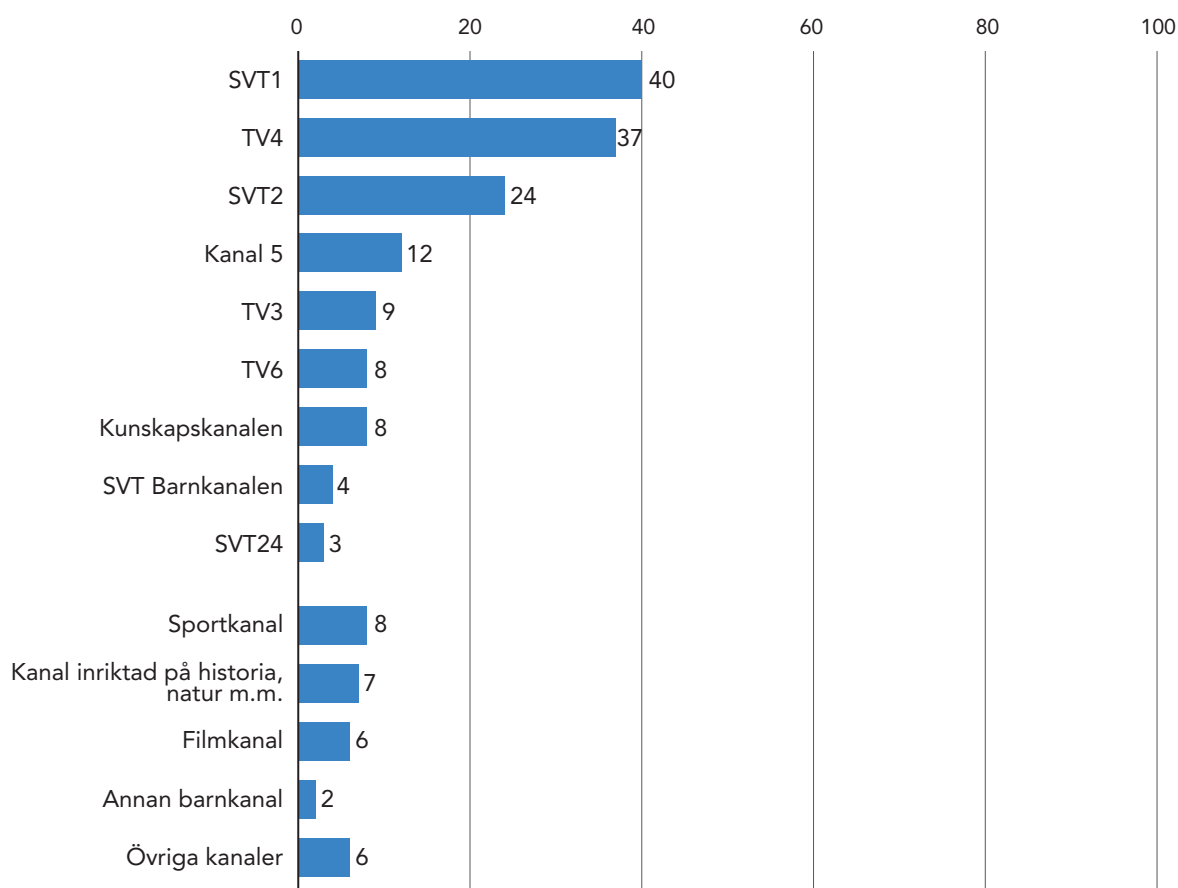
SVT:s särskilda barnkanal SVTB hade under 2019 en daglig räckvidd i åldersgruppen 9 till 14 år på 15 procent. För Kunskapskanalen (som sänds i samverkan med Sveriges Utbildningsradio, UR) fanns det omvänt en kraftig slagsida mot den äldsta åldersgruppen. Kunskapskanalen hade under 2019 en daglig räckvidd på 18 procent i åldern 65 till 79 år, vilket kan jämföras med 3 procent i åldern 25 till 44 år.

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

Både SVT1 och TV4 hade under 2019 en lägre räckvidd i storstäderna jämfört med övriga landet. För SVT:s övriga fyra kanaler fanns det dock ingen motsvarande geografisk skillnad.



## TV-KANALER Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 (procent)



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## TV-KANALER Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	44	40	24	8	4	3	37
Kvinna	44	40	19	7	5	2	40
Man	44	40	28	9	4	4	35
9–14 år	28	17	6	3	15	1	25
15–24 år	19	17	6	3	2	1	22
25–44 år	25	20	10	3	7	2	23
45–64 år	57	53	33	11	3	3	46
65–79 år	78	75	48	18	2	7	62
Ej högskola (25–79 år)	55	52	31	11	4	4	49
Högskola (25–79 år)	47	42	27	9	4	3	35
Storstad	40	36	23	8	4	3	30
Stad	46	42	24	8	4	3	39
Landsbygd	46	42	24	9	5	3	43

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Kunskapskanalen.

## Tv-kanaler: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

SVT:s samlade kanalutbud hade i åldern **9 till 14 år** en högre daglig räckvidd bland flickor än bland pojkar under 2019. Samma sak gällde för TV4. Både SVT och TV4 hade också högre räckvidd på landsbygden än i övriga landet.

I åldern **15 till 24 år** var skillnaden mellan könen mindre. Dock fanns det inom gruppen skillnader mellan de yngsta och de äldsta. För både SVT och TV4 var gruppen 20 till 24 år den enskilda åldersgruppen med lägst daglig räckvidd i befolkningen.

Bland landets **25 till 44-åringar** var räckvidden för både SVT:s totala kanalutbud och TV4 högre på landsbygden än i storstäderna. För TV4 var räckvidden högre bland personer utan högskoleutbild-

ning än bland dem med högskoleutbildning. För SVT fanns det däremot ingen sådan skillnad.

I gruppen **45 till 64 år** hade SVT:s kanaler högst räckvidd i storstäderna. Samtidigt var det där TV4 hade svagast ställning. Både SVT och TV4 hade en högre räckvidd bland personer utan högskolebakgrund än bland personer som studerat vid högskola. I åldersgruppen fanns också en jämförelsevis hög andel manliga tittare på SVT2.

SVT2:s högre räckvidd bland män gällde också i gruppen **65 till 79 år**. Kanalen hade även en jämförelsevis hög andel tittare med högskolebakgrund. Åldersgruppen karakteriserades också av en svag ställning för TV4 i storstäderna.

### TV-KANALER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2019 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	28	17	6	3	15	1	25
Flicka	31	20	8	2	18	1	31
Pojke	25	15	5	3	12	1	20
Storstad	27	18	10	2	14	1	24
Stad	(23)	(15)	(6)	(2)	(13)	(0)	(20)
Landsbygd	31	19	4	3	17	1	29

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Kunskapskanalen. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

### TV-KANALER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2019 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	19	17	6	3	2	1	22
Kvinna	19	17	4	2	3	1	24
Man	19	18	7	3	1	1	20
15–19 år	22	21	6	3	2	1	26
20–24 år	15	13	6	2	1	1	17
Storstad	19	17	6	3	1	2	19
Stad	19	17	5	2	2	1	20
Landsbygd	19	18	6	3	2	2	26

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Kunskapskanalen.

### TV-KANALER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2019 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	24	20	10	3	7	2	23
Kvinna	26	20	7	3	8	1	26
Man	24	21	13	4	6	2	20
25–34 år	18	15	6	2	5	1	18
35–44 år	31	26	15	4	9	2	28
Ej högskola	27	22	11	4	8	2	28
Högskola	25	20	11	3	7	1	21
Storstad	22	19	10	3	5	2	19
Stad	26	21	9	3	7	1	23
Landsbygd	27	22	11	4	10	2	29

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Kunskapskanalen.

### TV-KANALER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2019 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	57	53	33	11	3	3	46
Kvinna	56	52	27	11	2	2	48
Man	58	54	40	11	3	4	45
45–54 år	47	43	28	9	4	2	41
55–64 år	66	63	39	14	1	4	51
Ej högskola	59	55	34	12	3	4	52
Högskola	55	50	33	10	2	2	40
Storstad	57	52	35	13	4	3	40
Stad	51	57	38	13	2	3	50
Landsbygd	54	51	30	9	2	3	49

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Kunskapskanalen.

### TV-KANALER Daglig räckvidd, 65–79 år, 2019 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	78	75	48	18	2	7	62
Kvinna	79	76	42	16	2	5	62
Man	78	75	54	20	2	9	62
65–74 år	77	74	47	17	2	6	60
75–79 år	81	78	52	19	2	9	67
Ej högskola	76	74	45	16	2	6	65
Högskola	81	77	54	20	2	8	58
Storstad	78	75	52	18	2	8	51
Stad	83	79	49	15	2	7	65
Landsbygd	76	73	46	19	2	6	66

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Kunskapskanalen.

## Strömningstjänster: Daglig räckvidd



360You Photography/Scandinav

47% av befolkningen tittade på strömmad tv en vanlig dag 2019.

Netflix var den mest populära strömningstjänsten med en daglig räckvidd på 29%.

Räckvidden för den största svenska strömningstjänsten SVT play var 19%.

Netflix hade högst räckvidd i åldersgruppen 15 till 24 år – SVT play nådde flest i åldern 25 till 44 år.

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

En genomsnittlig dag 2019 tittade närmare hälften – 47 procent – av befolkningen 9 till 79 år på någon strömningstjänst för rörlig bild. Högst daglig räckvidd, med 29 procent, hade Netflix, följt av SVT play med 19 procent. Viaplay/Viafree och C More/TV4 play hade en räckvidd på vardera 10 procent. För HBO Nordic var den dagliga räckvidden 6 procent.

Kvinnor och män tittade ungefär lika mycket på strömmad tv under 2019. Undantaget var SVT play som hade en något högre andel kvinnliga tittare. För Netflix var den dagliga räckvidden precis densamma bland kvinnor som bland män.

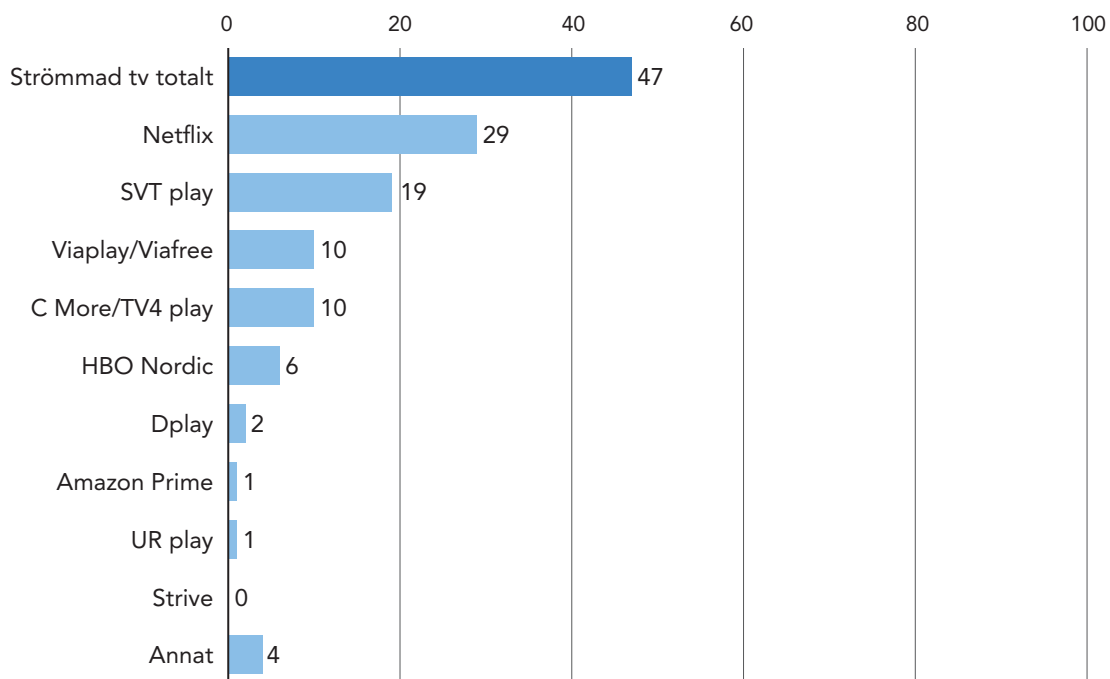
Högst andel dagliga tittare på strömmad tv fanns i åldersgruppen 15 till 24 år. Lägst andel tittare hade gruppen 65 till 79 år. Den äldsta åldersgruppen var också den enda åldersgruppen där SVT play var den största strömningstjänsten. Bland 65 till 79-åringarna var det endast 5 procent som tittade på Netflix en vanlig dag. I alla andra åldersgrupper var Netflix ensam eller delad etta. Allra störst var räckvidden i gruppen 15 till 24 år. Här tittade över hälften, eller 53 procent, på Netflix en vanlig dag.

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

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

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

## STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 (procent)



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Netflix	SVT play	Viaplay/ Viafree	C More/ TV4 play
Totalt	47	29	19	10	10
Kvinna	48	29	21	9	11
Man	46	29	17	11	9
9–14 år	58	42	21	12	11
15–24 år	65	53	15	21	11
25–44 år	60	39	23	13	11
45–64 år	40	19	19	7	9
65–79 år	22	5	15	2	7
Ej högskola (25–79 år)	36	18	14	8	9
Högskola (25–79 år)	48	27	24	7	10
Storstad	54	35	22	11	11
Stad	46	28	18	10	10
Landsbygd	42	25	17	9	8

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser samtliga strömningstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

## Strömningstjänster: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldern **9 till 14 år** tittade flickor mer på strömmad tv under 2019 än vad pojkar gjorde. Det gällde framför allt Netflix. Tittande i den här åldersgruppen var också lägre i städer jämfört med i storstäderna och på landsbygden.

Samma mönster – fast starkare – präglade också gruppen **15 till 24 år**. Inte minst hade Netflix en betydligt starkare ställning bland kvinnor än bland män. Det gällde också för SVT play.

I åldern **25 till 44 år** till var skillnaderna i räckvidd mellan könen mycket mindre. Undantaget var SVT play som nådde betydligt fler kvinnor än män.

I jämförelse med de andra stora strömningstjänsterna hade SVT play också en hög andel tittare med högskoleutbildning i den här åldersgruppen.

I åldersgruppen **45 till 64 år** var skillnaderna i tittandet mellan könen relativt små. Däremot var räckvidden väsentligt högre i gruppen 45 till 54 år än vad den var i gruppen 55 till 64 år.

I den äldsta åldersgruppen, **65 till 79 år**, tittade män något mer på strömmad tv än vad kvinnor gjorde. Det här var också den åldersgrupp där utbildningsnivå hade störst betydelse för räckvidden för strömmad tv.

### STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Netflix	SVT play	Viaplay/ Viafree	C More/ TV4 play
Totalt	58	42	21	12	11
Flicka	63	47	24	11	13
Pojke	55	38	18	13	9
Storstad	62	44	21	13	7
Stad	(52)	(34)	(20)	(6)	(13)
Landsbygd	58	45	21	15	12

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser samtliga strömningstjänster, inte bara de som nämns i tabellen. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

### STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Netflix	SVT play	Viaplay/ Viafree	C More/ TV4 play
Totalt	65	53	15	21	11
Kvinna	71	60	19	24	13
Man	58	45	12	18	8
15–19 år	67	56	14	21	11
20–24 år	63	49	17	20	11
Storstad	69	58	17	22	11
Stad	62	49	15	20	12
Landsbygd	65	53	14	21	9

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser samtliga strömningstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

## STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Netflix	SVT play	Viaplay/ Viafree	C More/ TV4 play
Totalt	60	39	23	13	11
Kvinna	62	39	27	12	13
Man	58	40	19	14	8
25–34 år	63	44	23	15	11
35–44 år	56	35	23	10	11
Ej högskola	54	37	16	15	10
Högskola	62	40	28	11	11
Storstad	64	42	25	14	12
Stad	59	39	21	12	9
Landsbygd	55	36	21	12	10

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser samtliga strömningstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

## STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Netflix	SVT play	Viaplay/ Viafree	C More/ TV4 play
Totalt	40	19	19	7	9
Kvinna	39	16	20	5	9
Man	41	22	18	9	10
45–54 år	46	25	19	8	10
55–64 år	34	13	18	5	9
Ej högskola	37	17	15	8	10
Högskola	43	21	23	6	9
Storstad	46	25	20	7	10
Stad	42	19	19	7	10
Landsbygd	34	14	17	6	8

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser samtliga strömningstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

## STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 65–79 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Netflix	SVT play	Viaplay/ Viafree	C More/ TV4 play
Totalt	22	5	15	2	7
Kvinna	20	4	14	1	6
Man	23	7	15	3	7
65–74 år	26	7	17	3	8
75–79 år	13	3	9	1	3
Ej högskola	18	4	11	3	6
Högskola	27	8	19	2	8
Storstad	28	7	19	3	9
Stad	21	6	14	2	7
Landsbygd	19	4	13	2	5

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser samtliga strömningstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

## Dagstidning: Daglig räckvidd



Pia Isaksson/Scandinav

64% läste någon dagstidning, digitalt eller på papper, en vanlig dag 2019.

48% läste dagstidning digitalt – 31% läste på papper.

Högst räckvidd hade dagstidningen i åldern 65 till 79 år – lägst var den i åldern 9 till 14 år.

65 till 79-åringarna var också den enda åldersgruppen där dagstidningen hade högre räckvidd på papper än digitalt.

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

Under 2019 tog omkring två tredjedelar – eller 64 procent – av befolkningen 9 till 79 år del av innehållet i en dagstidning en vanlig dag. Med dagstidning menas här såväl prenumererade morgontidningar som kvällstidningar och gratistidningar. I siffrorna ingår läsning på papper, på webben, via app eller via e-tidning. Huvuddelen, 48 procent, läste tidningen digitalt i någon form. För dagstidningen på papper var räckvidden en vanlig dag 31 procent.

Bakom räckvidden för befolkningen som helhet döljer sig stora skillnader mellan olika grupper. Kvinnors dagstidningsläsning skilde sig dock lite från männens och vice versa. Räckvidden för digitala dagstidningar var något högre bland män, medan det omvända gällde för tryckta dagstidningar.

De största skillnaderna i tidningsläsningen hade istället att göra med ålder. Det fanns under 2019 ett tydligt samband mellan den totala räckvidden för dagstidningen och stigande ålder. I åldersgruppen 65 till 79 år läste 82 procent en dagstidning en vanlig dag. I åldern 9 till 14 år var andelen 25 procent.

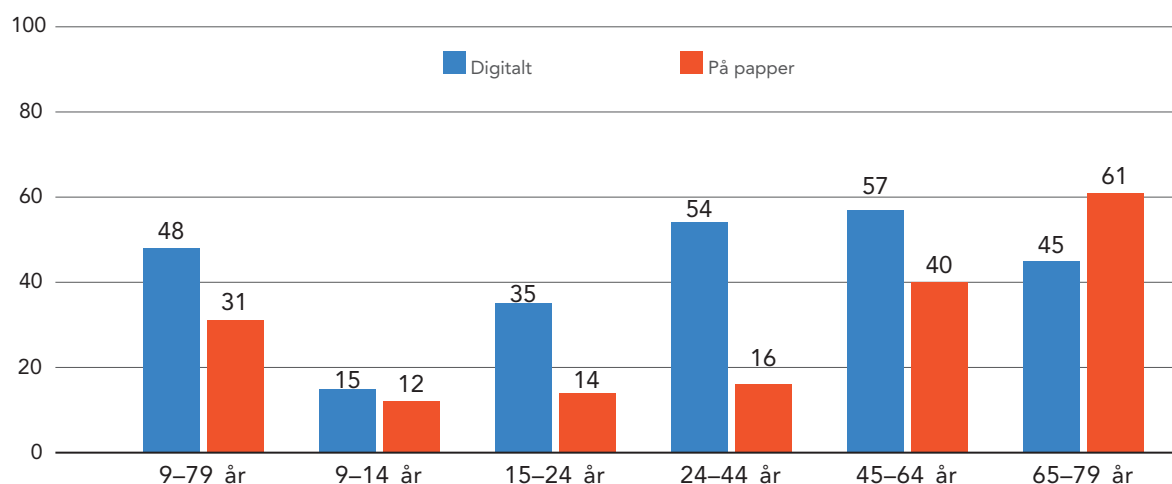
Sambandet med ålder gällde framför allt för läsningen av dagstidningen på papper. Men det fanns också för den digitala läsningen. Undantaget var åldersgruppen 65 till 79 år som läste digitala tidningar i väsentligt mindre utsträckning än vad som var fallet med åldersgruppen närmast under. Gruppen 65 till 79 år var också den enda åldersgruppen där papperstidningsläsarna var i majoritet. I övriga åldrar dominerade istället den digitala läsningen. Det gällde framför allt i gruppen 25 till 44 år, där papperstidningen hade en jämförelsevis mycket svag ställning.

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

Dagstidningens samlade räckvidd var också högre i storstäderna än på landsbygden. Inte minst hade den digitala dagstidningen en starkare ställning i storstäderna jämfört med på landsbygden. För papperstidningen gällde istället det omvända förhållandet.



## DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 (procent)



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

## DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	64	48	31
Kvinna	64	45	33
Man	65	51	30
9–14 år	25	15	12
15–24 år	42	35	14
25–44 år	60	54	16
45–64 år	77	57	40
65–79 år	82	45	61
Ej högskola (25–79 år)	70	47	38
Högskola (25–79 år)	75	59	36
Storstad	67	54	27
Stad	64	48	33
Landsbygd	62	43	34

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

## Dagstidning: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

Gruppen **9 till 14 år** var den enskilda åldersgrupp som under 2019 hade jämnast fördelning mellan tidningsläsare på papper och digitalt. Tidningsläsandet var mest utbrett i storstäderna.

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

Bland **25 till 44-åringarna** var det fler män än kvinnor som läste digital dagstidning. För pappers-tidningar gällde däremot det omvända. Räckvidden

för digitala dagstidningar var högst bland högutbildade och i storstäderna.

I gruppen **45 till 64 år** var skillnaderna utifrån utbildningsnivå och boendeort något mindre framträdande. Även i den här gruppen var den digitala räckvidden för dagstidningen högre bland män och räckvidden på papper högre bland kvinnor.

I den äldsta gruppen, **65 till 79 år**, var pappers-tidningsläsarna i majoritet, i synnerhet bland kvinnor. Den mest utbredda tidningsläsningen fanns bland högutbildade och i städerna.

### DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 9–14 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	25	15	12
Flicka	24	13	12
Pojke	25	16	11
Storstad	30	21	10
Stad	(22)	(15)	(7)
Landsbygd	23	11	15

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

### DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 15–24 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	42	35	14
Kvinna	43	34	15
Man	42	36	13
15–19 år	39	30	15
20–24 år	47	41	13
Storstad	51	45	13
Stad	40	33	13
Landsbygd	38	28	17

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

## DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 25–44 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	60	54	16
Kvinna	58	50	18
Man	63	58	15
25–34 år	53	49	10
35–44 år	67	59	22
Ej högskola	52	46	15
Högskola	67	61	18
Storstad	64	59	14
Stad	60	56	17
Landsbygd	55	46	19

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

## DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 45–64 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	77	57	40
Kvinna	76	55	42
Man	77	59	38
45–54 år	76	62	34
55–64 år	77	52	46
Ej högskola	74	55	37
Högskola	79	60	43
Storstad	79	62	40
Stad	77	56	42
Landsbygd	75	54	39

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

## DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 65–79 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	82	45	61
Kvinna	82	41	64
Man	82	49	59
65–74 år	82	50	58
75–79 år	82	36	70
Ej högskola	79	40	61
Högskola	86	54	62
Storstad	81	48	55
Stad	86	48	68
Landsbygd	79	41	60

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

## Dagstidning: Genomsnittlig läsartid bland läsare



Lisa Wikstrand/Scandinav

Den genomsnittliga läsartiden var 2019 längre bland papperstidningsläsare än bland digitala läsare.

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

Läsare i åldern 65 till 79 år spenderade mest tid på tidningen – oavsett plattform.

Högutbildade och lågutbildade läste tidningen lika länge.

Läsare på landsbygden ägnade kortare tid åt den digitala tidningen än läsare i storstäderna – för papperstidningen var det tvärtom.

Läsare av digitala respektive tryckta dagstidningar spenderade en vanlig dag 2019 ungefär lika lång tid på att läsa tidningen. Den genomsnittlige dagstidningsläsaren 9 till 79 år ägnade i snitt 30 minuter åt att läsa digitala dagstidningar en vanlig dag. Dagstidning på papper lästes i snitt 34 minuter.

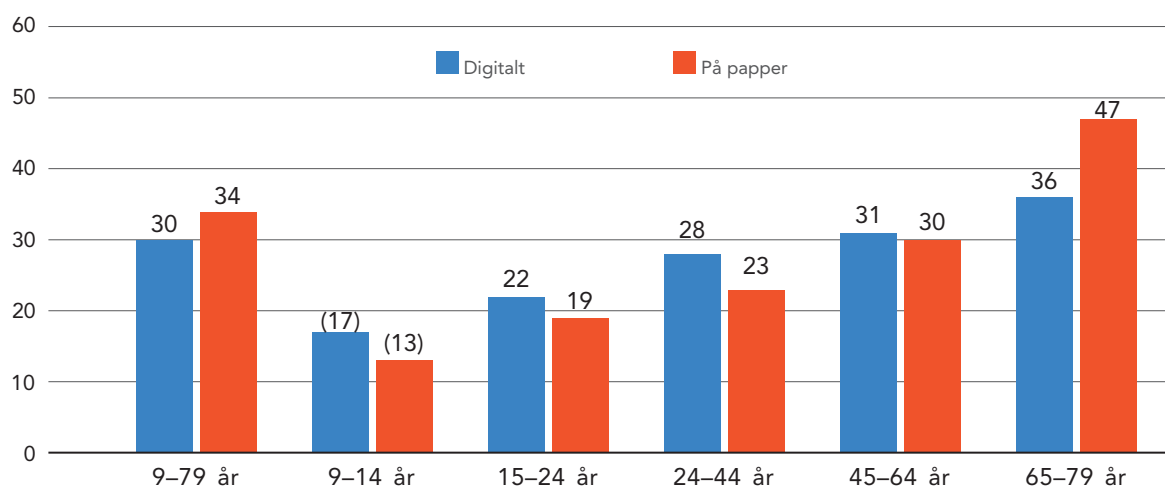
Manliga digitaltidningsläsare ägnade något längre tid åt att läsa dagstidningen än vad kvinnliga digitaltidningsläsare gjorde. För papperstidningen fanns det däremot ingen skillnad mellan kvinnliga och manliga läsare.

Däremot fanns det med avseende på läsartid betydande skillnader mellan åldrarna. Dagstidningen hade under 2019 inte bara högre räckvidd i de äldsta åldersgrupperna (se s. 49). Äldre tidningsläsare ägnade också mer tid åt tidningen än vad yngre läsare gjorde. Det gällde både digitala och tryckta tidningar. Den genomsnittlige tidningsläsaren i åldern 65 till 79 år spenderade under 2019 36 minuter på digitala dagstidningar och 47 minuter på tryckta. I åldern 15 till 24 år var motsvarande användningstider 22 respektive 19 minuter. Digitala tidningsläsare spenderade alltså mer tid på sin läsning än de som läste papperstidning i den här åldersgruppen. Samma förhållande gällde i ännu högre grad i åldersgruppen 25 till 44 år.

Mellan utbildningsnivåerna fanns det under 2019 inga motsvarande skillnader i fråga om läsartid bland läsare. Högutbildade tidningsläsare spenderade lika mycket tid i snitt på att läsa tidningen som lågutbildade. Det gällde både digitala och tryckta dagstidningar.

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

## DAGSTIDNING Genomsnittlig läsartid bland läsare, 9–79 år, 2019 (minuter)



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

## DAGSTIDNING Genomsnittlig läsartid bland läsare, 9–79 år, 2019 (minuter)

	Digitalt	På papper
Totalt	30	34
Kvinna	27	34
Man	32	35
9–14 år	(17)	(13)
15–24 år	22	19
25–44 år	28	23
45–64 år	31	30
65–79 år	36	47
Ej högskola (25–79 år)	30	36
Högskola (25–79 år)	31	35
Storstad	31	38
Stad	31	34
Landsbygd	27	31
Antal svar	2 884	1 885

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

## Morgontidning: Daglig räckvidd

Sara Danielsson/Scandinav

51% läste någon morgontidning, på papper eller digitalt, en vanlig dag 2019.

Ungefär lika många läste morgontidningen digitalt som på papper.

Papperstidningen hade högst räckvidd i åldern 65 till 79 år – för digital tidning var räckvidden högst i åldern 45 till 64 år.

Morgontidningen hade högre räckvidd bland högutbildade än bland lågutbildade – i synnerhet digitalt.

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

En genomsnittlig dag 2019 läste drygt hälften – 51 procent – av befolkningen 9 till 79 år en morgontidning. Med morgontidning räknas här både prenumererade och gratisutdelade nyhetstidningar (men inte kvällstidningar).

Läsandet var relativt jämnt fördelat mellan digitala och tryckta morgontidningar. 31 procent av befolkningen läste en digital morgontidning, medan 29 procent läste en morgontidning på papper. De flesta läsarna läste antingen enbart på papper eller enbart digitalt. Endast en av tio, eller 9 procent, av befolkningen 9 till 79 år läste både någon tryckt och någon digital morgontidning en vanlig dag 2019.

Den samlade räckvidden för morgonpressen var ungefär lika stor bland kvinnor som bland män. Dock läste kvinnor morgontidningen på papper i högre utsträckning än vad män gjorde. Räckvidden för morgontidningen i digital form var å andra sidan högre bland männen än bland kvinnorna.

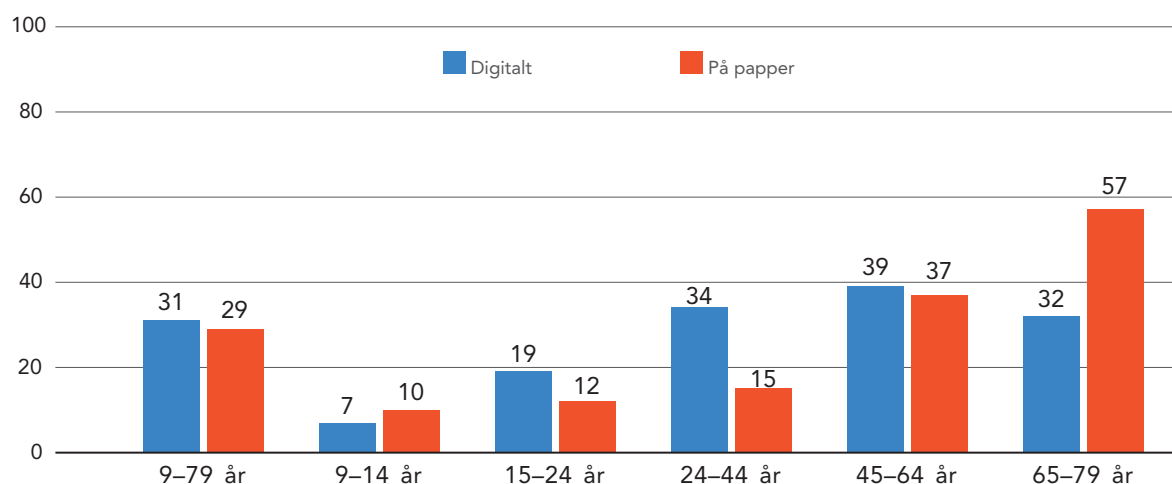
När det gäller den totala räckvidden för morgontidningen fanns det ett mycket tydligt positivt samband med ålder. I åldersgruppen 9 till 14 år nådde morgontidningen 16 procent en vanlig dag 2019, på papper eller digitalt. I den äldsta gruppen, 65 till 79 år, var räckvidden 74 procent.

Sambandet med ålder gällde i första hand morgontidningen på papper. Med undantag för personer under 25 år, där räckvidden var jämförelsevis låg, lästes morgontidningen digitalt i ungefär lika hög utsträckning oavsett ålder. Allra mest utbredd var läsningen av digital morgontidning i åldersgruppen 45 till 64 år: Här uppgick räckvidden under 2019 till 39 procent.

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

Den totala räckvidden för morgontidningen varierade relativt lite mellan olika delar av landet. Storstadsborna märkte dock ut sig genom den högsta räckvidden för digital morgontidning och den lägsta räckvidden för morgontidning på papper.

## MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 (procent)



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

## MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	51	31	29
Kvinna	50	28	31
Man	52	34	27
9–14 år	16	7	10
15–24 år	27	19	12
25–44 år	43	34	15
45–64 år	63	39	37
65–79 år	74	32	57
Ej högskola (25–79 år)	55	29	35
Högskola (25–79 år)	63	42	33
Storstad	52	36	24
Stad	52	31	31
Landsbygd	49	27	31

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

## Morgontidning: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldersgruppen **9 till 14 år** var räckvidden högre för tryckta morgontidningar än för digitala. Särskilt stor var skillnaden utanför städerna. Endast ett av 20 barn på landsbygden läste en digital morgontidning en vanlig dag 2019.

Variationen mellan stad och land var också framträdande i åldern **15 till 24 år**. Läsningen av digitala morgontidningar var väsentligt mer utbredd i storstaden än på landsbygden.

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

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

I den äldsta gruppen, **65 till 79 år**, var läsning av den digitala morgontidningen mer utbredd bland män och den tryckta morgontidningen mer utbredd bland kvinnor. Högutbildade personer läste också tidningen digitalt i högre utsträckning än andra. Den tryckta tidningen hade flest läsare i städerna.

### MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 9–14 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	16	7	10
Flicka	17	7	10
Pojke	14	6	8
Storstad	18	10	8
Stad	(14)	(6)	(7)
Landsbygd	16	5	12

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

### MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 15–24 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	27	19	12
Kvinna	27	18	12
Man	28	20	11
15–19 år	26	17	12
20–24 år	29	21	11
Storstad	32	26	10
Stad	26	19	11
Landsbygd	25	14	14

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



## MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 25–44 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	43	34	15
Kvinna	40	30	16
Man	45	38	14
25–34 år	34	29	9
35–44 år	52	39	21
Ej högskola	34	25	13
Högskola	50	41	17
Storstad	46	39	12
Stad	40	33	15
Landsbygd	41	27	18

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

## MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 45–64 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	63	39	37
Kvinna	64	37	40
Man	63	41	35
45–54 år	60	40	31
55–64 år	67	38	43
Ej högskola	57	34	34
Högskola	70	44	40
Storstad	65	42	37
Stad	66	41	39
Landsbygd	60	35	36

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

## MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 65–79 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	74	32	57
Kvinna	73	28	59
Man	74	37	55
65–74 år	72	36	53
75–79 år	78	24	67
Ej högskola	70	27	56
Högskola	80	40	58
Storstad	73	36	52
Stad	79	34	64
Landsbygd	70	28	54

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

## Morgontidning: Genomsnittlig läsartid bland läsare

Lisa Wikstrand/Scandinav

2019 ägnade pappers-tidningsläsarna i snitt 31 minuter per dag åt morgontidningen.

De som läste digital morgontidning ägnade tidningen i snitt 22 minuter.

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

Av morgontidningsläsarna var det gruppen 65 till 79 år som läste tidningen längst – på papper såväl som digitalt.

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

Tryckta morgontidningar upptog under 2019 mer av den genomsnittlige läsarens tid än som var fallet med digitala morgontidningar. Den genomsnittlige läsaren i åldern 9 till 79 år ägnade en vanlig dag 2019 i snitt 22 minuter åt att läsa digital morgontidning. För den tryckta morgontidningen var den genomsnittliga läsartiden 31 minuter.

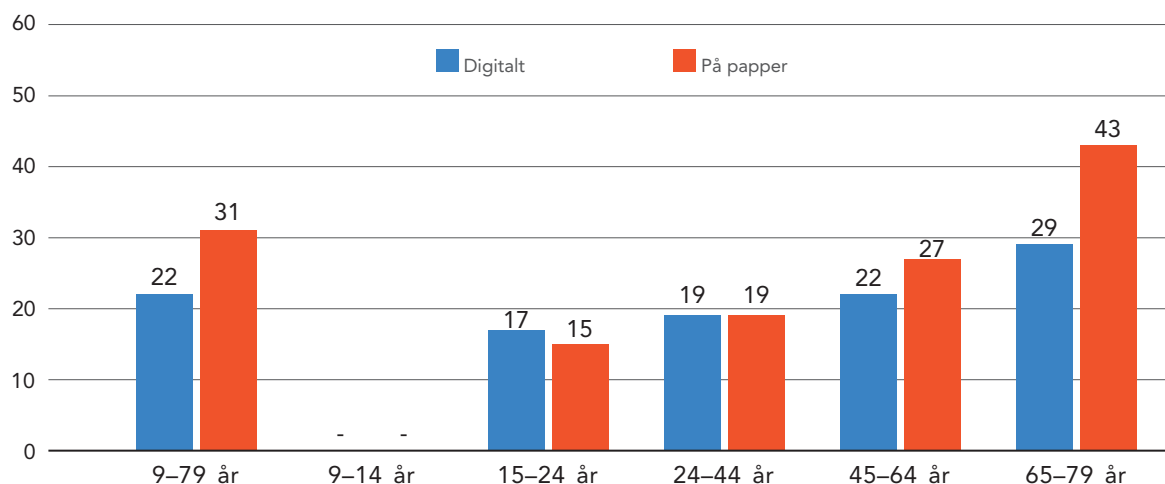
Mellan kvinnor och män fanns i detta avseende ingen skillnad. Kvinnliga och manliga läsare ägnade morgontidningen lika lång tid, avsett om den var på papper eller digital.

För både den tryckta och den digitala morgontidningen fanns det däremot ett tydligt samband med ålder. Den genomsnittliga läsartiden steg i båda fallen med stigande ålder. Den genomsnittlige morgontidningsläsaren i åldern 65 till 79 år ägnade 29 minuter per dag åt den digitala tidningen och 43 minuter åt den tryckta. I åldersgruppen 15 till 24 år var motsvarande läsartider 17 respektive 15 minuter. Med andra ord var läsartiden något högre digitalt än på papper bland morgontidningsläsare i den här gruppen.

När det kommer till utbildning var skillnaderna i läsartid relativt begränsade. Men personer som läst på högskola ägnade under 2019 den digitala morgontidningen något mer tid än personer som inte gjort det. För tryckta tidningar fanns däremot ingen skillnad alls mellan grupperna.

Inte heller mellan olika boendeorter varierade den genomsnittliga läsartiden bland morgontidningsläsare i någon större utsträckning. För såväl digitala morgontidningar som morgontidningar på papper var dock läsartiden något kortare på landsbygden än i resten av landet.

## MORGONTIDNING Genomsnittlig läsartid bland läsare, 9–79 år, 2019 (minuter)



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar. "-" Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

## MORGONTIDNING Genomsnittlig läsartid bland läsare, 9–79 år, 2019 (minuter)

	Digitalt	På papper
Totalt	22	31
Kvinna	21	31
Man	22	31
9–14 år	-	-
15–24 år	17	15
25–44 år	19	19
45–64 år	22	27
65–79 år	29	43
Ej högskola (25–79 år)	21	32
Högskola (25–79 år)	24	33
Storstad	23	35
Stad	23	31
Landsbygd	20	28
Antal svar	1 870	1 728

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar. "-" Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

## Kvällstidning: Daglig räckvidd

Hannes Söderlund/Scandinav

39% läste någon kvällstidning en genomsnittlig dag 2019.

Den största andelen, 36%, läste kvällstidning digitalt – på papper var räckvidden 7%.

Fler män än kvinnor läste digital kvällstidning – på papper var räckvidden ungefär densamma bland kvinnor och män.

Kvällstidningen hade högst räckvidd på papper i åldern 65 till 79 år – digitalt var räckvidden högst i åldern 25 till 64 år.

Kvällstidningens digitala räckvidd var högst bland högutbildade och i storstäderna.

Till skillnad från det stora antalet morgontidningar utgörs kvällspressen i Sverige av endast två titlar, Aftonbladet och Expressen (med GT i Göteborg och Kvällsposten i Malmö). Kvällstidningarnas samlade räckvidd i befolkningen 9 till 79 år låg en vanlig dag 2019 på 39 procent.

Läsningen av kvällstidning var till övervägande del digital. 36 procent läste tidningen digitalt, vilket var betydligt fler än de 7 procent som läste kvällstidningen på papper.

Det var små skillnader mellan om kvinnor och män läste kvällstidning. 41 procent av männen läste kvällstidning en genomsnittlig dag 2019, 38 procent av kvinnorna gjorde detsamma. Av männen läste 38 procent kvällstidning digitalt och 34 procent av kvinnorna. Däremot var det inga skillnader mellan kvinnors och mäns läsning av kvällstidning på papper.

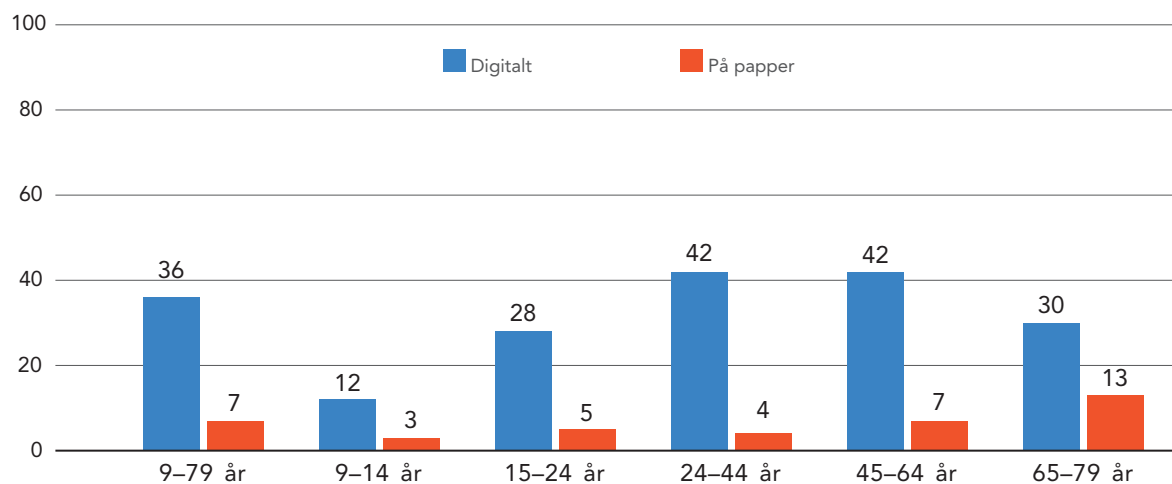
På samma sätt som för morgontidningen (se s. 55) fanns det ett tydligt samband mellan läsningen av kvällstidning och ålder. Sambandet var dock inte helt rakt. Under 2019 fanns den lägsta andelen kvällstidningsläsare bland barnen 9 till 14 år, 14 procent. Störst andel läsare fanns i åldrarna 25 till 44 år och 45 till 64 år, där 44 respektive 45 procent läste någon kvällstidning en vanlig dag 2019. Det var även i de här åldersgrupperna som andelen läsare av digital kvällstidning var störst, i båda fallen 42 procent.

Papperstidningen nådde flest användare i den äldsta åldersgruppen 65 till 79 år. En vanlig dag 2019 läste 13 procent av den åldersgruppen en kvällstidning på papper.

Bland dem med kortare utbildning var det fler som läste kvällstidning på papper än vad som var fallet bland personer med högskoleutbildning. Räckvidden i de båda grupperna låg på 9 respektive 6 procent. För den digitala kvällstidningen rådde det omvända förhållandet. Här var räckvidden 41 procent bland personer med högskolutbildning och 37 procent bland personer utan.

I storstäderna var kvällstidningsläsningen mer utbredd än i resten av landet. 42 procent av storstadsborna läste kvällstidning en vanlig dag 2019. På landsbygden var andelen 36 procent. För läsning av papperstidningen fanns det inga skillnader som kan kopplas till var människor bor, men i storstäderna läste betydligt fler kvällstidningen i digital form, 39 procent mot 32 procent på landsbygden.

## KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 (procent)



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	39	36	7
Kvinna	38	34	6
Man	41	38	7
9–14 år	14	12	3
15–24 år	30	28	5
25–44 år	44	42	4
45–64 år	45	42	7
65–79 år	39	30	13
Ej högskola (25–79 år)	42	37	9
Högskola (25–79 år)	44	41	6
Storstad	42	39	6
Stad	39	36	7
Landsbygd	36	32	7

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## Kvällstidning: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

Kvällstidningsläsningen var under 2019 begränsad i åldern **9 till 14 år**. Nästan inga i gruppen läste papperstidning, läsningen var framför allt digital. Pojkar läste något mer än flickor. Andelen läsare var dubbelt så stor i storstäderna jämfört med övriga landet.

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

I gruppen **25 till 44 år** var kvällstidningsläsningen högre bland 35 till 44-åringarna jämfört med dem mellan 25 till 34 år. Det var också en högre an-

del läsare bland högskoleutbildade. Kvällstidningen var även här mindre utbredd på landsbygden.

I gruppen **45 till 64 år** fanns en skillnad mellan män och kvinnor, där män läste kvällstidning i högre utsträckning. Det gällde framför allt för papperstidningen. Andelen kvällstidningsläsare var högre bland de utan högskoleutbildning jämfört med högskoleutbildade.

Bland de äldsta, **65 till 79 år**, var andelen papperstidningsläsare högre än i andra grupper. 65 till 74-åringar läste tidningen digitalt i betydligt högre utsträckning än de allra äldsta, 75 till 79 år. I gruppen var andelen läsare i storstäderna mindre än i övriga landet.

### KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 9–14 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	14	12	3
Flicka	12	10	2
Pojke	15	12	2
Storstad	20	17	4
Stad	(10)	(10)	(0)
Landsbygd	11	8	3

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värdet i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

### KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 15–24 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	30	28	5
Kvinna	30	26	6
Man	31	29	4
15–19 år	27	24	6
20–24 år	34	33	4
Storstad	38	36	5
Stad	27	25	3
Landsbygd	27	23	7

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 25–44 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	44	42	4
Kvinna	43	41	4
Man	45	44	4
25–34 år	39	38	2
35–44 år	49	47	5
Ej högskola	40	38	4
Högskola	47	45	4
Storstad	46	44	4
Stad	45	44	3
Landsbygd	39	37	4

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 45–64 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	45	42	7
Kvinna	42	39	6
Man	48	44	9
45–54 år	48	46	7
55–64 år	41	38	8
Ej högskola	47	44	8
Högskola	42	40	6
Storstad	47	44	7
Stad	44	41	8
Landsbygd	44	40	6

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 65–79 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	39	30	13
Kvinna	37	28	13
Man	40	33	13
65–74 år	41	33	12
75–79 år	33	23	15
Ej högskola	37	28	15
Högskola	40	34	10
Storstad	35	30	10
Stad	43	34	14
Landsbygd	37	28	14

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).



## Kvällstidning: Genomsnittlig läsartid bland läsare

Phia Bergdahl/Scandinav

Läsarna av tryckta kvällstidningar läste i genomsnitt 28 minuter en vanlig dag 2019.

De som läste kvällstidning digitalt ägnade tidningen 21 minuter.

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

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

Läsarna i åldern 65 till 79 år ägnade mest tid åt kvällstidningen – det gällde både för papper och digitalt.

Även om räckvidden för den digitala kvällstidningen var flerfaldigt större än den för papperstidningen, läste papperstidningsläsarna sin tidning längre tid än de som läste kvällstidningen digitalt. Läsare av digital kvällstidning bland befolkningen 9 till 79 år läste i genomsnitt 21 minuter en vanlig dag under 2019. Tiden som läsarna av kvällstidning på papper gav sin tidning var i snitt 28 minuter. Den genomsnittliga läsartiden bland kvällstidningsläsare var därmed ungefär den samma som läsartiden för morgontidning, på papper såväl som digitalt (se s. 59).

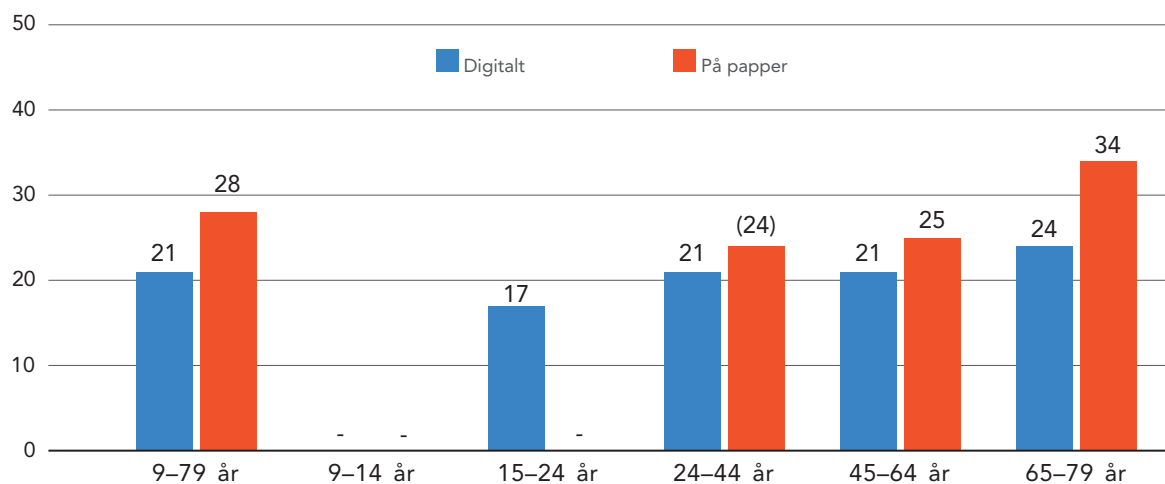
Manliga kvällstidningsläsare tenderade under 2019 att lägga lite mer tid än kvinnliga läsare men skillnaden handlade bara om ett fåtal minuter. Mönstret var detsamma för både digitala läsare och papperstidningsläsare.

Av de allra yngsta, 9 till 14 år, var det så pass få som läste kvällstidning att dessa läsares tid inte håller för att redovisas, detsamma gäller ungdomarna som läste kvällstidningen på papper. Kvällstidningsläsarnas läsartid ökade annars med stigande ålder och de som spenderade mest tid på att läsa kvällstidning fanns i åldersgruppen 65 till 79 år. Det gällde både på papper och digitalt. De äldsta papperstidningsläsarna läste i snitt i 34 minuter, medan de äldsta läsarna av digital kvällstidning läste 24 minuter en genomsnittlig dag 2019. Läsare i åldersgrupperna 25 till 44 år och 45 till 64 år spenderade i snitt 21 minuter på att läsa digital kvällstidning, medan papperstidningsläsarna i samma ålder spenderade ytterligare några minuter (25 minuter).

Det fanns under 2019 inga skillnader bland kvällstidningsläsarnas läsartid som kan kopplas till utbildningsnivå. Det gäller oavsett läsning på papper eller digitalt. Den genomsnittliga läsartiden för läsare av kvällstidning oavsett format var däremot lite kortare bland dem som bodde på landsbygd jämfört med i städerna.



## KVÄLLSTIDNING Genomsnittlig läsartid bland läsare, 9–79 år, 2019 (minuter)



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-"Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

## KVÄLLSTIDNING Genomsnittlig läsartid bland läsare, 9–79 år, 2019 (minuter)

	Digitalt	På papper
Totalt	21	28
Kvinna	19	26
Man	22	29
9–14 år	-	-
15–24 år	17	-
25–44 år	21	(24)
45–64 år	21	25
65–79 år	24	34
Ej högskola (25–79 år)	22	29
Högskola (25–79 år)	21	29
Storstad	21	28
Stad	22	29
Landsbygd	19	26
Antal svar	2 144	395

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-"Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

## Tidskrift: Daglig räckvidd



Johan Wingborg/GU bildbank

En av tre, 33%, läste någon tidskrift en genomsnittlig dag 2019.

Flest, 25%, läste tidskrift på papper – för digital tidskrift var räckvidden 13%.

Fler kvinnor läste pappers-tidskrift, medan fler män läste digital tidskrift.

Tidskrifter på papper hade högst räckvidd i åldern 65 till 79 år – för digital tidskrift var räckvidden högst i åldern 15 till 24 år.

Den digitala tidskriften hade flest läsare i storstäderna, medan pappersversionen hade större andel läsare på landsbygden.

Under 2019 läste en av tre, 33 procent, i befolkningen 9 till 79 år någon tidskrift en vanlig dag. Läsning av tryckt tidskrift dominerade fortfarande i de flesta åldersgrupper. I befolkningen som helhet läste 25 procent på papper jämfört med 13 procent digital läsning.

Något fler kvinnor än män läste en tidskrift men skillnaden var mycket liten. Bland kvinnor uppgick räckvidden en vanlig dag 2019 till 35 procent, medan motsvarande räckvidd bland män var 32 procent. När det kommer till tidskriftens distributionsform läste både män och kvinnor främst tryckt tidskrift, 22 procent för män respektive 28 procent för kvinnor. Digital läsning var något vanligare bland män, 14 procent, än bland kvinnor, 11 procent.

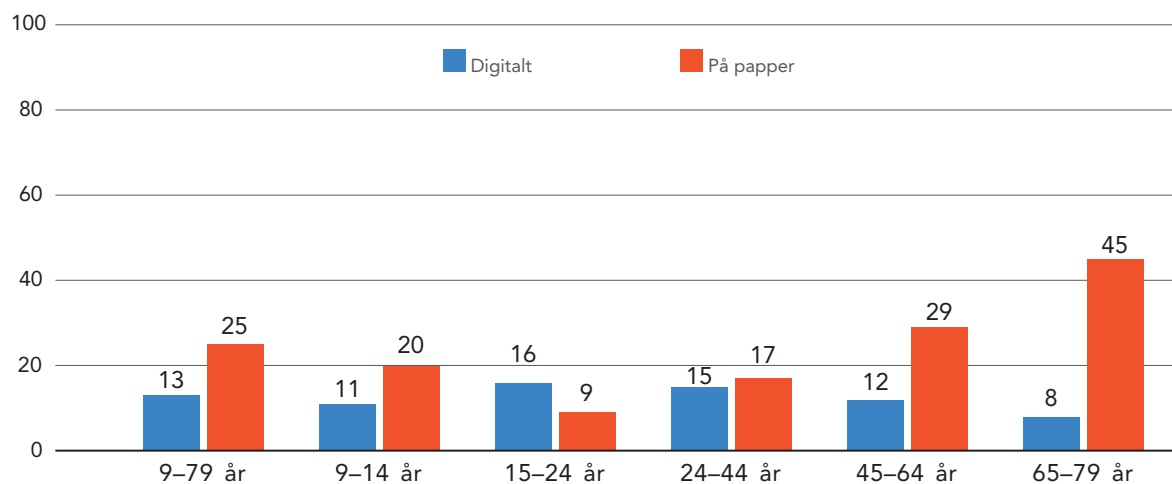
Ungdomar och unga vuxna utmärkte sig i förhållande till andra åldersgrupper. I åldern 15 till 24 år var det betydligt vanligare att läsa digitalt än på papper, 16 procent läste tidskrift digitalt jämfört med 9 procent som läste tryckt tidskrift.

I åldern 25 till 44 år var läsning på papper respektive digitalt i det närmaste lika vanligt. Andelen läsare av tryckta tidskrifter var 17 procent och 15 procent för tidskrifter i digitalt format.

Tidskriftsläsningen var som mest utbredd bland personer i åldersgruppen 65 till 79 år. Närmare hälften läste någon tidskrift en genomsnittlig dag, 48 procent. Bland 65 till 79-åringarna lästes det främst i tryckt format, 45 procent läste på papper, 8 procent läste digitalt.

För tidskriftsläsning totalt sett märktes under 2019 inga stora skillnader beroende på utbildningsnivå. I likhet med flera andra medieformer noteras även här en tendens mot att läsning digitalt var något mer frekvent bland personer med högskoleutbildning. Med avseende på boendeort var det också mycket små skillnader för läsning av tidskrift totalt sett. Det digitala formatet var dock något vanligare i storstäderna med en räckvidd på 15 procent, jämfört med 11 procent på landsbygden.

## TIDSKRIFT Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 (procent)



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## TIDSKRIFT Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	33	13	25
Kvinna	35	11	28
Man	32	14	22
9–14 år	28	11	20
15–24 år	22	16	9
25–44 år	27	15	17
45–64 år	37	12	29
65–79 år	48	8	45
Ej högskola (25–79 år)	36	11	30
Högskola (25–79 år)	37	13	28
Storstad	32	15	22
Stad	33	12	25
Landsbygd	34	11	28

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## Tidskrift: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

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

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

Det rådde ingen skillnad mellan kvinnor och män i andelen tidskriftsläsare totalt bland **25 till**

**44-åringar**. Dock läste kvinnor i större utsträckning tidskrift på papper än digitalt, det omvända för män. I den yngre delen av åldersgruppen, 25 till 34 år, var digital läsning vanligare än på papper, i åldern 35 till 44 år var det tvärtom.

I åldern **45 till 64 år** dominerade läsning av tryckt tidskrift. De i åldersgruppen som läste digitalt var i större utsträckning män. Andelen tidskriftsläsare var som högst i åldersgruppen **65 till 79 år**. Allra mest läste kvinnorna. Läsning var också mer utbredd bland högskoleutbildade samt bland personer boende utanför storstäderna.

### TIDSKRIFT Daglig räckvidd, 9–14 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	28	11	20
Flicka	26	11	20
Pojke	29	11	21
Storstad	35	13	28
Stad	(26)	(9)	(17)
Landsbygd	24	11	17

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

### TIDSKRIFT Daglig räckvidd, 15–24 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	22	16	9
Kvinna	23	15	11
Man	22	17	7
15–19 år	26	19	10
20–24 år	18	12	8
Storstad	24	20	8
Stad	21	14	7
Landsbygd	23	14	12

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

### TIDSKRIFT Daglig räckvidd, 25–44 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	27	15	17
Kvinna	27	12	19
Man	27	18	14
25–34 år	24	16	13
35–44 år	30	15	20
Ej högskola	24	14	15
Högskola	30	15	19
Storstad	27	17	15
Stad	28	14	17
Landsbygd	27	14	18

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

### TIDSKRIFT Daglig räckvidd, 45–64 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	37	12	29
Kvinna	38	9	33
Man	36	15	26
45–54 år	32	12	24
55–64 år	41	12	35
Ej högskola	38	12	30
Högskola	36	12	29
Storstad	37	13	29
Stad	35	12	27
Landsbygd	38	11	31

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

### TIDSKRIFT Daglig räckvidd, 65–79 år, 2019 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	48	8	45
Kvinna	53	8	50
Man	44	8	40
65–74 år	48	9	43
75–79 år	49	6	47
Ej högskola	44	6	42
Högskola	54	10	49
Storstad	43	9	38
Stad	51	6	47
Landsbygd	49	8	46

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## Tidskrift: Genomsnittlig läsartid bland läsare



Lisa Öberg/Scandinav

Läsare ägnade 2019 i snitt 41 minuter åt att läsa tidskrift på papper – läsarna av digital tidskrift läste i snitt 23 minuter.

Det var små skillnader mellan hur mycket tid kvinnliga och manliga läsare ägnade åt tidskriftsläsning.

För både digitala tidskrifter och tidskrifter på papper ökade läsartiden med stigande ålder.

Hög- och lågutbildade tidskriftsläsare läste ungefär lika länge.

Tidskriftsläsare på landsbygden ägnade jämförelsevis längre tid än andra åt pappers-tidskrifter men kortare tid åt digitala.

En vanlig dag 2019 ägnade de personer i befolkningen 9 till 79 år som läste en tryckt tidskrift i genomsnitt 41 minuter på sin läsning. Läsartiden för digital tidskrift var väsentligt kortare, i genomsnitt 23 minuter.

För den digitala läsningen noterades ingen skillnad mellan kvinnor och män. Däremot läste kvinnor den tryckta tidskriften något längre. Skillnaden var dock mycket liten.

Mönstret kvarstod även när andra bakgrundsfaktorer beaktades såsom ålder, utbildning och bostadsort. Även i relation till dessa spenderade läsarna längre tid med att läsa tryckt tidskrift jämfört med att läsa tidskrift i digitalt format.

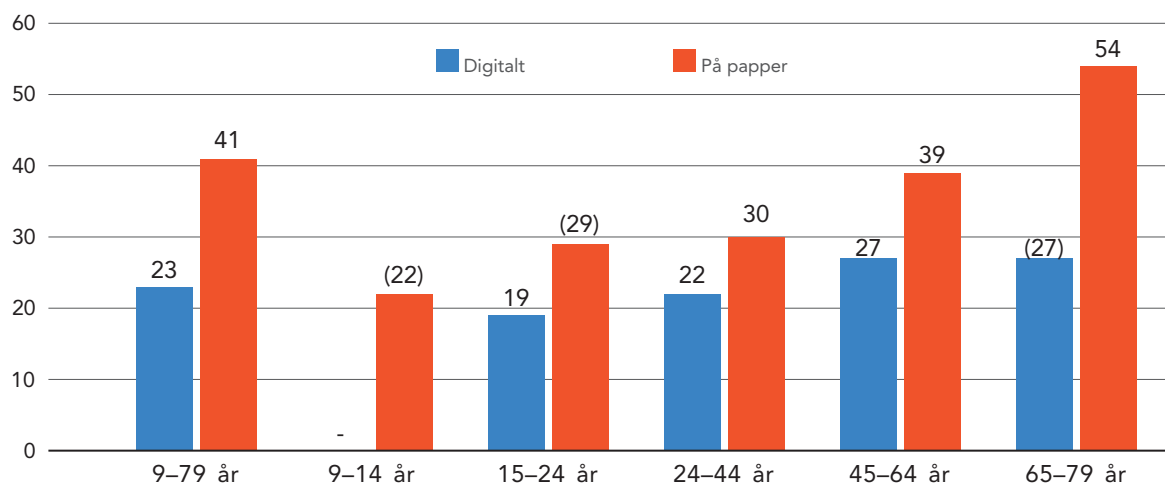
Läsartiden bland tidskriftsläsare totalt sett ökade med stigande ålder. Den åldersgrupp som läste tidskrift på papper längst tid, 54 minuter, var personer i åldern 65 till 79 år. I den något yngre åldersgruppen, 45 till 64-åringarna, låg den genomsnittliga läsartiden bland de som läst någon tryckt tidskrift på 39 minuter en vanlig dag. Tidskriftsläsare i åldern 25 till 44 år läste tryckt tidskrift i en halvtimme, 30 minuter.

Det var under 2019 ingen större skillnad i läsartid av tryckt tidskrift beroende på utbildning. Läsartiden bland personer utan högskoleutbildning var 45 minuter en genomsnittlig dag. Motsvarande siffra för personer med högskoleutbildning var 41 minuter. En något längre läsartid för den tryckta tidskriften noterades bland personer boende på landsbygden jämfört med boende i storstad/städer.

Bland de tidskriftsläsare som läste digitalt var skillnaderna mycket små mellan olika grupper. Samtliga rörde sig nära genomsnittstiden i befolkningen som helhet vilken var 23 minuter. En viss skillnad kan ses bland boende i storstad/stad som läste tidskrift digitalt något längre tid än de läsare som bodde på landsbygden.

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

## TIDSKRIFT Genomsnittlig läsartid bland läsare, 9–79 år, 2019 (minuter)



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-" Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

## TIDSKRIFT Genomsnittlig läsartid bland läsare, 9–79 år, 2019 (minuter)

	Digitalt	På papper
Totalt	23	41
Kvinna	23	43
Man	23	39
9–14 år	-	(22)
15–24 år	19	(29)
25–44 år	22	30
45–64 år	27	39
65–79 år	(27)	54
Ej högskola (25–79 år)	24	45
Högskola (25–79 år)	25	41
Storstad	24	39
Stad	27	38
Landsbygd	20	44
Antal svar	761	1 501

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-" Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

## Tidskriftsgenerer: Daglig räckvidd

Lina Karna Kippel/Scandinav

20% av befolkningen läste någon vecko- eller månads-tidning en vanlig dag 2019.

En tiondel läste någon yrkes-/branschtidning eller organisations-/medlems-tidning.

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

Räckvidden för samtliga tidskriftsgenerer ökade med stigande ålder.

Utbildningsnivå och boende-ort spelade liten roll för läsningen av olika tidskrifts-generer.

En femtedel, det vill säga 20 procent, av befolkningen 9 till 79 år läste en veckotidning/månadsmagasin en vanlig dag 2019. Den dagliga räckvidden för yrkes-/branschtidning respektive organisations-/medlemstidning var hälften så stor. Båda generer lästes av cirka en tiondel sett till hela befolkningen.

Fler kvinnor än män läste veckotidning/månadsmagasin, 23 procent av kvinnorna jämfört med 16 procent av männen. Yrkes-/branschtidning lästes omvänt i något större utsträckning av män än kvinnor men skillnaden var inte stor. 12 procent av männen läste någon tidskrift i genren jämfört med 8 procent av kvinnorna. Organisations-/medlems- eller kundtidning lästes i lika stor utsträckning av kvinnor som av män.

Ålder var det som i störst utsträckning påverkade läsningen av olika typer av tidskrifter. Andelen läsare för samtliga tidskriftsgenerer ökade generellt med stigande ålder. För veckotidning/månadsmagasin var dock ökningen inte lika rak som i de övriga fallen. Från andelen läsare i åldern 9 till 14 år, 16 procent, blev räckvidden något lägre i åldersgrupperna 15 till 24 år och 25 till 44 år. I dessa grupper var andelen läsare 10 respektive 14 procent. Därefter ökade räckvidden till 23 procent bland 45 till 64-åringar. Högsta andelen läsare av veckotidning/månadsmagasin återfanns under 2019 i åldersgruppen 65 till 79 år, 32 procent.

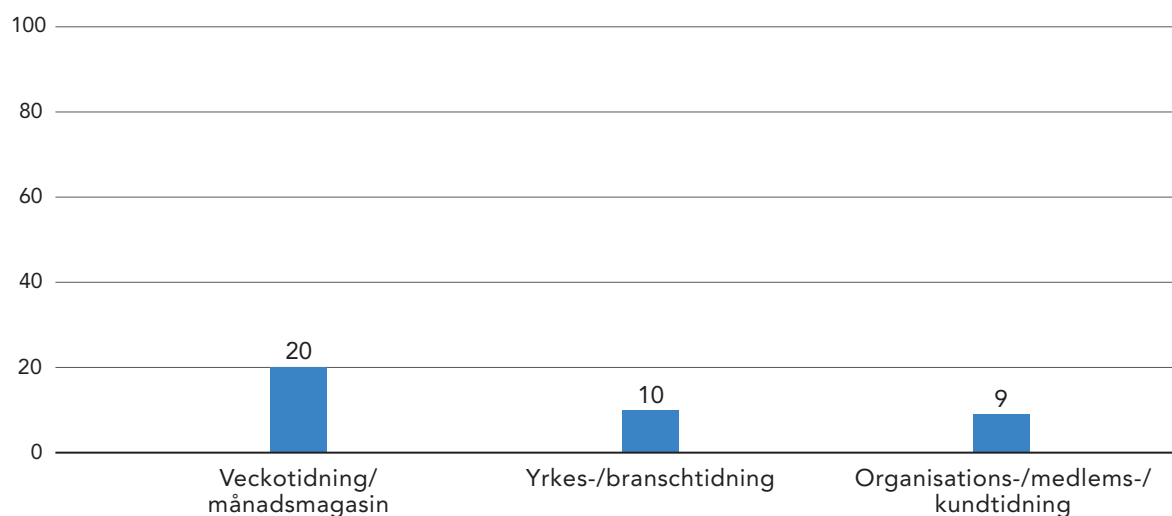
Yrkes-/branschtidningar hade sin högsta andel läsare i åldersgrupper med koppling till arbetslivet. Av förklarliga skäl var andelen läsare av yrkes- och branschtidningar i det närmaste obefintlig i gruppen 9 till 14 år. Andelen läsare av denna typ av tidskrift ökade som mest mellan åldersgrupperna 15 till 24 år och 25 till 44 år.

Räckvidden för organisations-/medlems-/kundtidning ökade även den i takt med ålder. Den högsta andelen läsare fanns i åldern 65 till 79 år, 14 procent.

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



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



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

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

	Veckotidning/ månadsmagasin	Yrkes-/branschtidning	Organisations-/ medlems-/ kundtidning
Totalt	20	10	9
Kvinna	23	8	9
Man	16	12	8
9–14 år	16	0	3
15–24 år	10	4	4
25–44 år	14	11	7
45–64 år	23	12	10
65–79 år	32	12	14
Ej högskola (25–79 år)	23	10	10
Högskola (25–79 år)	21	13	10
Storstad	19	10	8
Stad	19	9	9
Landsbygd	21	10	9

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

## Tidskriftsgenrer: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldern **9 till 14 år** läste flickor och pojkar veckotidning/månadsmagasin i lika hög utsträckning. Framförallt var det bland boende i storstäderna som genren hade läsare. Yrkes- eller branschtidning och organisations-, medlems- eller kundtidning hade en mycket liten andel läsare.

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

Bland **25 till 44-åringarna** var andelen som tog del av någon veckotidning/månadsmagasin något högre bland kvinnorna och bland den äldre halvan av åldersgruppen, 35 till 44 år. Yrkes-/branschtidning lästes i något större utsträckning bland män.

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

Åldersgruppen **65 till 79 år** hade den högsta andelen läsare av vecko-/månadsmagasin. Framförallt var det kvinnorna som tog del av denna genre. Män läste däremot yrkes-/branschtidning i högre utsträckning än kvinnor. Organisations-/medlems- eller kundtidning lästes i något högre grad av högskoleutbildade och av boende utanför storstäderna.

### TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2019 (procent)

	Veckotidning/ månadsmagasin	Yrkes-/branschtidning	Organisations/ medlems-/kundtidning
Totalt	16	0	3
Flicka	16	0	3
Pojke	16	0	3
Storstad	23	0	4
Stad	(13)	(0)	(4)
Landsbygd	14	1	2

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller digitala och tryckta tidskrifter. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

### TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2019 (procent)

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

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

## TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2019 (procent)

	Veckotidning/ månadsmagasin	Yrkes-/branschtidning	Organisations/ medlems-/kundtidning
Totalt	14	11	7
Kvinna	16	8	7
Man	12	13	7
25–34 år	11	10	6
35–44 år	17	11	7
Ej högskola	13	9	6
Högskola	15	12	8
Storstad	14	10	7
Stad	14	11	7
Landsbygd	14	10	7

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

## TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2019 (procent)

	Veckotidning/ månadsmagasin	Yrkes-/branschtidning	Organisations/ medlems-/kundtidning
Totalt	23	12	10
Kvinna	26	10	10
Man	19	15	9
45–54 år	20	11	7
55–64 år	26	14	12
Ej högskola	22	12	10
Högskola	23	13	9
Storstad	24	11	9
Stad	21	11	11
Landsbygd	22	14	9

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

## TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 65–79 år, 2019 (procent)

	Veckotidning/ månadsmagasin	Yrkes-/branschtidning	Organisations/ medlems-/kundtidning
Totalt	32	12	14
Kvinna	40	9	15
Man	24	15	13
65–74 år	31	12	14
75–79 år	33	12	15
Ej högskola	31	10	12
Högskola	33	15	18
Storstad	27	13	10
Stad	34	10	16
Landsbygd	33	13	15

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

## Bok: Daglig räckvidd



Depiction AB/Scandinav

43% läste någon bok en vanlig dag 2019.

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

En av tio lyssnade på ljudbok – en av tjugo läste digital bok.

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

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

Fyra av tio, eller 43 procent, av befolkningen 9 till 79 år läste en bok en vanlig dag 2019. Den tryckta boken dominerade, endast en av tio, 10 procent, tog del av en ljudbok. E-boken lästes av 5 procent, det vill säga en av tjugo.

Kvinnor läste i större utsträckning än män, ett förhållande som stått sig genom de 40 år som Mediebarometern gjort mätningar. En genomsnittlig dag 2019 läste 50 procent, det vill säga hälften, av kvinnorna och 37 procent av männen någon bok. Fyra av tio kvinnor, 40 procent, läste tryckt bok och runt en av tio, 12 procent, lyssnade på ljudbok. Tre av tio män läste tryckt bok och knappt en av tio lyssnade på ljudbok.

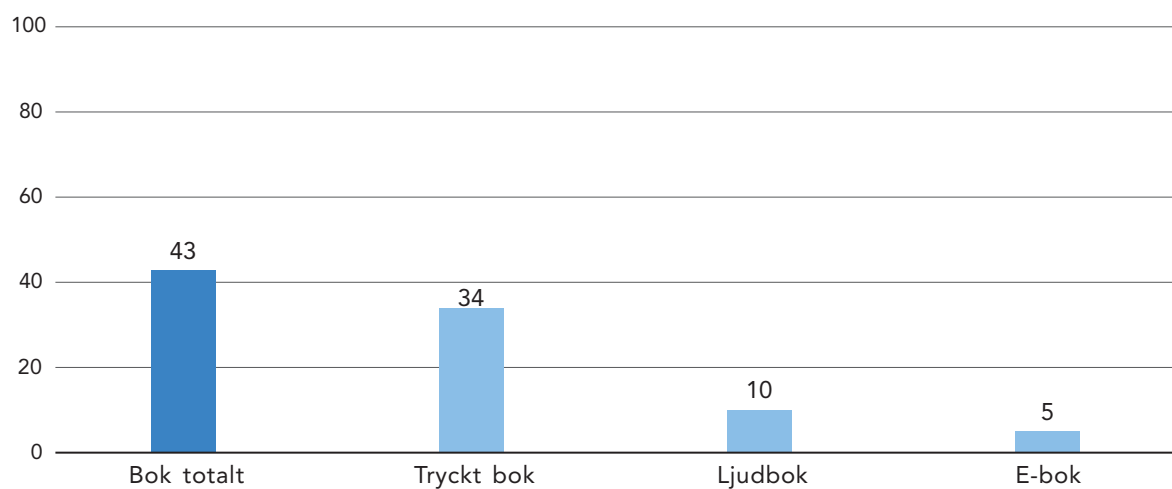
Vad gäller e-bok finns däremot ingen skillnad mellan män och kvinnor. Andelen läsare i denna grupp är än så länge totalt sett mycket låg vilket gör det svårt att dra några slutsatser om resultaten i förhållande till olika bakgrundsfaktorer.

I åldersgruppen 9 till 14 år fanns störst andel bokläsare, 62 procent. Därefter följde de äldsta, personer i åldern 65 till 79 år, med 45 procent. Övriga åldersgrupper låg samtliga nära 40 procentsnivån. Den tryckta boken var under 2019 klart vanligast i samtliga åldersgrupper. Ljudboken hade sin största andel lyssnare i den yngsta åldersgruppen 9 till 14 år, 17 procent lyssnade en vanlig dag. Lägst andel lyssnare fanns bland de äldsta, 4 procent. I åldersgruppen 15 till 24 år, som i övrigt ofta föredrar digitala medier, hade ljudboken under 2019 en daglig räckvidd på 7 procent, något lägre än genomsnittet för hela befolkningen 9 till 79 år (10 procent).

Personer med högre utbildning läste eller lyssnade på bok i större utsträckning än de med lägre utbildning. Hälften, 51 procent, av de högskoleutbildade läste en bok en genomsnittlig dag, 33 procent bland personer utan högskoleutbildning. Skillnaden i förhållande till utbildning gällde oavsett vilken typ av bok det rörde sig om.

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

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



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

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

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	43	34	10	5
Kvinna	50	40	12	5
Man	37	29	8	6
9–14 år	62	57	17	6
15–24 år	40	34	7	7
25–44 år	41	31	12	6
45–64 år	42	30	11	5
65–79 år	45	40	4	3
Ej högskola (25–79 år)	33	24	8	3
Högskola (25–79 år)	51	41	12	6
Storstad	46	37	9	7
Stad	44	36	9	5
Landsbygd	40	31	11	4

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## Bok: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

Bland **9 till 14-åringar** var bokläsning som mest utbredd. Åldersgruppen avviker från övriga såtillvida att pojkar läste mest, 64 procent jämfört med flickors 61 procent. Flickor läste e-bok i något större utsträckning. Jämfört med andra åldersgrupper fanns här en högre andel läsare utanför storstäderna.

Kvinnor i åldern **15 till 24 år** läste i större utsträckning än vad män gjorde. En skillnad märks mellan de yngre och äldre i gruppen. Bland 15 till 19-åringarna läste 44 procent någon bok, av 20 till 24-åringarna läste 35 procent. Inga större skillnader fanns vad gäller vilken typ av bok man tagit del av.

Samma mönster återkom i åldern **25 till 44 år**. De flesta läste tryckt bok och kvinnor läste mer än män. Ljudboken var något mer populär på landsbygden. Inom åldersgruppen fanns den högsta andelen läsare bland högskoleutbildade.

I åldern **45 till 64 år** var andelen kvinnor som lyssnade på ljudbok nästan dubbelt så hög som andelen män, 15 respektive 8 procent. Bland de äldsta, **65 till 79-åringarna**, minskade andelen ljudbokslyssnare till runt 5 procent i samtliga undergrupper. Åldersgruppen följer mönstret med högst andel läsare bland kvinnor, högskoleutbildade samt boende i storstad/stad.

### BOK Daglig räckvidd, 9–14 år, 2019 (procent)

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	62	57	17	6
Flicka	61	56	16	8
Pojke	64	58	17	5
Storstad	60	53	13	7
Stad	(64)	(56)	(16)	(6)
Landsbygd	63	60	21	6

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

### BOK Daglig räckvidd, 15–24 år, 2019 (procent)

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	40	34	7	7
Kvinna	44	37	8	8
Man	36	31	5	6
15–19 år	44	38	7	6
20–24 år	35	28	7	8
Storstad	45	36	8	9
Stad	41	35	5	8
Landsbygd	36	31	8	5

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

### BOK Daglig räckvidd, 25–44 år, 2019 (procent)

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	41	31	12	6
Kvinna	46	36	13	6
Man	36	26	11	6
25–34 år	40	30	11	7
35–44 år	42	32	13	6
Ej högskola	29	18	11	5
Högskola	47	37	13	6
Storstad	41	32	11	7
Stad	42	33	11	5
Landsbygd	39	27	14	6

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

### BOK Daglig räckvidd, 45–64 år, 2019 (procent)

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	42	30	11	5
Kvinna	51	37	15	4
Man	33	23	8	6
45–54 år	42	28	13	6
55–64 år	42	32	9	4
Ej högskola	32	22	10	3
Högskola	52	39	13	7
Storstad	48	36	10	6
Stad	42	30	11	6
Landsbygd	37	25	12	4

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

### BOK Daglig räckvidd, 65–79 år, 2019 (procent)

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	45	40	4	3
Kvinna	55	48	6	4
Man	35	32	3	3
65–74 år	45	40	5	4
75–79 år	43	39	4	3
Ej högskola	36	32	4	2
Högskola	57	52	5	5
Storstad	50	45	3	6
Stad	47	42	4	2
Landsbygd	40	35	5	3

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).



## Bok: Genomsnittlig läsartid bland läsare/lyssnare

Ulf Huett Nilsson/Scandinav

Boklyssnarna spenderade i snitt en timme och en kvart på ljudbok en genomsnittlig dag 2019.

De som läste tryckt eller digital bok/e-bok ägnade dem cirka 50 minuter i snitt.

Generellt ägnade kvinnliga bokläsare/-lyssnare lite mer tid åt boken än manliga läsare/lyssnare.

Läsartiden för tryckt bok var längst i åldern 65 till 79 år medan tiden för ljudbok var längst bland lyssnare 45 år och äldre.

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

Under en genomsnittlig dag 2019 lyssnade boklyssnare i åldern 9 till 79 år sammantaget 74 minuter, det vill säga cirka en timme och en kvart, på ljudbok. E-bok och tryckt bok lästes kortare tid men i sin tur ungefär lika länge, runt 50 minuter. Kvinnliga läsare läste och lyssnade något längre tid än manliga, men skillnaderna var förhållandevis små.

Tiden för läsning ökade med stigande ålder. Undersökningens yngsta åldersgrupp, 9 till 14 år, läste tryckt bok i en dryg halvtimme, 36 minuter en vanlig dag. I åldersgruppen 15 till 24 år var läsartiden betydligt längre, 52 minuter, vilket sannolikt förklaras med läsning av skolböcker och kurslitteratur. Bland de två yngsta åldersgrupperna var dock andelen svars personer som lyssnat på ljudbok låg och resultatet för denna typ av bok bör därför tolkas med försiktighet.

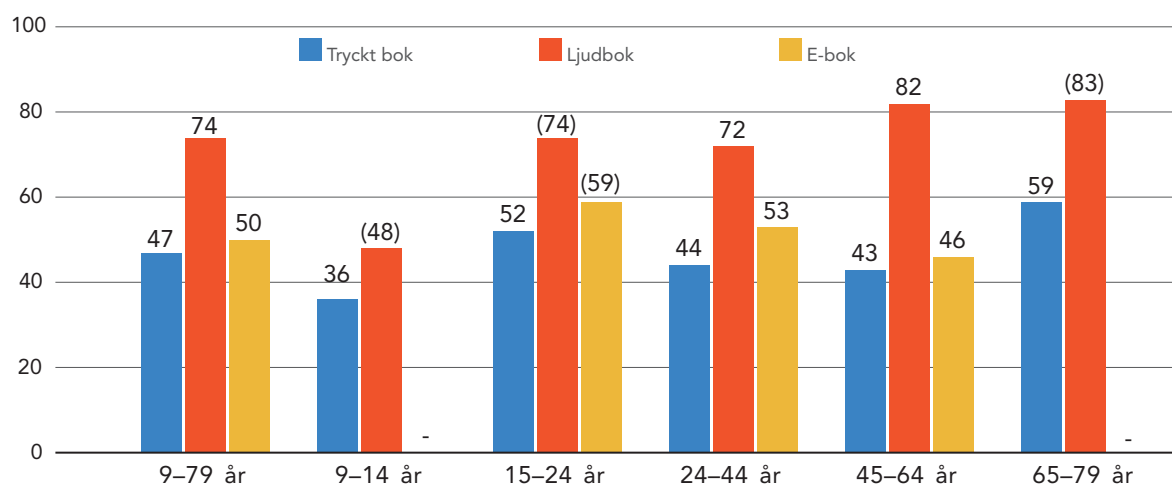
I åldrarna 25 till 44 år och 45 till 64 år var läsartiden för tryckt bok densamma, cirka trekvart. Däremot lyssnade den äldre gruppen på ljudbok något längre tid. Lyssnartiden uppgick till 82 minuter jämfört med 25 till 44-åringarnas 72 minuter. Längst tid för bokläsning ägnade de äldsta läsarna, i åldern 65 till 79 år. En vanlig dag 2019 läste de tryckt bok i ungefär en timme. Personer i denna åldersgrupp lyssnade i snitt på ljudbok cirka en timme och tjugo minuter.

Sett till utbildningsnivå framgick att personer utan högskoleutbildning lyssnade längre tid på ljudbok, 84 minuter, än de med högskoleutbildning, 73 minuter. För tryckt bok fanns ingen egentlig skillnad beroende på utbildning vad gällde läsartid bland bokläsare. Bostadsort visade inte heller på någon skillnad vad gäller läsartid för den tryckta boken. Däremot lyssnade boende utanför storstäderna längre tid på ljudbok, ungefär en timme och 20 minuter, det vill säga 12 minuter längre än de boklyssnare som bodde i storstad.

E-bok lästes något längre tid bland personer med högskoleutbildning än bland dem utan utbildning vid högskola. Läsartiden bland e-bokläsare var också något längre bland personer boende i städer, strax under en timme. Dock var antalet e-bokläsare boende på landsbygden lågt och resultatet för denna grupp bör därför tolkas med viss försiktighet.



## BOK Genomsnittlig läsartid bland läsare/lyssnare, 9–79 år, 2019 (minuter)



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-" Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

## BOK Genomsnittlig läsartid bland läsare/lyssnare, 9–79 år, 2019 (minuter)

	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	47	74	50
Kvinna	48	76	53
Man	45	71	47
9–14 år	36	(48)	-
15–24 år	52	(74)	(59)
25–44 år	44	72	53
45–64 år	43	82	46
65–79 år	59	(83)	-
Ej högskola (25–79 år)	50	84	44
Högskola (25–79 år)	46	73	51
Storstad	48	67	55
Stad	46	75	50
Landsbygd	47	79	(43)
Antal svar	2 069	591	328

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-" Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

## Bokgenrer: Daglig räckvidd



Astrakan Images AB/Scandinav

Den mest lästa bokgenren 2019 var skönlitteratur.

Kvinnor läste skönlitteratur i betydligt större utsträckning än män.

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

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

Räckvidden för olika bokgenrer hade begränsad koppling till var människor bodde.

I befolkningen 9 till 79 år var skönlitteratur den mest lästa bokgenren under 2019. En av tre läste en skönlitterär bok en vanlig dag. Kvinnor läste generellt skönlitteratur i högre utsträckning än män, oavsett åldersgrupp. För läsning av lärobok, fackbok och biografi/memoar förelåg inga skillnader mellan könen. Barnbok lästes däremot i något högre grad av kvinnor än av män. En av tio kvinnor läste en barnbok en vanlig dag 2019, bland män var det en av tjugo.

Sett till de olika åldersgrupperna var det främst de yngsta, 9 till 14-åringarna, och de äldsta, 65 till 79-åringarna, som läste skönlitteratur. I åldern 15 till 44 år var det ungefär en av fyra som läste skönlitteratur en vanlig dag.

Lärobok/kursbok var den genre som lästes i näst störst utsträckning sett till hela befolkningen men i förhållande till skönlitteratur låg läsningen på en helt annan nivå. En av tio i den totala befolkningen 9 till 79 år läste en lärobok/kursbok en vanlig dag 2019. Här spelade dock ålder en viktig roll. Det var främst de yngre åldrarna, 9 till 24 år, som läste lärobok/kursbok.

Facklitteratur lästes i förhållandevis likartad utsträckning oavsett kön. Däremot märktes en skillnad mellan de yngre och äldre åldersgrupperna. 9 till 24-åringar låg på samma nivå, 5 procent en vanlig dag. Bland de äldre, 25 till 79 år var räckvidden en vanlig dag runt 10 procent.

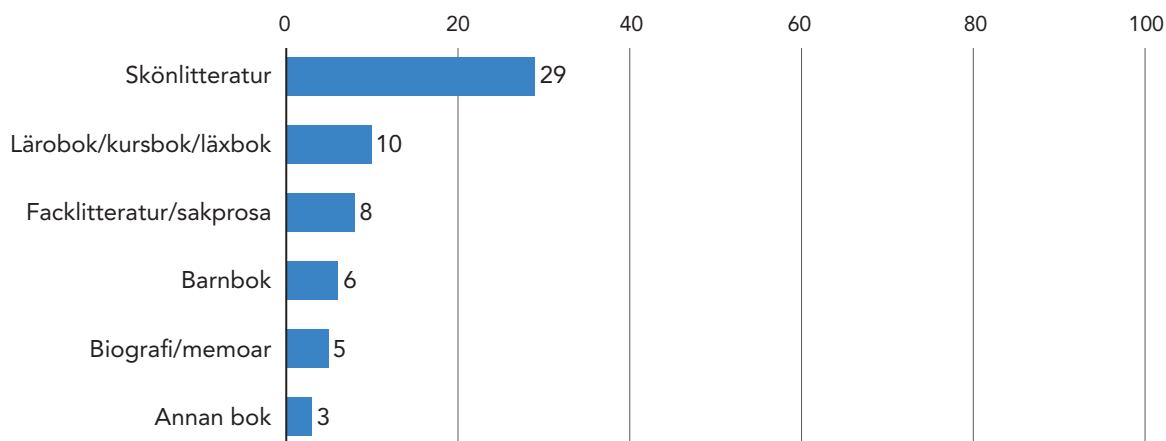
Läsning av barnbok var som mest utbredd bland de yngsta, 9 till 14-åringarna. Föräldrars läsning för barn noteras i åldersgruppen 25 till 44 år där en av tio läste någon barnbok. Andelen läsare i denna åldersgrupp var betydligt högre än i åldrarna närmast under och över.

Biografi/memoar lästes i stort sett i samma utsträckning i samtliga åldersgrupper, cirka 5 procent.

Utbildningsnivå hade betydelse för andelen läsare av de olika genrer. Det var vanligare att läsa skönlitteratur bland personer med högskoleutbildning, 35 procent läste denna genre en vanlig dag jämfört med 24 procent bland personer utan högskoleutbildning. En något högre andel läsare bland högskoleutbildade märktes även för lärobok, facklitteratur samt för barnbok.

Skillnader i bostadsort påverkade inte resultatet för läsning av skönlitteratur, lärobok, barnbok eller biografi/memoar. Att läsa facklitteratur var däremot något mer utbrett bland boende i storstäderna jämfört med på landsbygden.

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



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

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

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/ memoar
Totalt	29	10	8	6	5
Kvinna	37	11	7	9	5
Man	22	9	9	4	4
9–14 år	37	34	5	22	4
15–24 år	24	24	5	1	5
25–44 år	24	10	10	11	5
45–64 år	32	4	9	4	4
65–79 år	36	3	9	2	6
Ej högskola (25–79 år)	24	3	5	3	4
Högskola (25–79 år)	35	8	12	9	6
Storstad	31	11	11	7	5
Stad	29	10	8	5	4
Landsbygd	28	9	6	6	4

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

## Bokgenrer: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldersgruppen **9 till 14 år** läste nästan lika stor andel skönlitteratur som lärobok en vanlig dag. 9 till 14-åringar boende i storstad/stad läste skönlitteratur i högre utsträckning än boende på landsbygden.

Bland ungdomarna, **15 till 24 år**, läste kvinnor skönlitteratur men även lärobok/kursbok i större utsträckning än män. Inom åldersgruppen märktes en skillnad i att andelen som läst någon bok en vanlig dag 2019 var närmast den dubbla bland 15 till 19-åringar jämfört med den äldre halvan av åldersgruppen, 20 till 24 år. Läsning av lärobok i åldersgruppen var högst i storstäderna.

I åldern **25 till 44 år** pekade högre utbildningsnivå mot en högre andel läsare av samtliga genrer. Andelen personer som läste barnböcker var högre i den äldre halvan av åldersgruppen.

I åldern **45 till 64 år** dominerade läsning av skönlitteratur. För övriga genrer var utbildningsnivå den bakgrundsfaktor som framträdde tydligast vad gäller skillnad i andelen läsare. I åldersgruppen **65 till 79 år** läste en högre andel män någon fackbok en genomsnittlig dag jämfört med andelen kvinnor. Läsning av biografi/memoar var något mer utbredd bland personer i åldern 65 till 79 år jämfört med yngre åldersgrupper.

### BOKGENRER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2019 (procent)

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/ memoar
Totalt	37	34	5	22	4
Flicka	39	33	3	23	4
Pojke	34	34	7	21	4
Storstad	40	31	7	22	5
Stad	(38)	(30)	(4)	(19)	(4)
Landsbygd	33	37	4	23	4

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller tryckt bok, ljudbok eller e-bok. Värdet i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

### BOKGENRER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2019 (procent)

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/ memoar
Totalt	24	24	5	1	5
Kvinna	28	27	4	2	5
Man	19	20	6	0	5
15–19 år	30	29	4	1	6
20–24 år	16	17	6	2	4
Storstad	26	29	5	2	5
Stad	24	23	6	1	5
Landsbygd	22	20	3	2	5

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

## BOKGENRER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2019 (procent)

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/ memoar
Totalt	24	10	10	11	5
Kvinna	28	9	9	16	4
Man	20	10	10	7	5
25–34 år	21	11	10	8	5
35–44 år	26	8	9	14	5
Ej högskola	18	6	5	7	4
Högskola	27	10	12	15	5
Storstad	24	10	12	10	6
Stad	22	11	7	11	4
Landsbygd	24	7	8	12	4

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

## BOKGENRER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2019 (procent)

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/ memoar
Totalt	32	4	9	4	4
Kvinna	42	5	9	5	4
Man	22	3	9	3	3
45–54 år	31	4	8	5	4
55–64 år	32	4	9	3	3
Ej högskola	25	1	5	2	3
Högskola	38	7	12	5	4
Storstad	36	5	11	6	3
Stad	30	3	10	3	4
Landsbygd	29	4	6	3	4

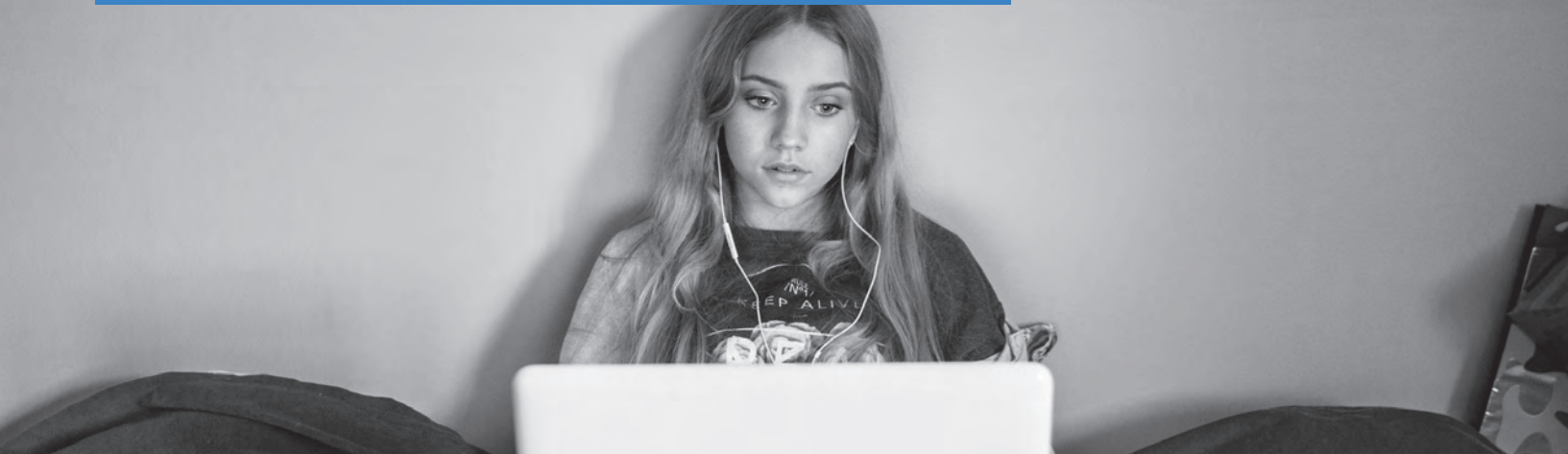
Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller tryckt bok, ljudbok eller e-bok.

## BOKGENRER Daglig räckvidd, 65–79 år, 2019 (procent)

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/ memoar
Totalt	36	3	9	2	6
Kvinna	48	3	7	3	8
Man	24	2	11	0	5
65–74 år	36	3	9	2	7
75–79 år	34	2	9	1	6
Ej högskola	29	2	6	1	4
Högskola	46	4	13	3	10
Storstad	41	2	11	2	8
Stad	38	3	8	1	5
Landsbygd	31	2	8	2	6

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

## Sociala nätverkstjänster: Daglig räckvidd



Lena Granefelt/Scandinav

79% använde sociala nätverkstjänster en vanlig dag 2019 – flest, 61%, använde Facebook.

Facebook, Instagram och Snapchat hade fler kvinnliga användare än manliga – för Twitter och LinkedIn gällde det omvända.

97% i åldern 15 till 24 år använde sociala nätverkstjänster en vanlig dag – i åldern 65 till 79 år rörde det sig om hälften.

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

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

Under 2019 tog 79 procent av befolkningen 9 till 79 år del av någon social nätverkstjänst en vanlig dag. De flesta tog del av Facebook, 61 procent. Ungefär halva befolkningen, 52 procent, tog del av Instagram, medan 29 procent tog del av Snapchat. Ungefär 10 procent tog del av Twitter, LinkedIn eller någon blogg/vlogg.

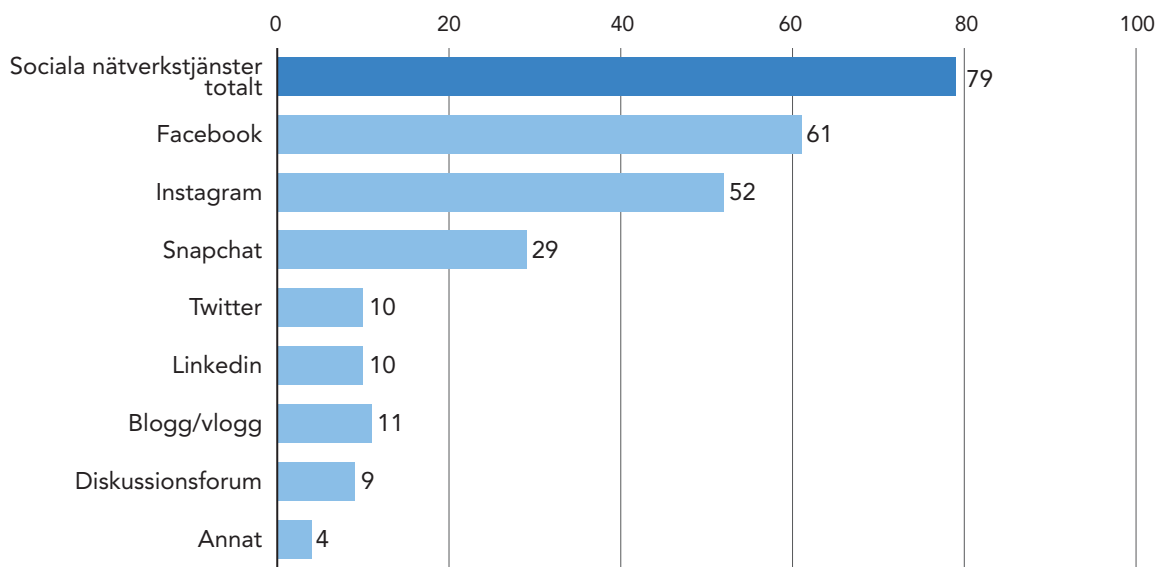
Överlag använde kvinnor de olika sociala nätverkstjänsterna i högre utsträckning än vad män gjorde. Undantagen var Twitter och LinkedIn som har fler användare bland män. Största gapet mellan kvinnors och mäns användning av nätverkstjänsterna avsåg Instagram. En vanlig dag 2019 var det 62 procent av kvinnorna som tog del av Instagram. Bland männen var motsvarande andel 43 procent.

Det fanns en betydande ålderskillnad i användningen av de olika sociala nätverkstjänsterna. Högst andel användare fanns i åldersgruppen 15 till 24 år. Lägst andel hade gruppen 65 till 79 år. Facebook var den populäraste plattformen i de tre äldre åldersgrupperna, 45 till 79 år, medan åldersgruppen mellan 15 och 24 år var väsentligt mer benägen att använda Snapchat, Instagram och Twitter. Skillnaderna var särskilt tydliga när det avsåg Snapchat: 83 procent i gruppen 15 till 24 år använde Snapchat en vanlig dag 2019. Bland de yngsta, 9 till 14 år var andelen 67 procent. Endast 2 procent i åldersgruppen 65 till 79 år använde Snapchat under 2019.

Personer med högskoleutbildning var generellt sett något mer benägna att använda sociala nätverkstjänster jämfört med personer utan högskoleutbildning. Skillnaderna avsåg främst Facebook, Instagram och LinkedIn. För LinkedIn låg räckvidden på 16 procent bland personer med högskoleutbildning och 7 procent bland dem utan högskoleutbildning. Snapchat var den enda nätverkstjänst där inga skillnader i användningen kunde bekräftas utifrån utbildningsnivå.

Skillnader beroende på boendeort noterades i räckvidden för Instagram och LinkedIn. Andelen användare av dessa tjänster var högre bland storstadsbor än bland landsbygdsbor.

## SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 (procent)



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Twitter	LinkedIn	Blogg/vlogg
Totalt	79	61	52	29	10	10	11
Kvinna	82	66	62	33	7	8	15
Man	76	56	43	26	13	12	8
9–14 år	82	10	51	67	4	0	25
15–24 år	97	66	82	83	21	3	21
25–44 år	90	78	66	30	12	18	15
45–64 år	76	64	44	12	7	12	6
65–79 år	51	44	23	2	3	3	2
Ej högskola (25–79 år)	70	59	42	15	6	7	5
Högskola (25–79 år)	80	68	49	15	10	16	11
Storstad	82	63	56	26	11	16	13
Stad	79	61	54	33	10	8	12
Landsbygd	76	59	48	29	8	6	9

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser samtliga sociala nätverkstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

## Sociala nätverkstjänster: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

Bland **9 till 14-åringarna** tog flickor del av sociala nätverkstjänster under 2019 i högre utsträckning än vad pojkar gjorde. Skillnaderna var särskilt markanta för Snapchat och Instagram. Att i princip inga i åldersgruppen 9 till 14 år tog del av LinkedIn förklaras med att tjänsten främst är till för den arbetande befolkningen.

Även i åldersgruppen **15 till 24 år** var Instagram och Snapchat de största tjänsterna. Noterbart är att förhållandevis få män tog del av bloggar. Andelen uppgick till 8 procent bland män och till 33 procent bland kvinnor.

I åldersgruppen **25 till 44 år** var gapet mellan kvinnors och mäns användning av tjänsterna för-

hållandevis stort. Räckvidden för Instagram var 79 procent bland kvinnor och 54 procent bland män. Skillnaderna utifrån utbildningsnivå och boendeort avsåg framförallt LinkedIn. Nätverkstjänsten hade förhållandevis hög räckvidd bland dem med högskoleutbildning och bland storstadsbor.

I åldersgruppen **45 till 64 år** var räckvidden för nätverkstjänsterna lägre än bland 24 till 44-åringarna. I övrigt uppvisade åldersgruppen samma mönster med avseende på räckvidd.

Bland **65 till 79-åringar** användes främst Facebook och Instagram och skillnaderna i användning var överlag små i relation till kön, utbildning och boendeort.

### SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Twitter	LinkedIn	Blogg/vlogg
Totalt	82	10	51	67	4	0	25
Flicka	87	10	61	76	1	0	31
Pojke	78	8	42	59	6	0	19
Storstad	78	7	52	65	3	0	30
Stad	(88)	(8)	(60)	(76)	(4)	(0)	(25)
Landsbygd	82	12	44	63	4	0	21

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser samtliga sociala nätverkstjänster, inte bara de som nämns i tabellen. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

### SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Twitter	LinkedIn	Blogg/vlogg
Totalt	97	66	82	83	21	3	21
Kvinna	98	70	89	88	18	3	33
Man	95	62	75	78	24	4	8
15–19 år	97	56	87	89	21	1	23
20–24 år	96	78	76	76	22	7	19
Storstad	97	62	82	81	20	5	21
Stad	98	66	82	87	22	4	23
Landsbygd	95	68	82	82	22	2	20

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser samtliga sociala nätverkstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.



## SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Twitter	Linkedin	Blogg/vlogg
Totalt	90	78	66	30	12	18	15
Kvinna	94	84	79	35	7	16	20
Man	87	72	54	26	17	19	10
25–34 år	92	80	71	40	12	14	18
35–44 år	89	75	60	20	12	21	11
Ej högskola	88	74	62	34	11	11	10
Högskola	91	79	66	24	13	22	16
Storstad	91	77	67	24	13	24	17
Stad	93	82	70	37	13	13	14
Landsbygd	86	75	60	33	10	13	12

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser samtliga sociala nätverkstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

## SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Twitter	Linkedin	Blogg/vlogg
Totalt	76	64	44	12	7	12	6
Kvinna	82	71	55	14	4	9	6
Man	71	57	33	9	10	15	6
45–54 år	80	68	48	15	9	14	7
55–64 år	72	59	39	8	5	9	6
Ej högskola	75	64	44	13	5	8	5
Högskola	77	64	43	11	9	16	8
Storstad	78	64	46	8	9	19	7
Stad	75	63	42	10	6	11	7
Landsbygd	76	64	42	15	6	7	6

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser samtliga sociala nätverkstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

## SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 65–79 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Twitter	Linkedin	Blogg/vlogg
Totalt	51	44	23	2	3	3	2
Kvinna	53	46	29	3	2	1	2
Man	50	43	17	2	4	4	3
65–74 år	56	47	27	2	4	3	2
75–79 år	42	37	13	2	1	2	3
Ej högskola	47	41	22	2	2	2	2
Högskola	58	50	24	3	5	4	3
Storstad	54	44	24	2	5	4	2
Stad	49	42	21	2	3	3	3
Landsbygd	52	46	24	3	3	2	2

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser samtliga sociala nätverkstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

## Sociala nätverkstjänster: Genomsnittlig användartid bland användare



Scandinav

Användarna tog i snitt del av sociala nätverkstjänster 65 minuter en vanlig dag 2019.

Kvinnliga användare ägnade mer tid åt sociala nätverkstjänster än manliga.

Längst tid, två timmar per dag, spenderade åldersgruppen 15 till 24 år – det var fyra gånger så lång tid som 65 till 79-åringarna.

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

Samma sak gällde användare boende i storstäder respektive landsbygd.

Under 2019 spenderade den genomsnittlige användaren i åldern 9 till 79 år i snitt 65 minuter på sociala nätverkstjänster en vanlig dag. Mediebarometern har tidigare visat att vi investerar mer och mer av vår tid på att vara online på olika sociala nätverkstjänster. I olika användargrupper är det de grupper som tidigt haft en hög andel användare som fortsatt lägger mest tid på sociala nätverkstjänster.

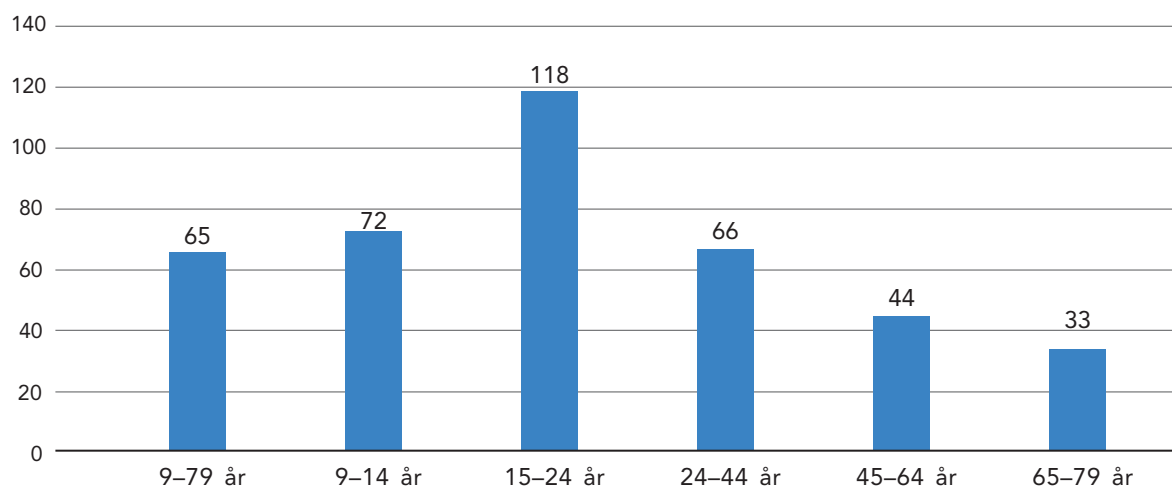
Kvinnliga och manliga användare ägnade inte lika lång tid åt tjänsterna. Bland de kvinnor som tog del av sociala nätverkstjänster uppgick användartiden till i genomsnitt 72 minuter mot männens 58 minuter.

Användartiden bland användare av sociala nätverkstjänster varierade kraftigt mellan olika åldersgrupper. Under 2019 tog 82 procent av barnen, 9 till 14 år, del av sociala nätverkstjänster en vanlig dag och sammanlagt tog de del av tjänsterna drygt 1 timme och 10 minuter. Den genomsnittliga användaren i åldersspannet 15 till 24 använde sociala nätverkstjänster i 118 minuter. Det var också den åldersgrupp som ägnade mest tid åt sociala nätverkstjänster under 2019. I samma åldersgrupp hade dessutom nästan alla använt sociala nätverkstjänster en vanlig dag. Bland personer 25 år och äldre år sjönk användningstiden med stigande ålder. Användarna mellan 65 och 79 år tog del av sociala nätverkstjänster i snitt 33 minuter per dag, vilket var ungefär hälften så lång tid som snittet för befolkningen som helhet.

När det gäller utbildning fanns inga skillnader i användartiden. Användare i åldersintervallet 25 till 79 år ägnade 50 minuter åt sociala nätverkstjänster en vanlig dag oberoende av utbildningsnivå.

Skillnaderna i användningstid utifrån boendeort var relativt begränsade. Användningstiden i städer var något längre tid jämfört med användarnas användningstid på landsbygden.

**SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER** Genomsnittlig användartid bland användare, 9–79 år, 2019 (minuter)



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

**SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER** Genomsnittlig användartid bland användare, 9–79 år, 2019 (minuter)

	Användartid
Totalt	65
Kvinna	72
Man	58
9–14 år	72
15–24 år	118
25–44 år	66
45–64 år	44
65–79 år	33
Ej högskola (25–79 år)	50
Högskola (25–79 år)	50
Storstad	64
Stad	68
Landsbygd	63
Antal svar	4 752

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).



## Nyheter: Daglig räckvidd

Mårten Adolfsen/Scandinav

Under 2019 tog 46% del av nyheter från SVT en vanlig dag – det gjorde SVT till Sveriges mest använda nyhetsförmedlare.

Nyheter från SVT, SR och morgontidning var mer populära bland män – nyheter från TV4 var mer populära bland kvinnor.

Nyheter från SVT, SR, TV4 och morgontidning hade väsentligt högre räckvidd bland äldre än bland yngre.

TV4:s nyheter hade högre räckvidd bland lågutbildade än bland högutbildade – för morgontidning var det tvärtom.

SR och TV4 hade högre andel nyhetsanvändare på landsbygden än i storstäderna – för kvällstidning gällde det omvända.

Under en vanlig dag 2019 tog 46 procent av den svenska befolkningen 9 till 79 år del av nyheter via Sveriges Television (SVT). Då inkluderas nyheter via såväl tablålagd tv som digitalt. SVT var därmed den mest populära aktören för nyheter bland de traditionella medierna. Sveriges Radio (SR) var den näst vanligaste nyhetskällan med en daglig räckvidd på 39 procent, följt av TV4 (33 procent), morgontidningar (23 procent), kvällstidningar (23 procent) och sist gratistidningar (11 procent). Räckvidden för gratistidningar påverkas dock av att dessa i allmänhet enbart utkommer med ett nummer i veckan.

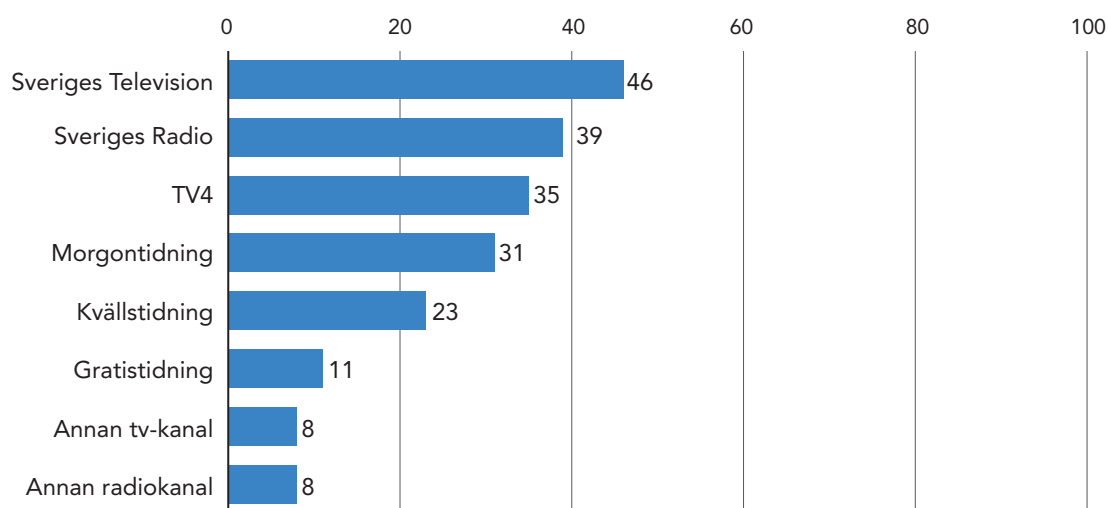
Kvinnor och män tog del av nyheter via de olika medierna i ungefär samma utsträckning. Det största gapet märks för det största nyhetsmediet: 49 procent av männen och 44 procent av kvinnorna tog del av nyheter via SVT en vanlig dag 2019.

Räckvidden för nyheter via traditionella medier skilde sig markant mellan yngre och äldre. De äldsta, 65 till 79 år, tog del av nyheter via traditionella medier i högre utsträckning än yngre. Det gällde särskilt tv (SVT och TV4), radio (SR) och morgontidningar. Bland personer mellan 25 och 44 år återfanns den högsta andelen som tog del av nyheter via kvällstidningar, 30 procent. Bland personer i åldersspannet 65 till 79 låg motsvarande räckvidd på 21 procent.

Personer med utbildning från högskola var något mer benägna att ta del av nyheter från en morgontidning. Andelen uppgick en vanlig dag 2019 till 42 procent. Bland personer utan högskoleutbildning tog 33 procent del av morgontidningsnyheter. För TV4 gällde det omvända förhållandet. Bland dem som tog del av nyheter i TV4 var det fler utan högskoleutbildning, 47 procent, än med, 34 procent.

När det gäller boendeort var skillnaderna i användning av traditionella nyhetsförmedlare överlag små. De största differenserna konstateras för SR:s och TV4:s nyheter. Bland boende på landsbygden tog 43 procent del av SR:s nyheter, i storstäderna uppgick andelen till 35 procent. Motsvarande tog 39 procent del av TV4:s nyheter på landsbygden och 29 procent i storstäderna. För morgontidningsnyheter fanns det ingen geografisk skillnad i fråga om daglig räckvidd.

## NYHETER Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 (procent)



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

## NYHETER Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 (procent)

	SVT	SR	TV4	Morgontidning	Kvällstidning	Gratis-tidning
Totalt	46	39	35	31	23	11
Kvinna	44	37	38	32	21	10
Man	49	40	33	31	25	11
9–14 år	16	13	17	8	3	3
15–24 år	18	15	19	12	15	12
25–44 år	31	31	24	20	30	12
45–64 år	60	49	43	41	26	10
65–79 år	81	61	59	56	21	12
Ej högskola (25–79 år)	56	45	47	33	25	10
Högskola (25–79 år)	54	47	34	42	28	12
Storstad	44	35	29	31	26	12
Stad	47	37	37	32	24	10
Landsbygd	48	43	39	31	21	9

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

## Nyheter: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

Räckvidden för nyheter i traditionella nyhetsmedier var under 2019 jämförelsevis låg i åldersgrupperna **9 till 14 år** och **15 till 24 år**. Skillnaderna i relation till kön och boendeort var också begränsade.

I gruppen **25 till 44 år** var differenserna i räckvidden för traditionella nyhetsmedier tydliga. I gruppen tog en större andel män än kvinnor och en högre andel med högskoleutbildning än utan högskoleutbildning del av SVT:s nyheter. Räckvidden för SR:s nyheter var högre bland högskoleutbildade än bland personer utan högskoleutbildning samt högre på landsbygden än i storstäderna. Andelen som tog del av morgon- och kvällstidningsnyheter var förhållandevis hög bland högutbildade.

Personer i åldern **45 till 64 år** uppvisade samma mönster som 25 till 44-åringarna. Skillnaderna mellan olika grupper var dock något mindre framträdande. Undantaget gällde nyheter i morgontidningar, där räckvidden var väsentligt högre bland personer med högskolestudier än bland personer utan.

Bland **65 till 79-åringarna** var skillnaderna överlag små sett till kön, utbildning och boendeort. Största differenserna gällde räckvidden för nyheter i TV4 som var förhållandevis hög bland personer utan högskoleutbildning och bland boende utanför storstäderna. Omvänt tog förhållandevis många med högskoleutbildning del av morgontidningarnas nyheter.

### NYHETER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2019 (procent)

	SVT	SR	TV4	Morgontidning	Kvällstidning	Gratis-tidning
Totalt	16	13	17	8	3	3
Flicka	17	13	20	8	5	4
Pojke	15	12	15	8	1	2
Storstad	17	8	18	9	5	4
Stad	(18)	(10)	(15)	(5)	(2)	(2)
Landsbygd	14	17	19	9	2	2

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter i respektive medium i traditionell form eller digitalt. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

### NYHETER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2019 (procent)

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

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

## NYHETER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2019 (procent)

	SVT	SR	TV4	Morgon-tidning	Kvälls-tidning	Gratis-tidning
Totalt	31	31	24	20	30	12
Kvinna	28	30	28	20	28	9
Man	35	33	21	20	31	14
25–34 år	27	25	21	14	26	12
35–44 år	35	38	26	26	33	11
Ej högskola	26	29	27	12	26	8
Högskola	35	35	22	25	33	13
Storstad	32	28	21	21	31	14
Stad	31	30	25	20	32	11
Landsbygd	31	38	27	19	26	10

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

## NYHETER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2019 (procent)

	SVT	SR	TV4	Morgon-tidning	Kvälls-tidning	Gratis-tidning
Totalt	60	49	43	41	26	10
Kvinna	56	45	46	42	24	10
Man	63	52	40	41	29	9
45–54 år	50	42	39	36	28	10
55–64 år	69	56	47	47	25	9
Ej högskola	58	47	49	34	28	9
Högskola	61	51	37	50	25	10
Storstad	60	48	37	46	29	12
Stad	62	45	46	42	24	9
Landsbygd	58	51	46	38	26	8

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

## NYHETER Daglig räckvidd, 65–79 år, 2019 (procent)

	SVT	SR	TV4	Morgon-tidning	Kvälls-tidning	Gratis-tidning
Totalt	81	61	59	56	21	12
Kvinna	81	60	59	56	19	12
Man	81	61	59	56	23	12
65–74 år	79	59	57	54	22	11
75–79 år	84	65	64	61	18	14
Ej högskola	80	59	63	51	20	12
Högskola	82	64	54	64	22	12
Storstad	81	58	49	57	19	12
Stad	82	62	63	61	26	13
Landsbygd	80	62	62	52	18	11

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

## Nyheter i sociala nätverkstjänster: Daglig räckvidd



Scandinav

28% tog del av nyheter via Facebook en vanlig dag 2019 – 16% tog del av nyheter via Instagram och 11% via Youtube.

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

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

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

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

Vid sidan av de traditionella nyhetsmedierna försiggår också en betydande konsumtion av nyheter förmedlade via sociala nätverkstjänster. Användningsmönstren under 2019 följde i stort den totala användningen av de olika tjänsterna (se s. 87).

Facebook, som under 2019 var den mest använda sociala nätverkstjänsten i Sverige, var också den mest använda sociala nätverkstjänsten för nyheter. 28 procent av befolkningen 9 till 79 år uppgav att de tog del av nyheter via Facebook en genomsnittlig dag. Andelen som tog del av nyheter via Instagram uppgick till 16 procent medan 11 procent tog del av nyheter via Youtube. För Snapchat och Twitter var motsvarande andelar 6 respektive 5 procent.

Skillnaderna i kvinnors och mäns nyhetskonsumtion via sociala nätverkstjänster var relativt begränsade. Dock var det fler kvinnor än män som tog del av nyheter via Instagram. Andelarna uppgick till 20 respektive 13 procent.

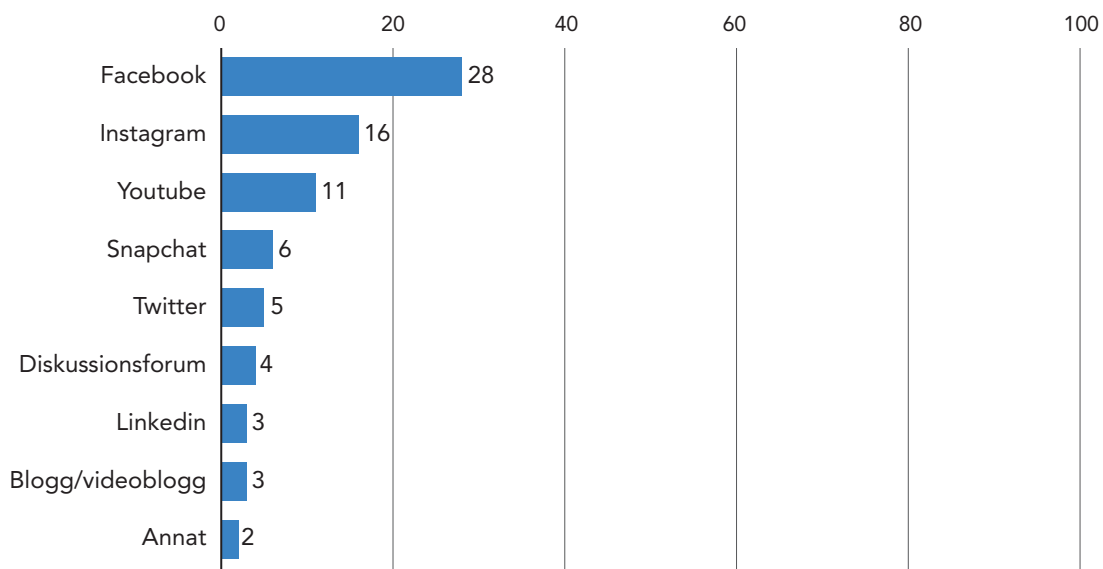
Räckvidden för nyheter via Facebook var relativt jämnt fördelad mellan olika åldersgrupper. Undantaget var barnen, 9 till 14 år, vars närvaro på Facebook generellt sett är jämförelsevis låg. De yngre generationerna, som historiskt sett aldrig varit stora nyhetskonsumenter, angav dock att de i jämförelsevis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

I åldersgruppen 15 till 24 år var istället Instagram den vanligaste nyhetskällan bland de sociala nätverkstjänsterna med en daglig räckvidd på 43 procent. 37 procent tog del av nyheter via Facebook och 31 procent via Youtube. I de tre äldsta åldersgrupperna (25 till 79 år), tog relativt sett färre del av nyheter på Youtube, Snapchat och Twitter jämfört med de yngre.

Räckvidden för nyheter via sociala nätverkstjänster hade begränsad koppling till såväl utbildningsnivå som boendeort. Undantaget var Twitter, som under 2019 hade en jämförelsevis högre räckvidd som nyhetskanal bland personer med högskoleutbildning och bland boende i storstäderna.



## NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 (procent)



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

## NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–79 år, 2019 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Snapchat	Twitter
Totalt	28	16	11	6	5
Kvinna	30	20	9	7	3
Man	26	13	13	5	7
9–14 år	3	24	29	23	3
15–24 år	37	43	31	20	12
25–44 år	36	16	10	3	7
45–64 år	25	8	4	2	4
65–79 år	19	6	2	1	2
Ej högskola (25–79 år)	28	10	5	2	3
Högskola (25–79 år)	27	10	5	1	6
Storstad	27	16	12	5	7
Stad	28	17	11	6	5
Landsbygd	28	15	9	7	4

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

## Nyheter i sociala nätverkstjänster: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldersgrupperna **9 till 14 år** och **15 till 24 år** var andelen som konsumerade nyheter via Instagram och Snapchat en vanlig dag 2019 högre bland flickor/kvinnor än bland pojkar/män. Samtidigt var nyheter via Youtube och Twitter något vanligare bland pojkar/män. I åldern 15 till 24 år var det också tydligt att andelen som nåddes av nyheter via Facebook och Snapchat var högre på landsbygden jämfört med i storstäderna.

I åldern **25 till 44 år** var kvinnorna mer orienterade mot nyheter via Facebook och Instagram och männen mot nyheter via Youtube och Twitter.

I åldersgruppen **45 till 64 år** var skillnaderna mellan olika grupper mindre framträdande. Det gällde inte minst nyheter via Facebook och Instagram, vars räckvidd hade en relativt jämn fördelning utifrån kön, utbildningsnivå och boendeort.

I den äldsta gruppen, **65 till 79 år**, hade nyheter via Facebook högst räckvidd bland kvinnor och på landsbygden, medan nyheter via Instagram hade en mer jämn spridning. För övriga sociala nätverkstjänster var nyhetskonsumtionen i den här gruppen mycket begränsad.

### NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2019 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Snapchat	Twitter
Totalt	3	24	29	23	3
Flicka	3	29	28	27	1
Pojke	4	20	30	20	4
Storstad	3	27	33	23	2
Stad	(1)	(26)	(23)	(22)	(2)
Landsbygd	5	21	30	24	3

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter via respektive nätverkstjänst. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

### NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2019 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Snapchat	Twitter
Totalt	37	43	31	20	12
Kvinna	39	50	27	22	10
Man	35	37	35	17	14
15–19 år	32	53	39	26	13
20–24 år	43	31	21	12	11
Storstad	32	41	34	18	11
Stad	36	44	30	18	11
Landsbygd	42	45	30	23	13

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

## NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2019 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Snapchat	Twitter
Totalt	36	16	10	3	7
Kvinna	40	21	6	4	4
Man	33	11	13	3	9
25–34 år	38	19	11	5	7
35–44 år	35	13	8	2	7
Ej högskola	37	16	11	5	6
Högskola	34	14	8	1	7
Storstad	35	17	11	3	8
Stad	40	17	10	3	6
Landsbygd	35	14	7	4	5

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

## NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2019 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Snapchat	Twitter
Totalt	25	8	4	2	4
Kvinna	26	9	2	2	2
Man	25	7	6	1	6
45–54 år	28	9	5	1	5
55–64 år	23	8	3	2	2
Ej högskola	27	9	3	2	2
Högskola	24	7	4	1	6
Storstad	23	8	5	1	6
Stad	27	9	5	1	4
Landsbygd	27	7	3	2	2

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

## NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 65–79 år, 2019 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Snapchat	Twitter
Totalt	19	6	2	1	2
Kvinna	22	6	2	0	1
Man	16	5	2	1	2
65–74 år	19	6	2	0	2
75–79 år	18	5	2	1	1
Ej högskola	20	6	2	1	2
Högskola	17	5	2	0	2
Storstad	17	5	2	0	3
Stad	16	5	2	1	1
Landsbygd	21	7	2	0	1

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

## Medieteknik: Tillgång i hushållet



Caluvafoto/Scandinav

2019 hade nästan alla mellan 9 och 64 år tillgång till en smartphone – i gruppen 65 till 79 år var andelen 77%.

86% av befolkningen hade en bärbar dator i hushållet och 69% en surfplatta.

Tillgången till olika medietekniker varierade mycket litet mellan kvinnor och män.

92% i åldern 65 till 79 år hade en radioapparat i hushållet – i åldern 25 till 44 år var andelen 45%.

76% i åldern 9 till 14 år hade tillgång till en mediaspelare – i åldern 65 till 79 år var andelen 30%.

Den svenska befolkningen var tämligen välutrustad med avseende på tillgång till medieteknologi under 2019. Tillgången till såväl smartphone som tv-apparat och bärbar dator var i det närmaste mättad i stora delar av befolkningen 9 till 79 år. Under året hade 94 procent tillgång till en smartphone, 92 procent till en tv-apparat och 86 procent till en bärbar dator. Tillgången till en mediaspelare, som till exempel Apple tv eller Chromecast, låg på 55 procent.

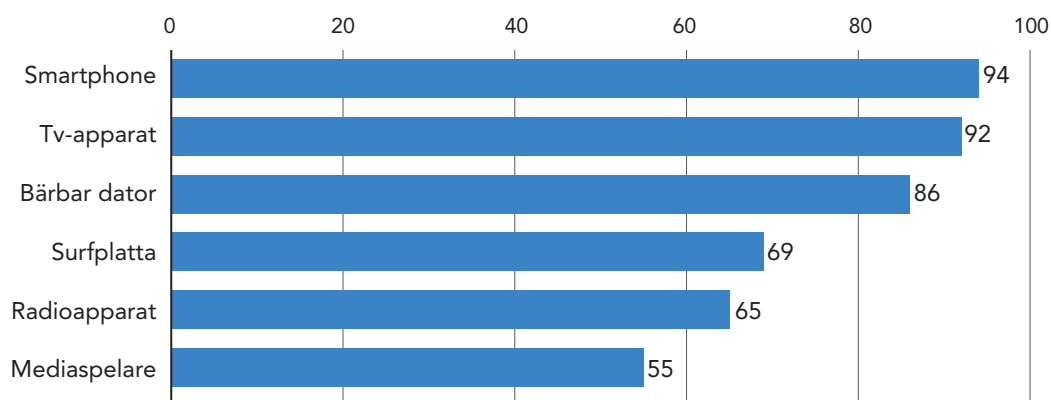
Skillnaden mellan könen var i det här avseendet obefintlig. Kvinnor och män hade tillgång till de olika typerna av medieteknologi i lika hög utsträckning.

I samtliga åldersgrupper hade en stor majoritet tillgång till såväl tv-apparat som smartphone och bärbar dator. Dessutom var tillgången till en smartphone högre än tillgången till en tv-apparat i nästan alla åldersgrupper. Undantaget var den äldsta gruppen, 65 till 79 år. Bland dem hade 77 procent en smartphone och 95 procent en tv-apparat. De flesta barn mellan 9 och 14 år hade tillgång till såväl smartphone som tv-apparat och bärbar dator. Tillgången till mediaspelare var högst bland barnen, 76 procent, och *sjönk* tydligt med stigande ålder. Lägst andel fanns bland personer i åldern 65 till 79, 33 procent.

Även i fråga om utbildningsnivå fanns det under 2019 tydliga skillnader i tillgången till olika medieteknologier. Undantaget var tv-apparat där tillgången var lika hög oberoende av utbildningsnivå. Personer utan högskolestudier hade större tillgång till radioapparat jämfört med personer med högskolestudier. Tillgång till smartphone, bärbar dator, surfplatta och mediaspelare var högst bland personer med högskoleutbildning.

När det gäller boendeort fanns det i första hand skillnader i tillgången till radioapparat. Tillgången var mer utbredd på landsbygden jämfört med i storstäderna. I sammanhanget kan det också noteras att det totala radio-lyssnandet var mer utbrett på landsbygden jämfört med i storstaden.

## MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 9–79 år, 2019 (procent)



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 9–79 år, 2019 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Radioapparat	Mediaspelare
Totalt	94	92	86	69	65	55
Kvinna	93	92	86	69	64	53
Man	95	92	86	68	65	57
9–14 år	98	96	94	89	60	76
15–24 år	99	92	93	72	47	65
25–44 år	99	87	89	68	45	61
45–64 år	96	95	87	72	76	55
65–79 år	77	95	73	55	92	30
Ej högskola (25–79 år)	88	93	79	62	73	45
Högskola (25–79 år)	96	92	89	71	66	57
Storstad	96	90	90	71	58	58
Stad	94	93	85	66	62	54
Landsbygd	92	93	84	69	72	52

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## Medieteknik: Tillgång i hushållet i olika åldersgrupper

I åldersgrupperna mellan **9 till 14 år** och **15 till 24 år** var tillgången till smartphone, tv-apparat och bärbar dator i princip fullständig under 2019. Även tillgången till surfplatta och mediaspelare var hög oberoende av kön och boendeort. Tillgången till radioapparat var dock högre utanför storstäderna.

Bland **25 till 44-åringarna** var tillgången till smartphone, tv-apparat och bärbar dator mycket hög. En uppdelning av åldersgruppen visade att tillgången till radioapparat och surfplatta var högre i den äldre halvan, 25 till 34 år. Däremot var tillgången till tv-apparat lägre bland 35 till 44-åringar än bland 25 till 34-åringar. Noteras kan

också att tillgången till radioapparat var högre på landsbygden än i städerna.

I åldern **45 till 64 år** var tillgången till smartphone, bärbar dator och surfplatta mer utbredd bland personer med högskoleutbildning och högre i storstäderna.

I åldersgruppen **65 till 79 år** var tillgången till smartphone och bärbar dator något högre bland män än bland kvinnor. Högskoleutbildade och boende i storstäderna hade tillgång till de olika typerna av medieteknik i högre grad än personer utan högskoleutbildning och boende på landsbygden. Undantaget gällde tillgången till radioapparat vars förekomst var jämnt fördelad.

### MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 9–14 år, 2019 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Radioapparat	Mediaspelare
Totalt	98	96	94	89	60	76
Flicka	98	97	96	91	62	78
Pojke	100	96	93	88	59	75
Storstad	98	97	92	91	45	73
Stad	(100)	(95)	(95)	(88)	(63)	(85)
Landsbygd	97	96	94	89	69	73

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

### MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 15–24 år, 2019 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Radioapparat	Mediaspelare
Totalt	99	92	93	72	47	65
Kvinna	99	92	96	75	44	67
Man	99	93	90	69	51	64
15–19 år	100	97	96	82	57	71
20–24 år	99	85	89	59	34	58
Storstad	100	89	95	72	48	67
Stad	99	92	93	71	40	67
Landsbygd	99	95	91	74	53	63

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 25–44 år, 2019 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Radioapparat	Mediaspelare
Totalt	99	87	89	68	45	61
Kvinna	99	88	91	70	44	61
Man	99	86	86	66	46	61
25–34 år	98	84	89	58	37	58
35–44 år	99	90	88	77	53	63
Ej högskola	98	88	82	66	47	59
Högskola	99	87	92	71	47	64
Storstad	99	85	91	67	40	62
Stad	99	88	88	62	39	57
Landsbygd	99	90	86	73	58	62

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 45–64 år, 2019 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Radioapparat	Mediaspelare
Totalt	96	95	87	72	76	55
Kvinna	95	95	86	72	75	51
Man	96	95	88	73	77	59
45–54 år	98	95	89	77	71	61
55–64 år	94	95	86	68	82	49
Ej högskola	94	96	84	70	76	52
Högskola	97	94	91	75	76	58
Storstad	97	96	91	76	71	60
Stad	95	96	85	72	78	55
Landsbygd	95	94	86	70	79	51

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 65–79 år, 2019 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Radioapparat	Mediaspelare
Totalt	77	95	73	55	92	30
Kvinna	74	95	68	51	93	26
Man	81	96	78	58	91	35
65–74 år	81	95	77	60	92	35
75–79 år	68	94	65	42	94	19
Ej högskola	72	94	70	50	93	25
Högskola	85	96	79	63	92	39
Storstad	85	95	81	62	91	32
Stad	78	97	71	52	93	32
Landsbygd	72	94	70	53	93	28

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## Prenumeration dagstidning: Tillgång i hushållet



Marie Linnér/Scandinav

2019 hade 46% av befolkningen tillgång till prenumererad dagstidning i hemmet, på papper eller digitalt.

44% hade tillgång till prenumererad morgontidning och 6% till en kvällstidnings plustjänst.

31% hade tillgång till prenumererad digital morgontidning och lika många till en papperstidning.

Den högsta andelen med tillgång till en morgontidningsprenumeration fanns i gruppen 65 till 79 år och den lägsta i gruppen 25 till 44 år.

Digitala prenumerationer var vanligare bland högutbildade än bland lågutbildade – för papperstidningen fanns inga sådana skillnader.

Under 2019 hade ganska exakt hälften, eller 49 procent, av den svenska befolkningen 9 till 79 år tillgång till en dagstidningsprenumeration i hushållet, på papper eller digitalt. Andelen som hade en prenumererad morgontidning uppgick till 44 procent. 31 procent hade tillgång till en papperstidning och lika många hade tillgång till en digital morgontidningsprenumeration. Under 2019 hade 6 procent av befolkningen tillgång till en prenumeration på en kvällstidnings plustjänst.

Några skillnader med avseende på kön fanns inte. I princip lika många kvinnor som män hade tillgång till en prenumererad dagstidning.

Skillnaderna mellan yngre och äldre var däremot påfallande. Den klart högsta andelen med tillgång till en prenumererad morgontidning fanns bland personer mellan 65 och 79 år. Andelen uppgick under 2019 till 77 procent. De flesta av dem hade en prenumeration på en papperstidning. Den lägsta andelen fanns i åldersgruppen 25 till 44 år. Bland dem var tillgång till en digital morgontidningsprenumeration vanligare än tillgång till en prenumeration på en papperstidning.

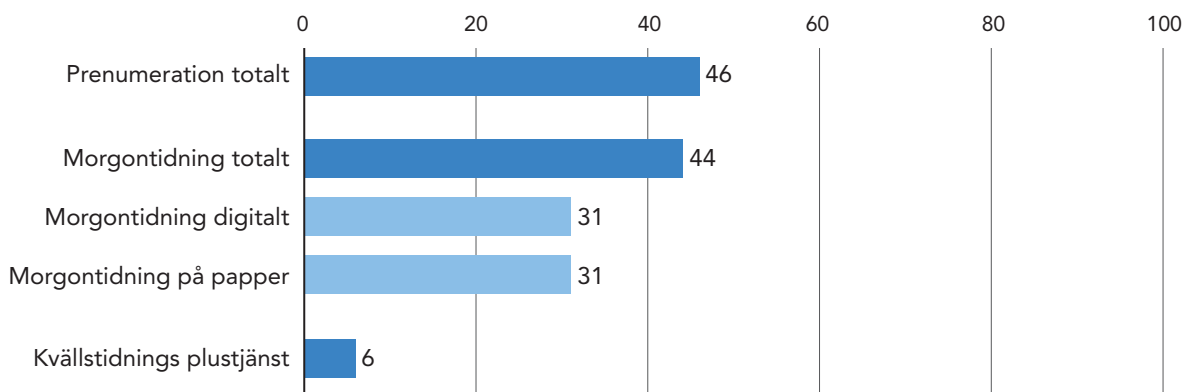
Att prenumeration på morgontidningar inte alltid är kopplad till läsning var särskilt tydligt bland de yngsta, 9 till 14 år. Bland dem var andelen läsare av morgontidningar överlag mycket låg (se s. 55) medan tillgången till en prenumeration i hemmet visade relativt stora likheter med tillgången till en prenumererad tidning i föräldragenerationen (45 till 54 år).

Sett till utbildningsnivå var andelen med tillgång till en prenumererad dagstidning totalt sett högre bland personer med högskoleutbildning än bland personer utan högskoleutbildning. Skillnaden i förhållande till utbildning gällde enbart tillgång till en digital prenumeration. Andelen som hade tillgång till en prenumererad papperstidning var lika hög i båda grupperna.

Skillnader i prenumeration i förhållande till boendeort var små. Boende på landsbygden och i städer hade dock tillgång till en prenumererad papperstidning i något högre utsträckning än storstadsbor.



## PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 9–79 år, 2019 (procent)



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 9–79 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning
Totalt	46	44	31	31	6
Kvinna	47	45	32	32	5
Man	45	43	31	29	7
9–14 år	44	41	31	29	6
15–24 år	36	34	22	23	7
25–44 år	28	25	21	12	5
45–64 år	54	51	39	35	7
65–79 år	71	70	42	59	5
Ej högskola (25–79 år)	46	44	28	33	6
Högskola (25–79 år)	52	50	38	33	5
Storstad	45	42	33	27	6
Stad	47	45	32	32	7
Landsbygd	47	44	29	32	5

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser prenumeration på morgontidning (digital eller på papper) eller kvällstidnings plustjänst.

## Prenumeration dagstidning: Tillgång i olika åldersgrupper

I åldersgrupperna **9 till 14 år** och **15 och 24 år** varierade tillgången till en dagstidningsprenumeration mellan boende i storstad och landsbygd. Skillnaderna avsåg speciellt tillgången till en prenumererad digital morgontidning vilken var högre i storstäderna.

I åldersgruppen **25 till 44 år** märktes att den sociala strukturen har betydelse för benägenheten att hålla sig med en tidningsprenumeration. Skillnaderna var små mellan kvinnor och män och de var generellt sett större i det äldre ålderssegmentet inom gruppen. Personer med högskoleutbildning hade tillgång till en prenumererad morgontidning

i högre utsträckning än personer utan högskoleutbildning. Däremot var skillnaderna relativt små mellan boende i storstäderna och på landsbygden.

I åldersgruppen **45 till 64 år** var mönstret i stort sett detsamma som bland 25 till 44-åringarna. Andelarna med tillgång till en prenumerering var dock något högre i samtliga undergrupper.

Gruppen **65 till 79 år** var under 2019 den åldersgrupp som hade högst andel hushåll med en dagstidningsprenumeration. De flesta hade en pappers-tidning. Skillnaderna med avseende på kön, utbildningsnivå och boendeort var relativt små.

### PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 9–14 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning
Totalt	44	41	31	29	6
Flicka	45	41	30	27	8
Pojke	43	42	32	30	5
Storstad	50	48	37	31	6
Stad	(47)	(45)	(32)	(28)	(7)
Landsbygd	38	34	25	27	7

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser prenumerering på morgontidning (digital eller på papper) eller kvällstidnings plustjänst. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

### PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 15–24 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning
Totalt	36	34	22	23	7
Kvinna	39	37	25	25	6
Man	33	30	18	21	7
15–19 år	41	39	23	29	8
20–24 år	30	28	19	16	5
Storstad	42	40	30	26	6
Stad	34	32	20	20	6
Landsbygd	34	30	17	24	8

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser prenumerering på morgontidning (digital eller på papper) eller kvällstidnings plustjänst.

## PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 25–44 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning
Totalt	28	25	21	12	5
Kvinna	29	27	22	14	4
Man	27	24	21	10	6
25–34 år	21	18	16	7	5
35–44 år	34	32	26	17	5
Ej högskola	20	17	14	9	6
Högskola	34	31	27	15	5
Storstad	30	26	23	12	6
Stad	25	23	20	10	5
Landsbygd	28	26	19	14	4

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser prenumeration på morgontidning (digital eller på papper) eller kvällstidnings plustjänst.

## PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 45–64 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning
Totalt	54	51	39	35	7
Kvinna	54	51	40	36	6
Man	54	51	39	34	8
45–54 år	48	46	36	29	6
55–64 år	59	56	42	41	8
Ej högskola	48	45	33	31	8
Högskola	60	58	46	40	6
Storstad	54	52	42	36	7
Stad	56	53	41	38	8
Landsbygd	52	49	36	33	6

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser prenumeration på morgontidning (digital eller på papper) eller kvällstidnings plustjänst.

## PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 65–79 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning
Totalt	71	70	42	59	5
Kvinna	73	71	41	60	5
Man	70	70	43	58	5
65–74 år	69	68	42	55	6
75–79 år	77	76	41	68	3
Ej högskola	67	66	36	57	5
Högskola	78	77	51	63	4
Storstad	67	65	43	52	3
Stad	76	76	48	65	8
Landsbygd	70	69	37	59	3

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser prenumeration på morgontidning (digital eller på papper) eller kvällstidnings plustjänst.

## Prenumeration tidskrifter/böcker: Tillgång i hushållet



Susanne Kronholm/Scandinav

Under 2019 hade 35% tillgång till en prenumererad tidskrift.

Huvuddelen, 31%, hade tillgång till en tryckt prenumeration – 8% till en digital.

4% hade tillgång till en prenumerationstjänst för tidskrifter.

För prenumerationstjänst på ljud-/e-böcker var tillgången högst bland de allra yngsta.

För samtliga prenumerationstyper var tillgången högre bland högutbildade än bland lågutbildade.

Under 2019 hade 35 procent av befolkningen 9 till 79 år tillgång till en tidskriftsprenumeration i hushållet. De flesta hade tillgång till en tryckt tidskrift. Andelen uppgick till 31 procent medan andelen med tillgång till en digital prenumeration var 8 procent. Den stora majoriteten av tidskriftsprenumerationerna avsåg specifika titlar. Endast 4 procent av befolkningen sade sig ha tillgång till en digital prenumerationstjänst för tidskrift, som till exempel Readly eller Ztory.

Då var tillgången till digital prenumerationstjänst på ljud- eller e-böcker mer utbredd. Under 2019 hade 17 procent av befolkningen tillgång till en sådan.

Andelen med tillgång till en tidskriftsprenumeration var jämnt fördelad mellan kvinnor och män. Däremot var andelen som hade tillgång till en prenumerationstjänst på ljud- eller e-böcker något högre bland kvinnor än bland män.

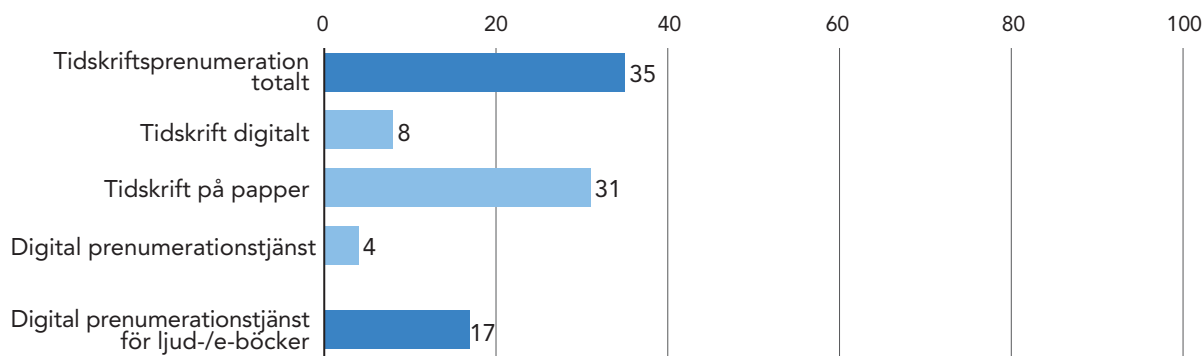
Tillgången till en prenumererad tidskrift var högst bland personer i åldersgruppen 65 till 79 år. Hälften av dem hade 2019 tillgång till en tidskriftsprenumeration i hemmet. Tillgången var generellt sett lägre bland yngre än bland äldre. Undantaget var barngruppen, 9 till 14 år, där andelen med tillgång till en prenumeration var högre än i åldersspannet 15 till 45 år.

När det gäller tillgång till prenumeration på ljud- eller e-böcker var andelen högst i åldersgruppen 9 till 14 år. Tillgången sjönk därefter med ökad ålder.

Både andelen tidskrifts- och ljud- och e-boksprenumerationer var högre bland personer med högskoleutbildning än bland personer utan högskoleutbildning.

Skillnader med avseende på andel prenumeranter beroende på om man bor i storstad, stad eller på landsbygden var mycket små.

## PRENUMERATION TIDSKRIFTER/BÖCKER Tillgång i hushållet, 9–79 år, 2019 (procent)



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## PRENUMERATION TIDSKRIFTER/BÖCKER Tillgång i hushållet, 9–79 år, 2019 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerationstjänst	Prenumerationstjänst ljud-/e-böcker
Totalt	35	8	31	4	17
Kvinna	36	7	32	3	20
Man	34	9	30	4	14
9–14 år	41	9	37	3	33
15–24 år	23	7	17	3	21
25–44 år	25	5	21	3	19
45–64 år	40	10	36	5	18
65–79 år	50	9	46	3	6
Ej högskola (25–79 år)	35	7	31	3	12
Högskola (25–79 år)	40	9	36	4	19
Storstad	35	8	30	4	19
Stad	34	8	29	3	15
Landsbygd	36	8	33	3	17

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## Prenumeration tidskrifter/böcker: Tillgång i olika åldersgrupper

I åldersgrupperna **9 till 14 år** och **15 till 24 år** var den totala andelen med tillgång till en prenumererad tidskrift något högre bland flickor/kvinnor än bland pojkar/män. Andelen var också högre bland 15 till 19-åringar än bland 20 till 24-åringar.

I åldersgruppen **25 till 44 år** fanns den största skillnaden mellan kvinnor och män ifråga om tillgång till prenumerations-tjänst på ljud-/e-böcker. Andelen var överlag högre bland kvinnor än bland män. Tillgången var också högre bland personer med högskoleutbildning än bland personer utan högskoleutbildning.

Bland **45 till 64-åringarna** var skillnaderna i förhållande till olika grupptillhörigheter relativt små. De största skillnaderna fanns mellan personer

med och utan högskoleutbildning. Personer med högskoleutbildning hade tillgång till prenumerations-tjänst på såväl tidskrifter som ljud-/e-böcker i högre utsträckning än personer utan högskoleutbildning.

I befolkningen mellan **65 och 79 år** var andelen kvinnor och män med tillgång till prenumerations-tjänst på en tidskrift densamma. Personer med högskoleutbildning och i städer hade tillgång till tidskrifts-prenumeration i högre utsträckning än personer utan högskoleutbildning och boende i storstäderna eller på landsbygden. Noterbart är också att andelen med tillgång till en prenumerations-tjänst var högre bland personer mellan 75 och 79 år än bland personer mellan 65 och 74 år.

### PRENUMERATION TIDSKRIFTER/BÖCKER Tillgång i hushållet, 9–14 år, 2019 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerations-tjänst	Prenumerations-tjänst ljud-/e-böcker
Totalt	41	9	37	3	33
Flicka	44	10	38	3	32
Pojke	39	8	37	2	33
Storstad	48	8	45	2	28
Stad	(38)	(9)	(30)	(5)	(33)
Landsbygd	39	9	35	2	36

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värderna i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

### PRENUMERATION TIDSKRIFTER/BÖCKER Tillgång i hushållet, 15–24 år, 2019 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerations-tjänst	Prenumerations-tjänst ljud-/e-böcker
Totalt	23	7	17	3	20
Kvinna	24	7	17	4	24
Man	22	7	17	2	17
15–19 år	27	7	20	4	23
20–24 år	18	6	13	2	17
Storstad	26	8	20	4	23
Stad	18	6	12	3	18
Landsbygd	25	7	20	3	21

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## PRENUMERATION TIDSKRIFTER/BÖCKER Tillgång i hushållet, 25–44 år, 2019 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerations- tjänst	Prenumerations- tjänst ljud-/ e-böcker
Totalt	25	5	21	3	19
Kvinna	26	5	22	3	23
Man	24	6	20	3	15
25–34 år	21	5	17	2	18
35–44 år	29	6	25	4	20
Ej högskola	18	4	16	2	15
Högskola	31	7	25	4	21
Storstad	27	6	22	4	19
Stad	21	5	17	2	17
Landsbygd	25	4	23	2	20

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## PRENUMERATION TIDSKRIFTER/BÖCKER Tillgång i hushållet, 45–64 år, 2019 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerations- tjänst	Prenumerations- tjänst ljud-/ e-böcker
Totalt	40	10	36	5	18
Kvinna	41	9	38	4	21
Man	39	11	33	5	16
45–54 år	37	9	32	4	22
55–64 år	43	11	40	5	14
Ej högskola	37	9	32	4	16
Högskola	44	11	40	5	21
Storstad	42	10	36	6	20
Stad	39	11	34	4	17
Landsbygd	40	9	37	4	17

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## PRENUMERATION TIDSKRIFTER/BÖCKER Tillgång i hushållet, 65–79 år, 2019 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerations- tjänst	Prenumerations- tjänst ljud-/ e-böcker
Totalt	50	9	46	3	6
Kvinna	50	8	47	2	8
Man	50	10	46	3	3
65–74 år	48	10	45	3	6
75–79 år	53	9	50	2	4
Ej högskola	47	8	43	2	4
Högskola	55	12	51	4	8
Storstad	45	9	44	3	7
Stad	55	10	51	2	5
Landsbygd	49	9	45	3	5

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## Abonnemang ljud- och bildmedier: Tillgång i hushållet



Anna Roström/Scandinav

Under 2019 var tillgången till abonnemang på strömningstjänst för såväl tv som musik/podcast 63%.

För strömningstjänster för både tv och musik/podcast var tillgången högst bland de yngsta och lägst bland de äldsta.

51% hade tillgång till ett kanalpaket för tv – lägst var andelen i åldern 25 till 44 år.

Tillgången till strömningstjänster var högre bland högutbildade än bland lågutbildade – för tv-kanalpaket gällde det omvända.

Tillgången till strömningstjänster var högst i storstäderna och lägst på landsbygden – för tv-kanalpaket gällde även här det omvända.

Under 2019 hade 63 procent av befolkningen 9 till 79 år tillgång till ett abonnemang på en strömningstjänst för tv i hemmet. Lika många hade tillgång till ett abonnemang på en strömningstjänst för musik/podcast. Den totala tillgången till strömningstjänster för tv och ljud var något högre än räckvidden för strömmad tv och ljud en vanlig dag (se s. 45 och s. 31). Halva befolkningen bodde i ett hushåll som abonnerade på ett betalpaket för tv.

Det fanns inga skillnader mellan kvinnor och män med avseende på tillgång till olika abonnemang på ljud- och bildmedier.

Tillgången till olika strömningstjänster för tv respektive musik/podcast var relativt likvärdig i samtliga åldersgrupper. Tillgången var i båda fallen högst i de yngsta åldersgrupperna (9 till 24 år), för att därefter sjunka kraftigt med stigande ålder. Bland de yngre hade över 80 procent tillgång till såväl en strömningstjänst för tv som en strömningstjänst för musik/podcast. I åldern 65 till 79 år var andelen med tillgång till strömningstjänst för tv 27 procent och andelen som hade ett abonnemang på en strömningstjänst för musik/podcast var 24 procent.

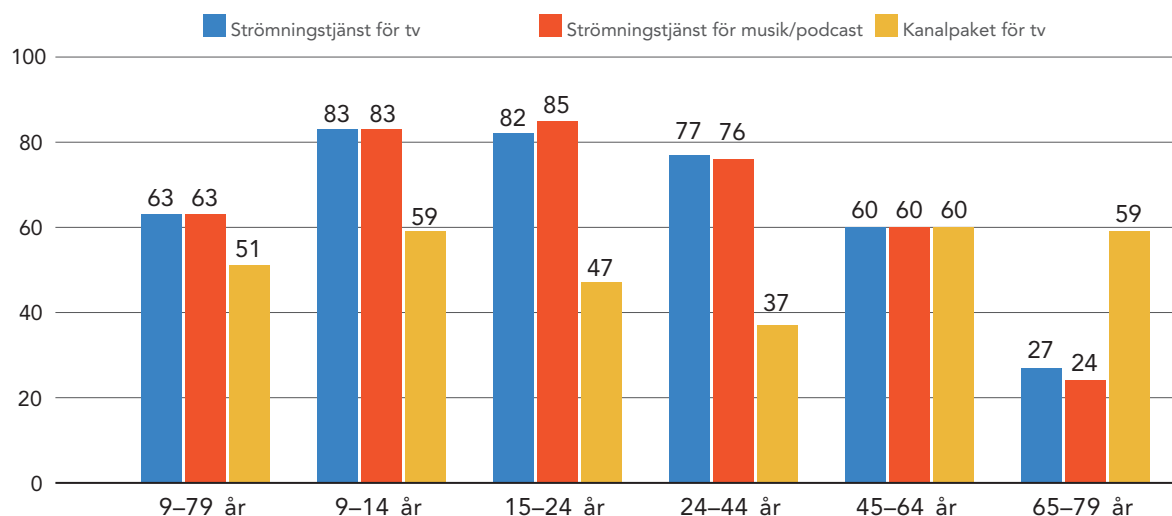
Tillgången till kanalpaket för tv uppvisade ett annat mönster. Tillgången låg under 2019 omkring 60 procent i de äldsta grupperna (45 till 79 år) samt i den yngsta gruppen, 9 till 14 år. Tillgången till kanalpaket för tv var lägst bland 25 till 44-åringarna, 37 procent.

När det gäller utbildningsnivå var tillgången till strömningstjänster mer utbredd bland personer med högskolestudier, medan tillgången på kanalpaket på tv var något mer utbredd bland personer utan högskolestudier.

Tillgången på strömningstjänster och kanalpaket för tv skilde sig också mellan olika delar av landet. Abonnemang på strömningstjänster för tv och musik/podcast var mer utbredda i städerna än på landsbygden medan tillgången på kanalpaket för tv något vanligare utanför storstäderna.



## ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 9–79 år, 2019 (procent)



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 9–79 år, 2019 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	63	63	51
Kvinna	63	64	52
Man	63	62	50
9–14 år	83	83	59
15–24 år	82	85	47
25–44 år	77	76	37
45–64 år	60	60	60
65–79 år	27	24	59
Ej högskola (25–79 år)	49	48	54
Högskola (25–79 år)	65	65	50
Storstad	70	69	49
Stad	63	61	51
Landsbygd	58	59	54

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## Abonnemang ljud- och bildmedier: Tillgång i olika åldersgrupper

I åldern **9 till 14 år** var tillgången till strömningstjänster för tv, musik/podcast och kanalpaket för tv högre i storstaden än på landsbygden.

I gruppen **15 till 24 år** var tillgången till kanalpaket för tv och strömningstjänst för musik/podcast något högre bland kvinnor än bland män.

Bland landets **25 till 44-åringar** var tillgången till strömningstjänster för tv och musik/podcast högre bland personer med högskoleutbildning än bland personer utan högskoleutbildning. För kanalpaket för tv fanns däremot ingen sådan skillnad. Tillgången till kanalpaket för tv var högre på landsbygden än i storstäderna.

I åldersgruppen **45 till 64 år** fanns tydliga skillnader mellan det yngre och äldre åldersspannet inom gruppen. Andelen som abonnerade på strömningstjänst för tv eller musik/podcast var klart högre bland de som var mellan 45 och 54 år än bland 55 till 64-åringarna. Både tillgången till strömningstjänster tv och musik/podcast hade en högre andel abonnenter bland personer med högskolebakgrund än bland personer som ej studerat vid högskola.

I åldersgruppen **65 till 79 år** var tillgången för samtliga typer av abonnemang mer utbredd bland högskoleutbildade än bland personer utan högskoleutbildning. Tillgången till kanalpaket för tv var högre bland män än bland kvinnor.

### ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 9–14 år, 2019 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	83	83	59
Flicka	82	84	58
Pojke	84	84	60
Storstad	87	85	63
Stad	(83)	(83)	(55)
Landsbygd	79	81	58

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

### ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 15–24 år, 2019 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	82	85	47
Kvinna	83	88	50
Man	81	82	44
15–19 år	83	87	55
20–24 år	80	82	37
Storstad	82	88	47
Stad	83	83	44
Landsbygd	81	85	50

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 25–44 år, 2019 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	77	76	37
Kvinna	78	79	43
Man	76	73	33
25–34 år	78	79	32
35–44 år	76	73	43
Ej högskola	72	71	38
Högskola	79	78	37
Storstad	80	78	34
Stad	76	76	37
Landsbygd	73	73	43

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 45–64 år, 2019 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	60	60	60
Kvinna	59	60	59
Man	60	59	61
45–54 år	70	72	61
55–64 år	49	47	59
Ej högskola	55	53	63
Högskola	65	67	57
Storstad	66	67	60
Stad	60	56	62
Landsbygd	55	56	59

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 65–79 år, 2019 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	27	24	59
Kvinna	25	21	55
Man	28	26	63
65–74 år	31	29	61
75–79 år	16	12	55
Ej högskola	21	20	58
Högskola	35	30	62
Storstad	32	26	61
Stad	26	22	60
Landsbygd	24	23	58

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet).

## Profil i sociala nätverkstjänster: Tillgång i befolkningen



Kari Kohvakka/Scandinav

Under 2019 hade 85% av befolkningen egen profil på någon social nätverkstjänst.

Högst andel, 73%, hade Facebook, därefter kom Instagram med 62%.

Kvinnor hade egen profil i större utsträckning än män – undantagen var LinkedIn och Twitter.

91% i åldern 15 till 24 år hade egen profil på Snapchat – i åldern 65 till 79 år var andelen 6%.

Andelen med profil i sociala nätverkstjänster var större bland högutbildade än bland lågutbildade – det gällde framför allt LinkedIn och Twitter.

Under 2019 hade 85 procent av befolkningen 9 till 79 år egen profil på någon social nätverkstjänst. Överlag låg tillgången till en egen profil på en social nätverkstjänst något över användningen av nätverkstjänsterna en vanlig dag (se s. 87). De flesta, 73 procent, hade tillgång till en egen Facebookprofil medan 62 procent hade tillgång till en egen profil på Instagram.

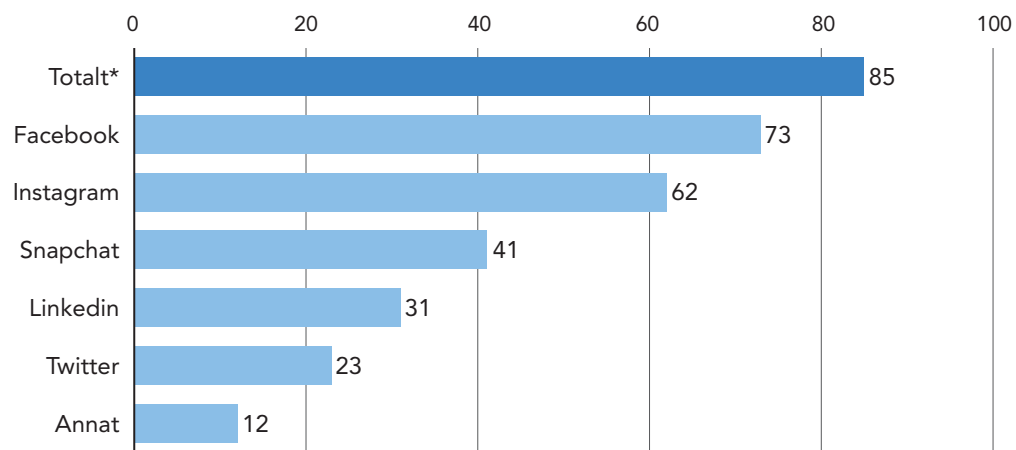
Kvinnor hade egen profil på sociala nätverkstjänster i högre utsträckning än män. Skillnaderna mellan kvinnor och män var störst för Instagram. Det omvända förhållandet rådde på LinkedIn och Twitter.

Det märktes ett betydande åldersgap i tillgången till sociala nätverkstjänster. Bland 15 till 24-åringarna hade nästan alla en egen profil på någon social nätverkstjänst. Andelen sjönk sedan med stigande ålder. Över hälften av 65 till 79-åringarna hade en profil på en social nätverkstjänst. De flesta hade en Facebookprofil. Åldersgruppen 15 till 24 hade i väsentligt högre utsträckning en egen profil på Snapchat, Instagram och Twitter jämfört med andra åldersgrupper. Åldersskillnaderna var särskilt tydliga när det gällde Snapchat: 91 procent av 15 till 24-åringarna hade tillgång till en egen profil på Snapchat. Trots att de flesta sociala nätverkstjänster inte tillåter barn under 13 år att registrera konton på nätverkstjänsterna hade 77 procent av 9 till 14-åringarna en egen profil på Snapchat. Störst andel med tillgång till LinkedIn fanns i åldersgruppen 25 till 44 år.

En viss skillnad fanns också i relation till utbildningsnivå. Bland personer med högskoleutbildning var andelen med en egen profil på samtliga sociala nätverkstjänster högre än bland personer utan högskoleutbildning.

Även med avseende på boendeort fanns skillnader. Storstadsbor hade egen profil på de flesta av nätverkstjänsterna i högre utsträckning än boende på landsbygden. Undantaget var Snapchat. Andelen med egen profil på Snapchat var relativt jämnt fördelad mellan storstadsbor och landsbygdsbor.

## PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 9–79 år, 2019 (procent)



Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser egen profil i en eller flera sociala nätverkstjänster.

## PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 9–79 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	LinkedIn	Twitter
Totalt	85	73	62	41	31	23
Kvinna	87	77	71	45	28	19
Man	83	70	54	37	33	26
9–14 år	89	28	61	77	1	12
15–24 år	99	90	90	91	15	48
25–44 år	96	88	76	49	49	29
45–64 år	85	75	57	23	38	18
65–79 år	58	52	29	6	11	7
Ej högskola (25–79 år)	76	68	51	25	23	13
Högskola (25–79 år)	87	78	61	29	47	24
Storstad	89	77	67	40	44	28
Stad	85	74	63	43	27	24
Landsbygd	82	70	58	40	21	18

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser profil i någon social nätverkstjänst, inte bara de som anges i tabellen.

## Profil i sociala nätverkstjänster: Tillgång i olika åldersgrupper

I åldern **9 till 14 år** var andelen med egen profil på någon social nätverkstjänst 89 procent. Flickor hade egen profil på Instagram och Snapchat i högre utsträckning än pojkar.

Bland **15 till 24-åringarna** hade åldersgruppen 15 till 19 år en egen profil på Instagram och Snapchat i högre grad än 20 till 24-åringarna. För LinkedIn gällde istället det omvända. Andelen med egen profil på LinkedIn var även högre i storstäderna än på landsbygden.

I åldersgruppen **25 till 44 år** hade kvinnor egen profil på Facebook, Instagram och Snapchat i högre utsträckning än män. Störst tillgång till egen profil på LinkedIn fanns bland högutbildade och bland storstadsbor. Inom åldersgruppen gick en skilje-

linje mellan de yngres och äldres tillgång till egen profil på Snapchat. Andelen var högre bland 24 till 35-åringar än bland 35 till 44-åringar.

I åldern **45 till 64 år** hade kvinnor egen profil på Facebook, Instagram och Snapchat i högre utsträckning än män. Däremot hade män egen profil på LinkedIn och Twitter i högre utsträckning än kvinnor.

Åldersgruppen **65 till 79 år** var minst troliga att ha egen profil på någon nätverkstjänst. Andelen var högre bland personer som studerat vid högskola än bland dem utan högskoleutbildning. Andelen med egen profil var något högre i storstäderna än på landsbygden.

### PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 9–14 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	LinkedIn	Twitter
Totalt	89	28	61	77	1	12
Flicka	91	27	69	83	1	7
Pojke	88	29	55	73	1	16
Storstad	88	23	64	74	1	11
Stad	(96)	(34)	(71)	(84)	(2)	(10)
Landsbygd	86	28	54	76	0	13

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser profil i någon social nätverkstjänst, inte bara de som anges i tabellen. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

### PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 15–24 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	LinkedIn	Twitter
Totalt	99	90	90	91	15	48
Kvinna	100	93	94	94	13	45
Man	98	88	86	88	17	52
15–19 år	99	89	93	96	6	48
20–24 år	99	92	86	85	27	49
Storstad	99	91	91	90	23	51
Stad	99	90	89	93	14	49
Landsbygd	99	90	90	91	9	45

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser profil i någon social nätverkstjänst, inte bara de som anges i tabellen.

## PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 25–44 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Linkedin	Twitter
Totalt	96	87	76	49	49	29
Kvinna	97	90	87	54	47	23
Man	94	85	65	44	51	34
25–34 år	96	89	80	60	46	32
35–44 år	95	86	71	38	52	26
Ej högskola	94	84	73	52	33	24
Högskola	96	89	76	43	60	30
Storstad	97	88	77	44	63	33
Stad	97	90	79	54	42	32
Landsbygd	93	84	70	51	36	21

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser profil i någon social nätverkstjänst, inte bara de som anges i tabellen.

## PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 45–64 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Linkedin	Twitter
Totalt	85	75	57	23	38	18
Kvinna	88	80	68	28	35	15
Man	81	69	46	18	41	20
45–54 år	89	79	64	29	44	22
55–64 år	81	71	50	16	32	13
Ej högskola	82	73	55	22	28	12
Högskola	88	77	60	23	48	24
Storstad	87	78	60	22	51	25
Stad	85	75	56	20	38	17
Landsbygd	83	73	56	25	28	13

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser profil i någon social nätverkstjänst, inte bara de som anges i tabellen.

## PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 65–79 år, 2019 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Linkedin	Twitter
Totalt	58	51	29	5	11	7
Kvinna	59	53	35	6	8	5
Man	57	50	23	5	14	8
65–74 år	63	55	34	6	13	8
75–79 år	48	43	18	3	7	3
Ej högskola	54	48	28	5	7	5
Högskola	65	58	30	6	17	9
Storstad	63	56	30	4	15	9
Stad	56	49	29	6	11	6
Landsbygd	57	51	28	6	9	6

Mediebarometern 2019 (Nordicom, Göteborgs universitet). \*Avser profil i någon social nätverkstjänst, inte bara de som anges i tabellen.

# Medie- barometern 2019

Mediebarometern är en årlig undersökning av den svenska befolkningens tillgång till, och användning av, olika typer av medier. Undersökningen har genomförts sedan 1979 och det gör Mediebarometern till den äldsta studien i sitt slag i världen. Resultaten i 2019 års undersökning bygger på svar från omkring 6 000 slumpmässigt utvalda personer i åldern 9 till 79 år.

Mediebarometern genomförs av Nordicom vid Göteborgs universitet i samverkan med Dagens Nyheter, Göteborgs-Posten, Myndigheten för press, radio och tv, Sveriges Radio, Sveriges Television och Sveriges Utbildningsradio.

Rapporten Mediebarometern 2019 går att ladda ner gratis från Nordicom's webbplats: [www.nordicom.gu.se](http://www.nordicom.gu.se)

**NORDICOM**



**GÖTEBORGS  
UNIVERSITET**

Nordicom  
Göteborgs universitet  
Box 713  
405 30 Göteborg

ISBN 978-91-88855-23-7



9 789188 855237 >