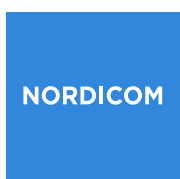


Medie- barometern 2021

NORDICOM

Mediebarometern 2021 är en undersökning av den svenska befolkningens medievanor. Mediebarometern genomförs av Nordicom vid Göteborgs universitet i samverkan med Dagens Nyheter, Göteborgs-Posten, Myndigheten för press, radio och tv, Sveriges Radio, Sveriges Television och Sveriges Utbildningsradio.

Medie- barometern 2021



Mediebarometern 2021

- Du får kopiera och sprida den statistik som finns i Mediebarometern 2021. När du gör det ska källa och sidnummer alltid anges, t.ex. "Mediebarometern 2021, s. X (Nordicom, Göteborgs universitet)" eller på engelska "The Media Barometer 2021, p. X (Nordicom, University of Gothenburg)".
- Om du gör egna bearbetningar av statistik ur Mediebarometern 2021 måste du ange det tillsammans med källangivelsen.

Projektansvarig och redaktör:

Jonas Ohlsson

jonas.ohlsson@nordicom.gu.se

Databearbetning och text:

Karin Hellingwerf

karin.hellingwerf@nordicom.gu.se

Ulrika Facht

ulrika.facht@nordicom.gu.se

©Nordicom 2022

ISBN 978-91-88855-61-9 (tryckt)

ISBN 978-91-88855-62-6 (pdf)

DOI <https://doi.org/10.48335/9789188855626>

Nordicom
Göteborgs universitet
Box 713
SE 405 30 Göteborg

Omslagsfoto: Scandinav Bildbyrå

Omslag: Karin Andén

Tryck: Stibo Complete, Helsingborg, 2022

Innehåll

Förord	4
Om Mediebarometern 2021	5
Resultaten i sammanfattning	6
Teknisk rapport	8
Definitioner och förklaringar	11

Mediedagen

Mediedagen: Räckvidd för olika medier	12
Mediedagen: Räckvidd i olika grupper	14
Mediedagen: Genomsnittlig användningstid	16
Mediedagen: Bruttotidens fördelning på olika medier	18
Mediedagen/-veckan/-månaden: Räckvidd för olika medier	20

Ljudmedier

Radio: Daglig räckvidd	22
Radio: Genomsnittlig lyssnartid bland lyssnare	26
Radiokanaler: Daglig räckvidd	28
Inspelad musik: Daglig räckvidd	32
Inspelad musik: Genomsnittlig lyssnartid bland lyssnare	34

Rörlig bild

Rörlig bild: Daglig räckvidd	36
Rörlig bild: Genomsnittlig tittartid bland tittare	40
Tv-kanaler: Daglig räckvidd	42
Strömningstjänster: Daglig räckvidd	46

Textmedier

Dagstidning: Daglig räckvidd	50
Dagstidning: Genomsnittlig läsartid bland läsare	54
Morgontidning: Daglig räckvidd	56

Morgontidning: Genomsnittlig läsartid bland läsare	60
Kvällstidning: Daglig räckvidd	62
Kvällstidning: Genomsnittlig läsartid bland läsare	66
Tidskrift: Daglig räckvidd	68
Tidskrift: Genomsnittlig läsartid bland läsare	72
Tidskriftsgenrer: Daglig räckvidd	74
Bok: Daglig räckvidd	78
Bok: Genomsnittlig läsartid bland läsare/lyssnare	82
Bokgenrer: Daglig räckvidd	84

Sociala nätverkstjänster

Sociala nätverkstjänster: Daglig räckvidd	88
Sociala nätverkstjänster: Genomsnittlig användningstid bland användare	92

Nyheter

Nyheter: Daglig räckvidd	94
Nyheter i sociala nätverkstjänster: Daglig räckvidd	98

Tillgång till medier

Medieteknik: Tillgång i hushållet	102
Prenumeration dagstidning: Tillgång i hushållet	106
Prenumeration tidskrifter/böcker: Tillgång i hushållet	110
Abonnemang ljud- och bildmedier: Tillgång i hushållet	114
Profil i sociala nätverkstjänster: Tillgång i befolkningen	118

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 2021* – till den 43:e i ordningen.

År 2021 präglades på samma sätt som året före av coronapandemin. Covid-19-viruset och dess hälso-relaterade, ekonomiska och politiska konsekvenser kom att få stor betydelse både för våra dagliga vanor och för vårt behov av information, nyheter och underhållning. Och här spelar medierna en mycket viktig roll. Fjolårets rapport visade på en kraftigt ökad medieanvändning i den svenska befolkningen under pandemins inledande år. Det gällde också räckvidden för de svenska nyhetsmedierna. Årets rapport visar att de förhöjda nivåerna bestod också under 2021.

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 Nordicom's mångåriga uppdrag att kartlägga den svenska medieutvecklingen. Men genomförandet av Mediebarometern möjliggörs också av stöd från en rad externa intressenter och bidragsgivare. Intressenter i 2021 års undersökning är Dagens Nyheter, Göteborgs-Posten, Myndigheten för press, radio och tv, Sveriges Radio, Sveriges Television och Sveriges Utbildningsradio. Bidragsgivare är Dentsu Sweden, Institutet för Reklam- och Mediestatistik, 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 2021*. 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 2022

Jonas Ohlsson

Föreståndare vid Nordicom

Vad mäts i undersökningen?

Mediebarometern 2021 är en frågeundersökning som mäter den dagliga räckvidden för olika medier. Med daglig räckvidd menas andelen av de svarande som angett att de tog del av ett specifikt medium eller medieinnehåll under gårdagen. Mediebarometern 2021 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 2021 bygger på ett slumpmässigt kvoturval av den svenska befolkningen i åldern 9 till 85 år. Urvalet är draget ur det svenska befolkningsregistret (SPAR) och inkluderar både svenska medborgare och personer med utländskt medborgarskap boende i Sverige. Antalet svarande i Mediebarometern 2021 uppgår till 6 006 personer.

Hur har undersökningen gått till?

Mediebarometern 2021 har genomförts som en kombinerad webb- och telefonundersökning. Samtliga personer i urvalet har inledningsvis kontaktats via brev med inloggningsuppgifter till en webbenkät. De personer som efter en skriftlig påminnelse och två sms-påminnelser inte har besvarat webbenkäten har erbjudits möjligheten att delta i undersökningen via telefon.

När genomfördes undersökningen?

Mediebarometern 2021 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 2021.

Hur redovisas resultaten?

I rapporten redovisas resultaten både för befolkningen 9 till 85 år som helhet och för olika undergrupper. De gruppvisa redovisningarna avser ålder, kön, utbildningsnivå och boendeort (för definitioner, se s. 11).

Hur representativa är resultaten?

Mediebarometern 2021 uppvisar i förhållande till befolkningen som helhet en god representativitet när det gäller kön, ålder och boendeort. I avseende på 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 2021 var 20 procent.

Resultaten i sammanfattning

Mediebarometern 2021 belyser medieanvändningen i den svenska befolkningen 9 till 85 år en genomsnittlig dag 2021. Resultaten från undersökningen kan sammanfattas enligt följande:

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

Av alla olika medieslag var rörlig bild det som allra flest tog del av under 2021. En genomsnittlig dag tittade inte mindre än 93 procent av befolkningen på rörlig bild i någon form. Det inkluderar tablålagd och strömmad tv, webb-tv och videoklipp samt dvd eller blu-ray-filmer. Något färre, 83 procent, använde sociala nätverkstjänster. De sociala nätverkstjänsterna hade därmed en högre daglig räckvidd än både radion och dagstidningen, som när också användning online inkluderas hade en räckvidd på 76 respektive 68 procent.

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

Medier av olika slag fyller en stor del av människors vakna tid. Under 2021 uppgick den samlade dagliga användningstiden för medier till 411 minuter, eller närmare sju timmar. Det inkluderar också den samtidiga medieanvändningen, det vill säga att medier mycket väl kan användas parallellt (till exempel att någon lyssnar på musik medan hen läser en bok). Längst tid, 140 minuter, upptog ljudmedier, som inkluderar radio, podcast och musik. Tätt därefter följde medier för rörlig bild som tv och Youtube med 139 minuter.

Bilradio alltjämt det vanligaste sättet att lyssna på radio

Under 2021 lyssnade 51 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 mindre utbrett. 24 procent lyssnade på podcast eller radio i efterhand och 20 procent på direktsänd webbradio.

Det var lika många som såg på tablålagd tv som på strömmad tv

En vanlig dag 2021 tittade i genomsnitt 93 procent av befolkningen 9 till 85 år på rörlig bild i någon form. 89 procent tittade på tv. Tv inkluderar tablålagd tv och strömmad tv. Den dagliga räckvidden för strömmad tv var 58 procent medan räckvidden för tablålagd tv var 57 procent. Något färre – 42 procent – tittade på Youtube en vanlig dag och 23 procent tittade på annat rörligt innehåll online.

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

68 procent av befolkningen läste en dagstidning en genomsnittlig dag 2021. 56 procent läste tidningen digitalt och 28 procent på papper. Flest – 55 procent – läste en morgontidning. Fler läste morgontidningen digitalt, 38 procent, än på papper, 26 procent. För kvällstidning uppgick den dagliga räckvidden till 40 procent. Här var de digitala läsarna i klar majoritet.

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

En genomsnittlig dag 2021 läste 36 procent av befolkningen någon tidskrift. 26 procent läste tidskrift på papper och 17 procent digitalt. Ökas tidsintervallet till läsning den senaste veckan steg räckvidden för tidskrift till 57 procent. Störst andel läsare, 20 procent per dag, hade veckotidning och månadsmagasin.

Den tryckta boken fortsatt mest populär

Under en genomsnittlig dag 2021 uppgick andelen bokläsare i befolkningen till 45 procent. Skönlitteratur var den vanligast lästa genren, följt av lärobok och fackbok. 34 procent av befolkningen läste tryckt bok. 13 procent lyssnade på ljudbok och 7 procent läste e-bok. Den genomsnittliga användningstiden bland läsare/lyssnare var längst för ljudbok.

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

Den dagliga räckvidden för Facebook var 64 procent under 2021 i befolkningen som helhet. Det gjorde Facebook till den mest spridda sociala nätverkstjänsten. Facebook var den populäraste tjänsten bland dem mellan 45 och 85 år, medan de yngre var mer benägna att använda Snapchat och Instagram. Bland de yngsta, 9 till 14 år, var Tiktok mycket populärt.

SVT var den mest använda nyhetstjänsten under 2021

53 procent tog del av nyheter från Sveriges Television en genomsnittlig dag 2021. SVT var därmed den mest använda nyhetsförmedlaren i befolkningen som helhet. 43 procent tog del av nyheter från Sveriges Radio och 38 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.

En av fyra tog del av nyheter via Facebook

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

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

Under 2021 hade 96 procent av befolkningen tillgång till en smartphone. Med det var smartphone den mest spridda medietekniken i Sverige, före både tv och bärbar dator. Fast smartphones dominans gällde inte den äldsta åldersgruppen, 65 till 85 år. Här var det en tiondel som inte hade en smartphone, medan nästan alla hade tv. 69 procent av befolkningen hade även tillgång till en surfplatta och 66 procent till en mediaspelare (till exempel Apple tv eller Chromecast).

Halva befolkningen hade prenumererad dagstidning

50 procent av befolkningen hade under 2021 tillgång till en prenumererad dagstidning i sitt hushåll. 48 procent hade tillgång till en prenumererad morgontidning. De flesta, 38 procent, hade digital prenumeration och 28 procent hade tillgång till prenumererad tidning på papper. 8 procent av befolkningen hade tillgång till prenumeration på digital plustjänst från någon kvällstidning.

Strömningstjänster för tv och musik nästan lika utbredda

Under 2021 hade 71 procent tillgång till en abonnerad strömningstjänst för tv (till exempel Netflix). 67 procent hade tillgång till en abonnerad strömningstjänst för musik eller podcast (till exempel Spotify). Tillgången var högst i åldersgruppen mellan 9 och 24 år och lägst i åldersgruppen 65 till 85 år. 58 procent av befolkningen hade tillgång till ett kanalpaket för tv. Här var skillnaderna mellan åldersgrupperna något mindre påtaglig.

Mediebarometern 2021 är en frågeundersökning riktad till ett slumpmässigt urval av den svenska befolkningen. Mediebarometern har genomförts årligen sedan 1979. Till och med 2018 genomfördes Mediebarometern som en renodlad telefonundersökning. Sedan 2019 bygger resultaten i Mediebarometern på svar insamlade via en kombinerad webb- och telefonundersökning. Fram till och med 2019 avsåg resultaten befolkningen mellan 9 och 79 år. I 2020 års undersökning utökades åldersintervallet och sedan dess bygger resultaten på data som avser befolkningen 9 till 85 år.

Population och urval

Mediebarometern är en urvalsundersökning som syftar till att beskriva den svenska befolkningens medievanor. Med befolkningen, eller populationen, avses här samtliga personer i åldern 9 till 85 år som är skrivna i Sverige, oavsett medborgarskap. Urvalet i undersökningen har dragits ur det svenska befolkningsregistret (SPAR) och omfattar totalt 35 000 slumpmässigt utvalda personer. Olika delar av befolkningen är olika benägna att svara på frågeundersökningar. Skillnaden i svarsbenägenhet mellan olika grupper har ökat över tid. För att säkerställa att svarspersonerna i Mediebarometern 2021 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 2021 års Mediebarometer har genomförts av undersökningsföretaget Origo Group på uppdrag av Nordicom vid Göteborgs universitet. Till skillnad från många andra medievaneundersökningar har Mediebarometern som ambition att spegla medieanvändningen under hela året och under samtliga sju veckodagar. Insamlingsperioden för Mediebarometern 2021 pågick under februari till juni och augusti till december. Datainsamlingsarbetet har utformats för att ge ett jämnt inflöde av svar under hela insamlingsperioden.

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

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

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

Frågeformuläret

Frågeformuläret till Mediebarometern 2021 har arbetats fram av Nordicom med utgångspunkt i 2020 års formulär. 2021 års formulär bestod av 54 mediefrågor fördelade på fyra frågeområden: 1) Tillgång till olika medier och medietekniker, 2) Användning av olika medier och medieinnehåll under gårdagen (alt. senaste veckan/ månaden), 3) Användningstid för olika medier, samt 4) Konsumtion av nyheter i olika medier. Formuläret avslutades med åtta frågor om svarspersonens bakgrund och boendesituation. Ett antal av dessa frågor ställdes bara till personer som var äldre än 17 år under undersökningsåret. Det gällde frågor om sysselsättning, inkomst och utbildningsnivå. Samtliga frågor i formuläret hade fasta svarsalternativ.

Representativitet

Representativiteten bland de svarande i Mediebarometern 2021 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		Mediebarometern	
	2020	SCB 2020	2021	SCB 2021
Kvinna	53	49	51	49
Man	47	51	49	51
9–14 år	5	8	5	8
15–24 år	15	13	13	13
25–44 år	32	30	30	30
45–64 år	30	28	33	28
65–85 år	19	21	20	21
Ej högskola (25–74 år)	47	57	47	57
Högskola (25–74 år)	53	42	53	42
Storstad	37	37	34	37
Stad	34	38	36	38
Övriga Sverige	29	25	30	25

Mediebarometern 2020 och 2021 (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 2021 var 20 procent.

Webbsvar och telefonsvar

80 procent av de svarande valde att delta i undersökningen via webben och 20 procent via telefon. Det fanns här ett tydligt samband mellan ålder och benägenheten att besvara undersökningen på webben respektive via telefon. Högst andel webbsvar (99 procent) återfanns i åldersgruppen 9 till 14 år. Lägst (67 procent) var andelen i åldersgruppen 65 till 85 år. När det gäller kön, utbildning och geografisk hemvist var skillnaderna mellan hur man svarat på undersökningen mindre. En högre andel i storstäderna än i landsbygden har svarat på webbenkäten och en något högre andel kvinnor än män samt en något högre andel högutbildade än lågutbildade har svarat på undersökningen via webbenkäten.

Svarsgruppens fördelning av svar via webb och telefon

	Webbsvar		Telefonsvar	
	Antal	Procent	Antal	Procent
Kvinna	2 465	79	612	21
Man	2 308	81	592	19
9–14 år	274	99	4	1
15–24 år	667	87	96	13
25–44 år	1 481	82	322	18
45–64 år	1 564	80	390	20
65–85 år	814	67	394	33
Ej högskola (25–85 år)	1 719	74	596	26
Högskola (25–85 år)	2 140	81	510	19
Storstad	1 673	85	298	15
Stad	1 434	81	334	19
Övriga Sverige	1 693	74	574	24

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Antal svarande i olika undergrupper

Mediebarometern 2021 bygger på svar från totalt 6 006 personer. Det höga svarstalet ger ett robust statistiskt underlag för skattningar av medieanvändningen i befolkningen 9 till 85 år. Vid sidan av svarsutfallet i svarsgruppen som helhet görs i rapporten nedbrytningar av resultaten i olika undergrupper. De gruppindelningar som görs avser ålder, kön, utbildningsnivå och boendeort. I tabellen nedan redovisas antalet svarspersoner i respektive undergrupp.

Antal svarande i olika undergrupper

	9–85 år	9–14 år	15–24 år	25–44 år	45–64 år	65–85 år
Totalt	6 006	278	763	1 803	1 954	1 208
Kvinna	3 057	149	412	893	1 012	591
Man	2 920	125	343	900	935	617
9–14 år	278	278	0	0	0	0
15–19 år	399	0	399	0	0	0
20–24 år	364	0	364	0	0	0
25–34 år	887	0	0	887	0	0
35–44 år	916	0	0	916	0	0
45–54 år	975	0	0	0	975	0
55–64 år	979	0	0	0	979	0
65–74 år	788	0	0	0	0	788
75–85 år	420	0	0	0	0	420
Ej högskola (25–85 år)	2 315	0	0	651	937	727
Högskola (25–85 år)	2 650	0	0	1 152	1 017	481
Storstad	1 971	83	268	694	627	299
Stad	1 768	83	252	499	528	406
Landsbygd	2 267	112	243	610	799	503

Mediebarometern 2021 (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 2021 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, inklusive 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 2021 som avses. I rapporten används ”en vanlig dag” och ”en genomsnittlig dag” synonymt i redovisningen av den dagliga räckvidden.

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

Sociala nätverkstjänster: Avser alla typer av sociala nätverkstjänster på internet, inkl. till exempel Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, LinkedIn, Tiktok, bloggar/videobloggar och diskussionsforum.

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

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

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

Bakgrundsvariabler

Ålder: Resultaten i rapporten avser befolkningen 9 till 85 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 redovisningen avseende utbildningsnivå ingår endast svarspersoner i åldern 25 till 85 år.

Mediedagen: Räckvidd för olika medier



Pernille Tofte/Scandinav

Under 2021 såg 93% av befolkningen på rörlig bild i någon form en vanlig dag.

83% använde sociala nätverkstjänster.

76% lyssnade på radio i någon form och 59% lyssnade på musik.

68% läste dagstidning – antingen på papper eller digitalt.

45% läste eller lyssnade på bok.

Mediebarometerns mätningar av olika mediers räckvidd i befolkningen 9 till 85 år visar att användningen av dessa medier var mer eller mindre oförändrad mellan 2020 och 2021.

En vanlig dag 2021 tittade 93 procent av befolkningen 9 till 85 år på rörlig bild i någon form. Det inkluderar både traditionell tablålagd tv och strömmad tv eller video-on-demand, webb-tv och videoklipp (inklusive Youtube) samt dvd och blu-ray. Motsvarande siffra var 92 procent 2020.

Inte långt därefter kom användning av sociala nätverkstjänster. Andelen som tog del av sociala nätverkstjänster var 83 procent både 2020 och 2021.

Radio i någon form lyssnade 76 procent av befolkningen på 2021. Det är samma nivå som 2020, då andelen var 75 procent. I mätningen ingår lyssnande på traditionell fm-radio och bilradio samt direktsänd radio och podcast/radio i efterhand via digitala plattformar.

Vårt äldsta nyhetsmedium, dagstidningen, hade såväl 2021 som 2020 en daglig räckvidd på 68 procent. Också här ingår digitala publikationsformer som e-tidningar, appar och webbsidor.

När det gäller övriga textbaserade medieformer läste (eller lyssnade) 45 procent på bok både 2020 och 2021 medan 36 procent läste tidskrift. Både för bok och tidskrift avses tryckta och digitala versioner.

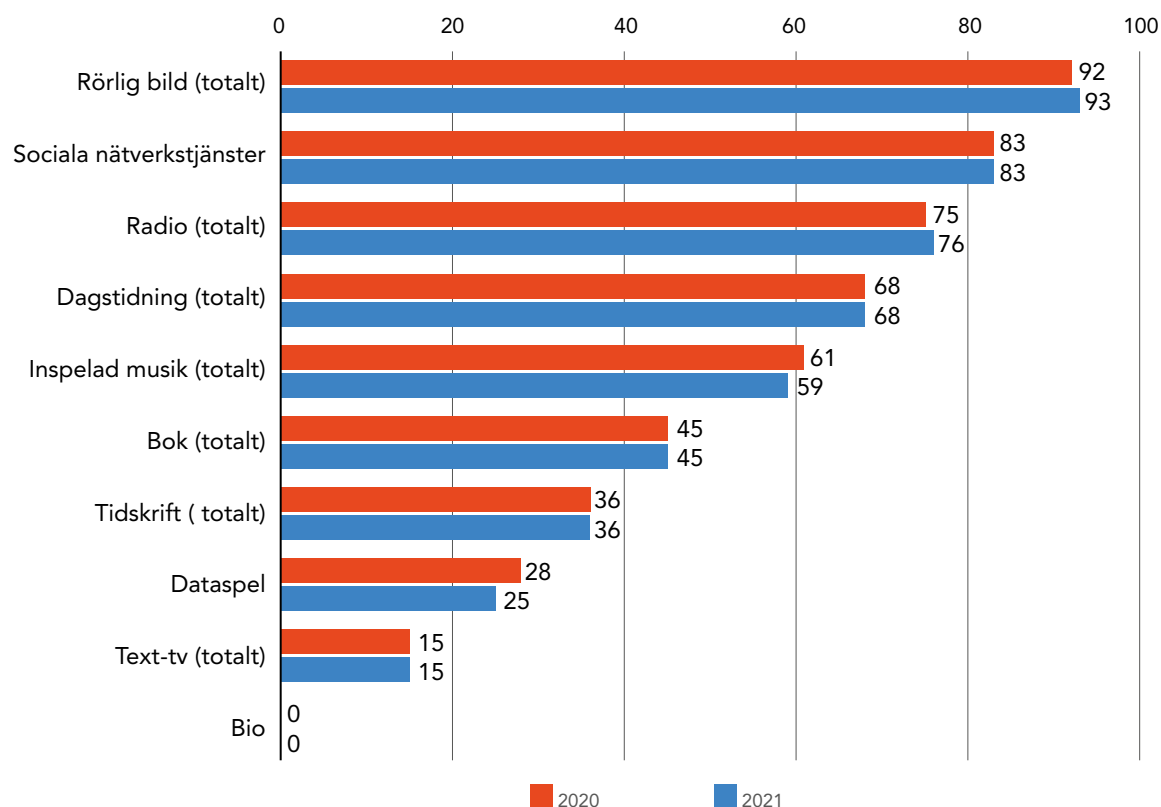
För text-tv var andelen användare 2021 oförändrad sedan föregående år, med 15 procent användare i befolkningen.

För de mer renodlade förströelsemedierna inspelad musik och dataspel var räckvidden 59 respektive 25 procent 2021. Det var en nedgång från 2020, då motsvarande siffror var 61 respektive 28 procent.

Sett över tid är det framför allt de sociala nätverkstjänsterna som på bred front gjort sitt intåg i den svenska mediedagen. Räckvidden för dem har dubblerats sedan början av 2010-talet.

Sammanfattningsvis visar resultaten att den ökade räckvidden som kunde konstateras för flera medier under coronaåret 2020 kvarstod också under 2021.

MEDIEDAGEN Räckvidd för olika medier, 9–85 år, 2020 och 2021 (procent)



Mediebarometern 2020 och 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Med "(totalt)" avses både traditionella och digitala plattformar.

MEDIEDAGEN Räckvidd för olika medier, 9–79 år, 1979–2015, 9–85 år, 2020–2021 (procent)

	1979	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2020*	2021
Rörlig bild (totalt)	76	79	76	79	84	88	86	86	80	92	93
Sociala nätverkstjänster	35	52	83	83
Radio (totalt)	73	69	73	78	80	80	74	70	69	75	76
Dagstidning (totalt)	80	85	81	75	65	68	68
Inspelad musik (totalt)	43	40	38	61	59
Bok (totalt)	29	29	31	34	44	39	38	36	36	45	45
Tidskrift (totalt)	49	54	41	34	32	36	36
Dataspel	9	14	30	28	25
Text-tv (totalt)	23	31	29	23	21	15	15
Bio	1	1	1	1	1	0	0

Mediebarometern 1979–2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Med "(totalt)" avses både traditionella och digitala plattformar.
*Pga. ny datainsamlingsmetod 2019 bröts den direkta jämförbarheten med tidigare år.

Mediedagen: Räckvidd i olika grupper



Lisa Öberg/Scandinav

Under 2021 tog 93% av både kvinnor och män del av rörlig bild en vanlig dag. I samtliga åldersgrupper var räckvidden för rörlig bild över 90%.

Sociala nätverkstjänster var mer populära bland kvinnor än bland män. 87% av kvinnorna och 79% av männen var användare en vanlig dag.

Över hälften – 54% – av kvinnorna läste eller lyssnade på en bok. Motsvarande andel bland männen var 37%.

Youtube hade särskilt hög räckvidd bland barnen, 82%. Bland de äldsta i befolkningen använde 17% Youtube.

Bland de över 65 år läste 84% dagstidning – tryckt eller digital. 23% av barnen läste dagstidning i någon form.

I Mediebarometerens mätningar av olika mediers räckvidd framgick det att användningen av i stort sett samtliga medier ökade i befolkningen 9 till 85 år under pandemiåret 2020, särskilt på de digitala plattformarna. Mediebarometern 2021 redovisar huvudsakligen att medieanvändningen låg kvar på samma nivåer som 2020. Resultatet avser såväl kvinnor, mäns och olika åldersgruppers medieanvändning.

Medan kvinnor och män använde tablålagd och strömmad tv i likartad utsträckning var det betydligt vanligare att män använde Youtube. Män läste också digital dagstidning, spelade dataspel och tog del av text-tv i högre utsträckning än kvinnor. Däremot använde en större andel av kvinnorna sociala nätverkstjänster, läste böcker och läste tryckta tidskrifter jämfört med männen.

Ålder är den faktor som alltid haft störst betydelse för att förklara skillnader i medieanvändning. Äldre medieformat har varit dominerande bland den äldre delen av befolkningen medan den yngre halvan har tagit till sig digitala medier. Men även om äldre människor i högre grad läste tryckta dagstidningar, tidskrifter och böcker samt såg på tablålagd tv i större utsträckning än yngre åldersgrupper, så är bilden av pensionärernas medieanvändning som traditionell inte helt rättvisande 2021. I gruppen 65 till 85 år var till exempel andelen läsare av digital dagstidning lika hög som andelen som läste tryckt dagstidning (54 procent).

Sociala nätverkstjänster är numera en central del av den dagliga medieanvändningen. Andelen användare av någon sådan tjänst är generellt sett hög bland dem under 65 år. Högst användning märks bland dem mellan 15 och 24 år, 97 procent och lägst i åldersgruppen 65 till 85, 59 procent. Pensionärernas närvaro på sociala nätverkstjänster har dock ökat under pandemin.

MEDIEDAGEN Räckvidd i olika grupper, 9–85 år, 2021 (procent)

	Totalt	Kvinna	Man	9–14 år	15–24 år	25–44 år	45–64 år	65–85 år
<i>Rörlig bild</i>								
Rörlig bild (totalt)	93	93	93	97	94	91	93	96
Tv (totalt)	89	90	88	91	85	84	91	94
Strömmad tv	58	59	57	78	71	68	55	35
Tablålagd tv	57	59	55	36	29	35	70	89
Youtube	42	34	50	82	78	50	29	17
Sociala nätverkstjänster	83	87	79	90	97	92	83	59
<i>Ljudmedier</i>								
Radio (totalt)	76	74	78	63	62	72	82	85
Direktsänd radio	69	68	71	57	47	60	79	84
Podcast/radio i efterhand	24	24	25	22	36	34	20	10
Inspelad musik (ej radio/tv)	59	57	62	79	92	73	51	26
<i>Textmedier</i>								
Dagstidning (totalt)	68	67	70	23	43	64	79	84
Digitalt	56	53	59	17	38	59	66	54
På papper	28	29	26	9	10	13	34	54
Bok (totalt)	45	54	37	53	43	45	44	48
Tryckt bok	34	40	28	44	33	32	30	40
Ljudbok	13	16	10	13	9	15	16	9
E-bok	7	7	6	9	9	8	5	4
Tidskrift (totalt)	36	37	36	23	22	28	41	54
Digitalt	17	14	19	12	17	17	18	14
På papper	25	28	22	14	7	14	30	47
Dataspel	25	20	31	62	43	28	18	14
Text-tv	15	12	19	11	8	8	17	31
Bio	0	0	1	0	0	0	0	0

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Med "(totalt)" avses både traditionella och digitala plattformar.

Mediedagen: Genomsnittlig användningstid



Pia Ulin/Scandinav

Befolkningens användningstid för olika ljudmedier var lika stor som för olika former av rörlig bild under 2021.

Lyssnartiden på ljudmedier var nästan lika lång på radio som på inspelad musik.

Inom rörlig bild dominerade tablålagd tv i befolkningen som helhet.

I genomsnitt spenderade befolkningen dubbelt så lång tid på digitala dagstidningar som på tryckta.

Den genomsnittliga användningstiden för sociala nätverkstjänster var nästan en timme.

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 2021 lade den svenska befolkningen 9 till 85 år mest tid på ljudmedier av ett eller annat slag. Sammanlagt rörde det sig om 140 minuter, eller två timmar och 20 minuter. Längst tid, 63 minuter, upptog musiklyssnandet. Något kortare tid, 59 minuter, ägnades åt direktsänd, tablålagd, radio antingen via fm eller via webben. Lyssnandet på podcast/radio i efterhand uppgick till i snitt 18 minuter per person.

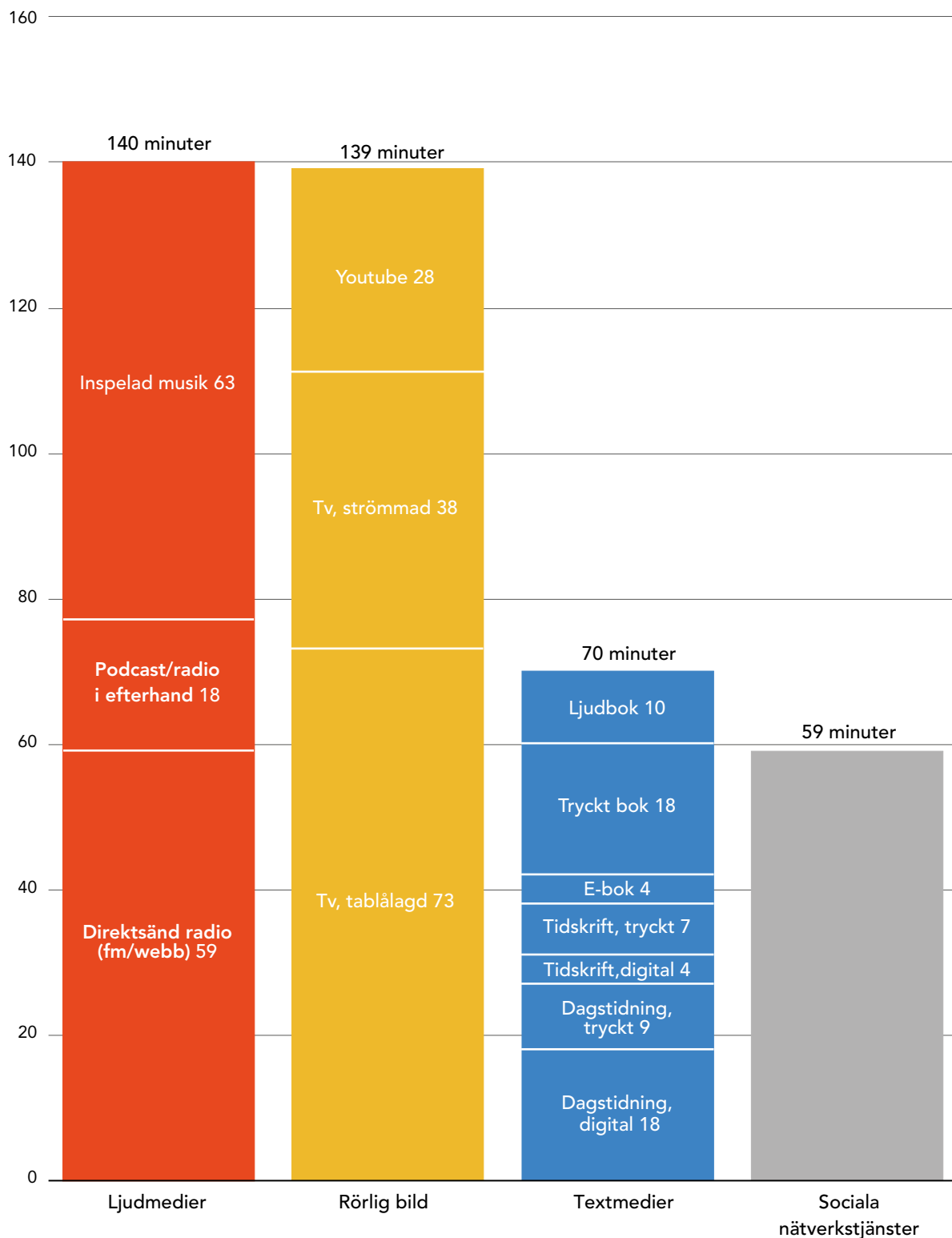
När det kommer till rörlig bild var den genomsnittliga användningstiden nästan lika lång som för ljudmedier, två timmar och 19 minuter. För huvud delen, 73 minuter, svarade tablålagd tv. Traditionell linjär tv är därmed fortfarande den enskilda medieform som den svenska befolkningen i helhet lägger mest tid på. Den genomsnittliga tittartiden på strömmad tv var som jämförelse 38 minuter, medan Youtube-tittandet uppgick till 28 minuter.

För textbaserade medier var den samlade genomsnittliga användningstiden 70 minuter en vanlig dag 2021. Tiden fördelades mellan en rad olika medieslag och plattformar. Tiden som ägnades åt läsningen av digital dagstidning var dubbelt så lång som läsningen av tryckt dagstidning, 18 respektive 9 minuter.

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

För sociala nätverkstjänster uppgick den genomsnittliga användningstiden i befolkningen till 59 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 – inte minst åldersgrupperna. Det är fallet även för många andra medieformer.

MEDIEDAGEN Genomsnittlig användningstid, 9–85 år, 2021 (minuter)



Mediedagen: Bruttotidens fördelning på olika medier



Astrakan Images AB/Scandinav

Under 2021 spenderade befolkningen 9 till 85 år i genomsnitt nästan sju timmar på medier en vanlig dag.

Kvinnor spenderade i genomsnitt betydligt mer tid på sociala nätverkstjänster än män – för Youtube gällde det omvända.

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

För den minst omfattande medieanvändningen stod åldersgruppen 45 till 64 år.

De yngre åldersgrupperna spenderade mest tid på musik och sociala nätverkstjänster, medan de äldsta lade mest tid på tablålagd tv och direkt-sänd radio.

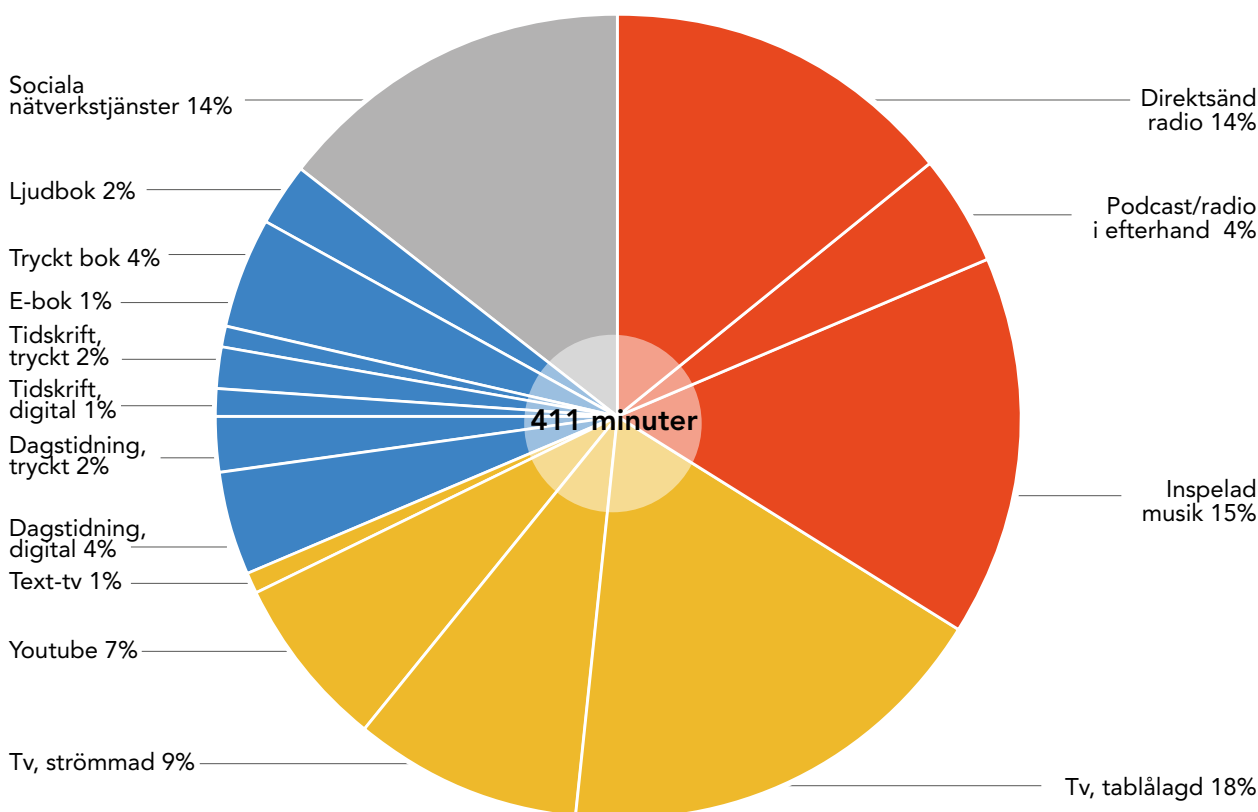
En vanlig dag 2021 ägnade den svenska befolkningen 9 till 85 år närmare sju timmar, eller mer exakt 411 minuter, åt att ta del av medier. Användningstiden för olika medier läggs samman till den så kallade bruttotiden. Den tar inte hänsyn till att vissa medier används parallellt. Man kanske lyssnar på radio samtidigt som man läser morgontidningen, eller använder Facebook samtidigt som man tittar på Netflix.

Mätt i procentandelar svarade ljudmedier för 33 procent av den totala medieanvändningen och rörlig bild för 35 procent. Textmedier och sociala nätverkstjänster svarade för 16 respektive 14 procent av den totala användningstiden för medier under 2021.

Kvinnor spenderade över lag lite mer tid på medier än vad män gjorde. Kvinnor ägnade mer tid åt att läsa tryckt bok och att se på tablålagd och strömmad tv samt att lyssna på ljudbok. Men framför allt lade kvinnor väsentligt mer tid än männen på sociala nätverkstjänster. Män såg i stället mer på Youtube och lyssnade på inspelad musik under längre tid än vad som var fallet med kvinnorna. För dagstidningar, tidskrifter och radio fanns det under 2021 små eller inga skillnader mellan kvinnor och män när det gäller den genomsnittliga användningstiden en vanlig dag.

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

MEDIEDAGEN Bruttotidens fördelning på olika medier, 9–85 år, 2021 (procent)



Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

MEDIEDAGEN Bruttotidens fördelning på olika medier, 9–85 år, 2021 (minuter)

	Totalt	Kvinna	Man	9–14 år	15–24 år	25–44 år	45–64 år	65–85 år
Direktsänd radio	59	59	59	17	23	40	70	102
Podcast/radio i efterhand	18	17	18	10	29	27	13	6
Inspelad musik	63	57	68	81	129	76	46	24
Tv, tablålagd	73	76	71	30	25	35	90	144
Tv, strömmad	38	41	35	58	63	50	28	17
Youtube	28	20	36	76	70	32	13	8
Text-tv	3	3	3	2	3	1	3	8
Dagstidning, digital	18	16	20	3	7	16	22	22
Dagstidning, tryckt	9	10	9	1	2	3	10	25
Tidskrift, digital	4	3	5	2	3	4	5	4
Tidskrift, tryckt	7	8	6	3	2	3	8	17
E-bok	4	5	4	4	8	5	3	3
Tryckt bok	18	21	14	18	21	15	14	25
Ljudbok	10	13	8	7	6	11	13	7
Sociala nätverkstjänster	59	67	50	112	125	67	38	25
Summa minuter	411	416	406	426	515	385	376	437

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

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



Susanne Kron/Scandinav

En genomsnittlig vecka 2021 tittade 94% procent av befolkningen 9 till 85 år på rörlig bild i någon form.

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

Sociala nätverkstjänster användes en genomsnittlig vecka av 87%.

82% tog del av en dagstidning en genomsnittlig vecka – på papper eller digitalt.

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

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

Under 2021 tittade 93 procent av befolkningen 9 till 85 år på rörlig bild i någon form en genomsnittlig dag. Utökas tidsspännet till den senaste veckan eller senaste månaden ökade andelen till 94 respektive 95 procent. De höga räckviddstalen visar tydligt vilken central plats den rörliga bilden har i dagens svenska medielandskap.

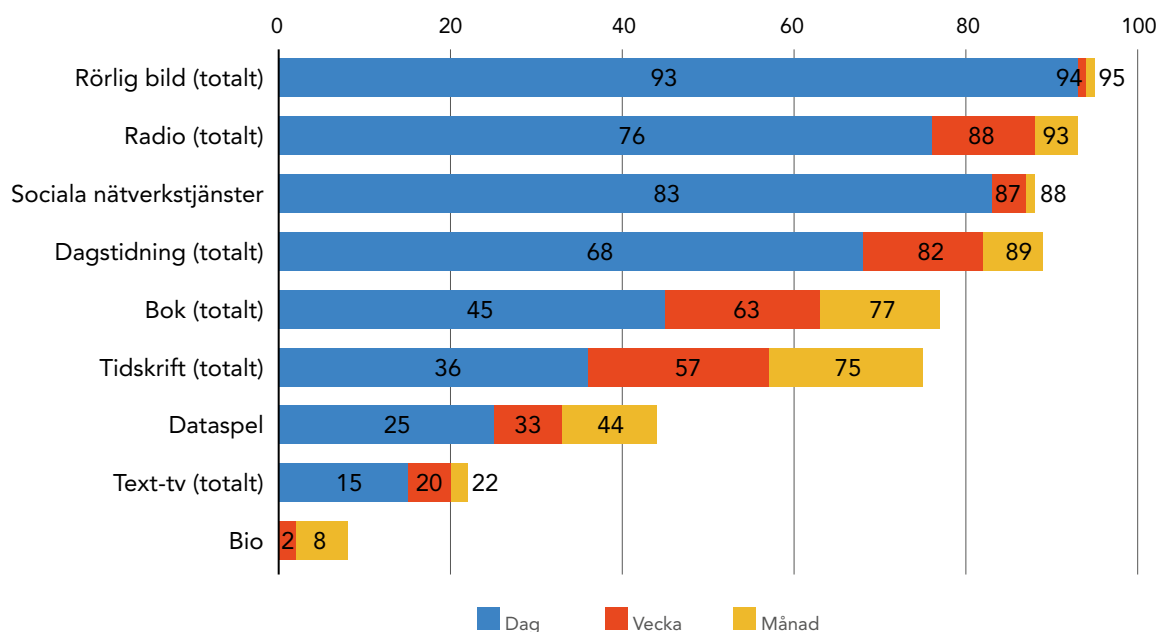
För sociala nätverkstjänster uppgick den dagliga räckvidden till 83 procent. Om avgränsningen utökas till den senaste veckan ökade räckvidden med 4 procentenheter. När avgränsningen utökas till senaste månaden tillkom 1 procentenhet. Utfallet bekräftar bilden av sociala nätverkstjänster som ett vanemedium.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

För dagstidningen var variationen större. Utökas tidsspännet från dagligen till senaste veckan ökade räckvidden från 68 till 82 procent. På månadsbasis var räckvidden för dagstidningen 89 procent. En bidragande förklaring till de här mönstren är att de flesta dagstidningar inte utkommer dagligen, åtminstone inte i tryckt form. Utgivningsfrekvensens betydelse för räckvidden är än tydligare för tidskrifter. Här ökade räckvidden från 36 procent dagligen till 57 respektive 75 på vecko- respektive månadsbasis. Samma mönster gäller också för läsningen av böcker.

Besöksfrekvensen i avseende på bio avviker starkt från tidigare år då möjligheterna att se film på bio var precis som 2020 kraftigt begränsade under 2021. Under pandemiåret 2021 uppgav endast 2 procent att de varit på bio under den senaste veckan.

Med undantag för biobesöken uppvisar den veckovisa räckvidden för olika medieformer i allmänhet begränsade förändringar över tid. För den största nedgången svarar användningen av text-tv och tidskrifter, där veckoräckvidden i båda fallen minskat väsentligt sedan år 2000. För den största uppgången under 2000-talet svarar sociala nätverkstjänster.

MEDIEDAGEN/-VECKAN/-MÅNADEN Räckvidd för olika medier, 9–85 år, 2021 (procent)



Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Med "(totalt)" avses både traditionella och digitala plattformar.

MEDIEVECKAN Räckvidd för olika medier, 9–79 år, 2000–2015, 9–85 år, 2020 och 2021 (procent)

	2000	2005	2010	2015	2020*	2021
Rörlig bild (totalt)	99	97	97	95	98	94
Radio (totalt)	96	92	90	88	88	88
Sociala nätverkstjänster	87	87
Dagstidning (totalt)	95	94	91	83	83	82
Bok (totalt)	59	60	57	56	64	63
Tidskrift (totalt)	83	71	62	57	58	57
Dataspel	..	20	27	41	38	33
Text-tv (totalt)	58	51	40	32	21	20
Bio	8	6	7	7	2	2

Mediebarometern 2000–2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Med "(totalt)" avses både traditionella och digitala plattformar.

*Pga. ny datainsamlingsmetod 2019 bröts den direkta jämförbarheten med tidigare år.

Radio: Daglig räckvidd



Lieselotte Van Der Meijs/Scandinav

76% lyssnade på radio i någon form, direktsänd såväl som podcast/i efterhand, en vanlig dag 2021.

Flest, 51%, lyssnade på radio i bilen.

32% lyssnade på radio i traditionell radioapparat. För podcast/radio i efterhand och direktsänd webbradio var räckvidden 24% respektive 20%.

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

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

Under en vanlig dag 2021 lyssnade 76 procent av den svenska befolkningen mellan 9 och 85 år på radio i någon form. Sett till befolkningen som helhet dominerade de traditionella formerna för radiolyssnande. För den allra största andelen, 51 procent, stod bilradion, medan 32 procent lyssnade på radio i traditionell radioapparat (fm). 24 procent lyssnade en vanlig dag på podcast eller radio i efterhand, medan 20 procent lyssnade på direktsänd radio över internet (webbradio). Jämfört med 2020 bestod den totala räckvidden för radio. Lyssnandet via bilradio var nära oförändrad medan användningen av traditionell radioapparat ökade från 32 till 35 procent. Och medan lyssnande på podcast/radio i efterhand ökade med 2 procentenheter var användningen av direktsänd webbradio oförändrad.

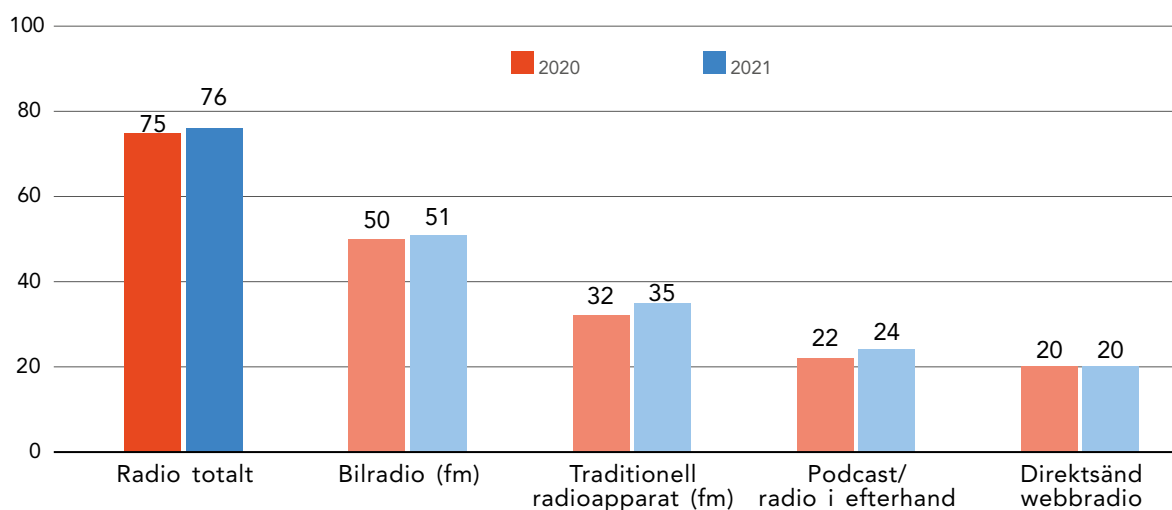
Kvinnors och mäns radiovanor uppvisade skillnader under 2021 då män totalt lyssnade på radio i högre utsträckning än kvinnor. Framför allt var skillnaden att män lyssnade på radio i bilen och på direktsänd webbradio i högre grad än kvinnor. När det gäller lyssnandet via traditionell radioapparat och podcast var räckvidden i princip densamma bland kvinnor och män.

Skillnaderna var däremot betydligt större mellan olika åldersgrupper. Radiolyssnandet var totalt sett mest utbrett bland personer som var 45 år eller äldre. Störst var skillnaden för radiolyssnandet via traditionell radioapparat. Under 2021 lyssnade 69 procent i åldern 65 till 85 år på radio den vägen en vanlig dag. I åldern 15 till 24 år var andelen endast 12 procent. Också lyssnandet på podcast präglades av stora åldersskillnader. Högst var räckvidden i åldrarna 15 till 24 år och 25 till 44 år. Lägst var den i åldern 65 till 85 år. När det gäller lyssnandet på webbradio var det gruppen 45 till 64 år som stod för det mest utbredda lyssnandet. I gruppen var det också högst andel som lyssnade på bilradio. Direktsänd radio via webben hade fler lyssnare i gruppen 65 till 85 år än bland dem under 25 år.

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

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

RADIO Daglig räckvidd, 9–85 år, 2020 och 2021 (procent)



Mediebarometern 2020 och 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

RADIO Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent)

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	76	51	35	24	20
Kvinna	74	48	35	24	18
Man	78	55	35	25	22
9–14 år	63	51	15	22	11
15–24 år	62	39	12	36	10
25–44 år	72	47	19	34	20
45–64 år	82	60	40	20	25
65–85 år	85	51	69	10	20
Ej högskola (25–85 år)	79	56	46	16	20
Högskola (25–85 år)	78	50	34	29	23
Storstad	73	42	29	31	23
Stad	75	51	35	24	18
Landsbygd	79	60	40	19	19

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Radio: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldern **9 till 14 år** fanns det inga större skillnader mellan flickor och pojkar i radiolyssnandet, varken totalt eller via olika distributionskanaler

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

Även i åldern **25 till 44 år** var bilradion det vanligaste sättet att lyssna på radio. Det gällde

dock inte i storstäderna. Här hade i stället podcast-lyssnandet högre räckvidd än i övriga landet men också den högsta räckvidden totalt sett. I åldern **45 till 64 år** lyssnade män i högre utsträckning än kvinnor totalt på radio. Också här var användningen av bilradio högst på landsbygden.

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

RADIO Daglig räckvidd, 9–14 år, 2021 (procent)

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	63	51	15	22	11
Flicka	62	50	16	23	11
Pojke	64	53	14	21	11
Storstad	(58)	(39)	(11)	(22)	(13)
Stad	59	47	18	23	11
Landsbygd	(69)	(63)	(17)	(21)	(10)

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

RADIO Daglig räckvidd, 15–24 år, 2021 (procent)

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	62	39	12	36	10
Kvinna	66	44	12	39	10
Man	57	34	12	32	10
15–19 år	64	44	14	34	10
20–24 år	59	34	10	38	10
Storstad	60	30	12	38	12
Stad	60	40	9	37	8
Landsbygd	66	49	16	33	10

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

RADIO Daglig räckvidd, 25–44 år, 2021 (procent)

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	72	47	19	34	20
Kvinna	72	48	19	32	19
Man	72	46	18	36	21
25–34 år	65	38	13	37	17
35–44 år	78	56	24	31	23
Ej högskola	70	51	24	25	18
Högskola	73	45	16	39	21
Storstad	70	36	16	41	23
Stad	69	47	17	31	16
Landsbygd	76	60	23	29	20

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

RADIO Daglig räckvidd, 45–64 år, 2021 (procent)

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	82	60	40	20	25
Kvinna	78	54	40	18	23
Man	86	67	40	21	27
45–54 år	80	62	32	22	25
55–64 år	83	58	49	18	25
Ej högskola	82	63	44	15	24
Högskola	81	58	37	24	26
Storstad	80	52	35	28	30
Stad	82	61	44	19	20
Landsort	82	66	42	15	25

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

RADIO Daglig räckvidd, 65–85 år, 2021 (procent)

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	85	51	69	10	20
Kvinna	80	40	68	10	17
Man	88	61	70	10	22
65–74 år	85	57	67	12	21
75–85 år	83	38	73	8	17
Ej högskola	84	53	70	7	17
Högskola	85	48	68	15	24
Storstad	82	45	68	12	20
Stad	85	50	67	13	25
Landsbygd	86	55	72	7	15

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Radio: Genomsnittlig lyssnartid bland lyssnare



Phia Bergdahl/Scandinav

Den genomsnittlige lyssnaren spenderade 85 minuter på direktsänd radio en vanlig dag 2021.

Den genomsnittlige lyssnaren på podcast/radio i efterhand lyssnade 72 minuter.

Lyssnartiden för direktsänd radio ökade kraftigt med lyssnarnas stigande ålder.

På podcast/radio i efterhand var det i stället användarna i åldrarna 15 till 44 år som lyssnade mest.

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

Under 2021 lyssnade den genomsnittlige lyssnaren i åldern 9 till 85 år knappt en och en halv timme – eller 85 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 användaren av podcast/radio i efterhand lyssnade nästan en timme och en kvart, eller 72 minuter. Det direktsända radiolyssnandet var alltså inte bara mer förekommande än lyssnandet på eftersänd radio under 2021 (se s. 23), den genomsnittlige lyssnaren på direktsänd radio lyssnade också något längre tid än den genomsnittlige lyssnaren på podcast/radio i efterhand.

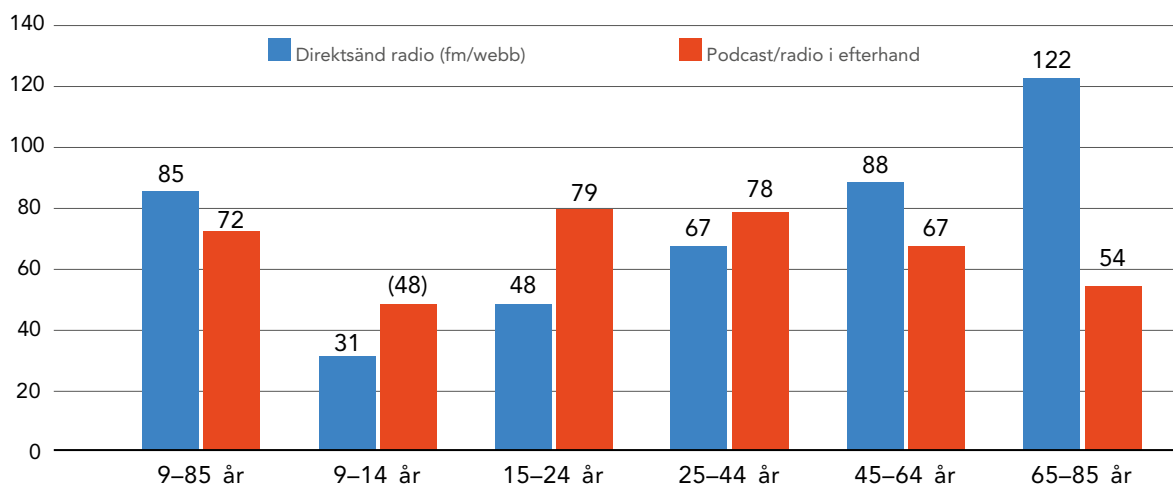
Kvinnliga och manliga lyssnare spenderade nästan lika lång tid på direktsänd radio under 2021. Det fanns heller inga större skillnader i användningstid mellan män och kvinnor som lyssnade på podcast/radio i efterhand.

Lyssnartiden på direktsänd radio visar ett tydligt positivt samband med stigande ålder. Äldre människor lyssnade inte bara mer frekvent på direktsänd radio än yngre, de ägnade också väsentligt längre tid åt radio. Den genomsnittlige lyssnaren i åldern 65 till 85 år ägnade två timmar om dagen (122 minuter) åt direktsänd radio. I åldern 9 till 14 år var lyssnartiden bland lyssnare endast en halvtimme (30 minuter). När det gäller podcast/radio i efterhand var skillnaderna i lyssnartid mellan åldersgrupperna betydligt mindre. Mest omfattande var lyssnandet i gruppen 15 till 24 år (79 minuter).

I fråga om utbildningsnivå fanns det under 2021 tydliga skillnader i lyssnartid för direktsänd radio. Radiolyssnare utan högskolestudier lade mer tid på direktsänd radio jämfört med radiolyssnare med högskolestudier. Bland lyssnarna på podcast/radio i efterhand var mönstret detsamma.

Lyssnare på direktsänd radio som bor på landsbygden lade längre tid på att lyssna på radio än vad som var fallet med lyssnare i storstäderna. För podcast/radio i efterhand var det små skillnader mellan lyssnarna i olika delar av landet, omkring 70 minuter.

RADIO Genomsnittlig lyssnartid bland lyssnare, 9–85 år, 2021 (minuter)



Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

RADIO Genomsnittlig lyssnartid bland lyssnare, 9–85 år, 2021 (minuter)

	Direktsänd radio (fm/webb)	Podcast/radio i efterhand
Totalt	85	72
Kvinna	87	70
Man	83	74
9–14 år	31	(48)
15–24 år	48	79
25–44 år	67	78
45–64 år	88	67
65–85 år	122	54
Ej högskola (25–85 år)	105	79
Högskola (25–85 år)	78	69
Storstad	79	73
Stad	82	70
Landsbygd	92	73
Antal svar	4 167	1 462

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

Radiokanaler: Daglig räckvidd



Marie Linnér/Scandinav

50% lyssnade på någon av SR:s fyra huvudkanaler en vanlig dag 2021 – 32% lyssnade på reklamradio.

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

SR:s räckvidd ökade kraftigt med stigande ålder.

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

P1 var den mest populära kanalen 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 2021. Under en vanlig dag lyssnade halva befolkningen i åldern 9 till 85 år på någon av SR:s fyra huvudkanaler via antingen traditionell radio eller webben. Populärast var P4 och P1 med en daglig räckvidd på 31 respektive 21 procent. För P3 och P2 var andelarna 12 respektive 4 procent. Jämfört med 2020 ökade SR:s totala räckvidd och det förklaras framför allt av ett ökat lyssnande på P4.

32 procent av befolkningen lyssnade på någon privat reklamradiokanal under 2021. 8 procent lyssnade på närradio och 3 procent lyssnade på någon utländsk radiokanal. Det var oförändrade andelar jämfört med 2020.

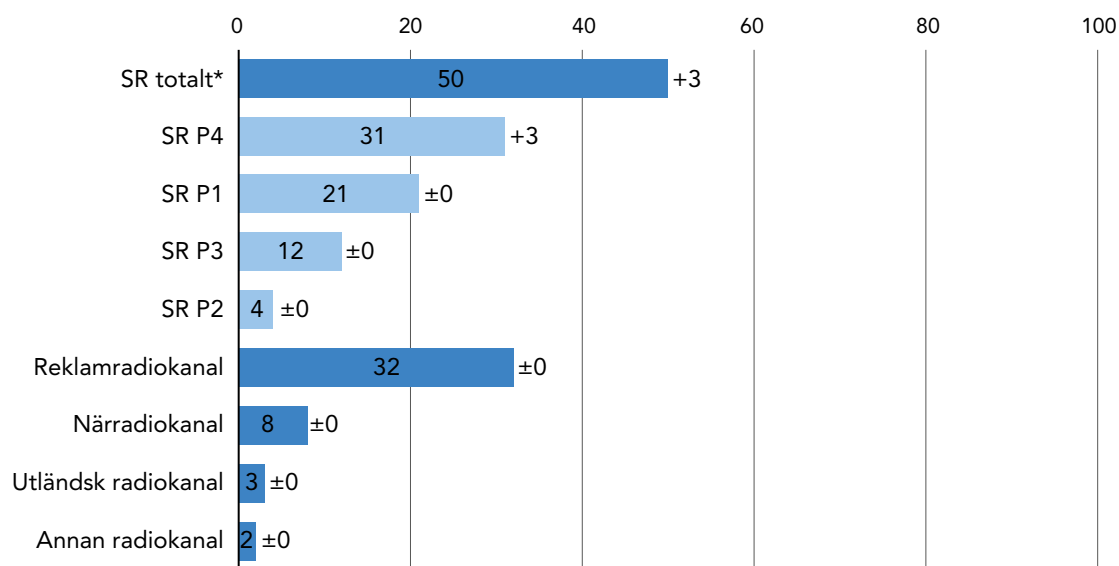
Sammantaget nådde SR fler män än kvinnor under 2021. Tre av fyra huvudkanaler hade en liten övervikt av manliga lyssnare, för P2 var det ingen skillnad. För reklamradion var det inte heller någon skillnad i räckvidd mellan kvinnor och män.

Lyssnandet på de svenska radiokanalerna varierar kraftigt mellan olika åldersgrupper. Under 2021 lyssnade 76 procent i åldern 65 till 85 år på någon av SR:s fyra huvudkanaler en vanlig dag. I åldern 15 till 24 år var motsvarande andel endast 20 procent. Störst var ålderskillnaderna för SR:s två största kanaler, P4 och P1.

För den privata reklamradion gällde i stället det omvända mönstret. Här var räckvidden högst bland de yngsta, 9 till 14 år, och lägst bland de äldsta, 65 till 85 år. Under 2021 hade reklamradion betydligt fler lyssnare i åldersgrupperna 9 till 14 år och 15 till 24 år än SR:s fyra huvudkanaler tillsammans. Den samlade räckvidden för SR:s fyra huvudkanaler var i princip högre bland personer med högskolestudier än bland personer utan. Skillnaderna mellan enskilda kanaler var dock stora. För P1 var räckvidden betydligt högre bland personer med högskolestudier. För P4, liksom för reklamradion, rådde i stället det omvända förhållandet. För P2 och P3 var skillnaderna mellan olika utbildningsnivåer däremot begränsade.

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

RADIOKANALER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent samt förändring jämfört med 2020 i procentenheter)



Mediebarometern 2020 och 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller lyssning på direktsänd radio i radioapparat, bilradio eller via webben. *Avser den samlade räckvidden för SR P1, P2, P3 och P4.

RADIOKANALER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	50	22	4	12	31	32
Kvinna	47	20	4	11	28	31
Man	53	24	4	13	33	32
9–14 år	19	4	1	7	13	44
15–24 år	20	6	2	11	10	33
25–44 år	39	16	3	17	18	31
45–64 år	60	26	4	13	39	39
65–85 år	76	38	8	5	54	18
Ej högskola (25–85 år)	58	18	3	11	43	34
Högskola (25–85 år)	55	32	5	13	27	28
Storstad	46	25	5	12	23	26
Stad	50	20	4	13	31	32
Landsbygd	54	20	3	12	37	36

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller lyssning på direktsänd radio i radioapparat, bilradio eller via webben. *Avser den samlade räckvidden för SR P1, P2, P3 och P4.

Radiokanaler: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldern **9 till 14 år** var det under en vanlig dag 2021 en betydligt större andel som lyssnade på reklamradio än på någon av SR:s fyra huvudkanaler. Det var ingen skillnad mellan pojkar och flickor. Av SR:s kanaler var P4 populärast.

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

I gruppen **25 till 44 år** var inte reklamradion störst, utan SR. Män lyssnade dock i högre grad på SR och kvinnor på reklamradio. För både SR som helhet och reklamradion var räckvidden klart högre på landsbygden jämfört med i storstäderna.

I åldern **45 till 64 år** var SR:s dominans relativt reklamradion än tydligare. För både SR och reklamradion var räckvidden högre bland män än bland kvinnor. Det var inga större skillnader i SR:s totala räckvidd kopplad till utbildning och boende. Reklamradion hade fler lyssnare bland ej högskoleutbildade och utanför storstäderna.

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

RADIOKANALER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2021 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	19	4	1	7	13	44
Flicka	19	3	1	7	13	44
Pojke	20	4	2	6	13	44
Storstad	(17)	(4)	(1)	(6)	(10)	(35)
Stad	22	6	2	8	12	41
Landsbygd	(19)	(2)	(0)	(6)	(15)	(53)

Mediebarometern 2021 (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. Värderna i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

RADIOKANALER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2021 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	20	6	2	11	10	33
Kvinna	19	5	1	11	9	38
Man	22	7	2	11	11	28
15–19 år	21	6	2	11	11	38
20–24 år	19	6	2	11	8	28
Storstad	16	5	3	9	6	28
Stad	22	8	1	12	11	32
Landsbygd	23	6	2	12	13	40

Mediebarometern 2021 (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, 2021 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	39	16	3	17	18	31
Kvinna	37	13	3	18	17	36
Man	42	19	3	17	18	26
25–34 år	32	11	2	16	12	23
35–44 år	47	21	3	19	23	38
Ej högskola	38	10	2	18	21	35
Högskola	41	20	3	17	16	28
Storstad	36	19	3	16	12	22
Stad	36	13	3	18	17	33
Landsbygd	46	15	2	19	24	38

Mediebarometern 2021 (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, 2021 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	60	26	4	13	39	39
Kvinna	57	25	3	11	37	36
Man	63	27	4	14	41	43
45–54 år	53	22	2	13	33	45
55–64 år	66	30	5	12	44	33
Ej högskola	58	15	3	12	46	44
Högskola	61	36	5	13	32	34
Storstad	58	33	5	13	32	34
Stad	61	23	3	15	39	42
Landsbygd	61	22	3	11	44	42

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller lyssning på direktsänd radio i radioapparat, bilradio eller via webben. *Avser den samlade räckvidden för SR P1, P2, P3 och P4.

RADIOKANALER Daglig räckvidd, 65–85 år, 2021 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	76	38	8	5	54	18
Kvinna	72	37	7	3	49	10
Man	80	39	8	7	59	25
65–74 år	75	35	7	5	56	23
75–85 år	78	44	9	5	51	8
Ej högskola	75	29	5	4	61	20
Högskola	78	53	12	6	45	14
Storstad	75	44	12	5	47	16
Stad	76	36	7	5	54	16
Landsbygd	77	36	6	5	58	20

Mediebarometern 2021 (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

59% av befolkningen lyssnade på inspelad musik en vanlig dag 2021.

55% lyssnade på strömmad musik – 8% på cd-/vynylskiva eller kassetband.

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

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

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

Sammanlagt uppgick den dagliga räckvidden för inspelad musik till 59 procent under 2021. Under året lyssnade drygt hälften – 55 procent – av den svenska befolkningen mellan 9 och 85 år på strömmad musik en vanlig dag. Med strömmad musik menas exempelvis via Spotify eller Apple Music. Det var betydligt färre som lyssnade på musik som var inspelad på cd-skiva, vynylskiva eller kassetband, 8 procent. Musik som spelas i direktsänd radio och tv ingår inte i den här redovisningen. Jämfört med 2020 var lyssnandet på såväl strömmad musik som lyssnandet på cd, vynylskiva eller kassetband oförändrat.

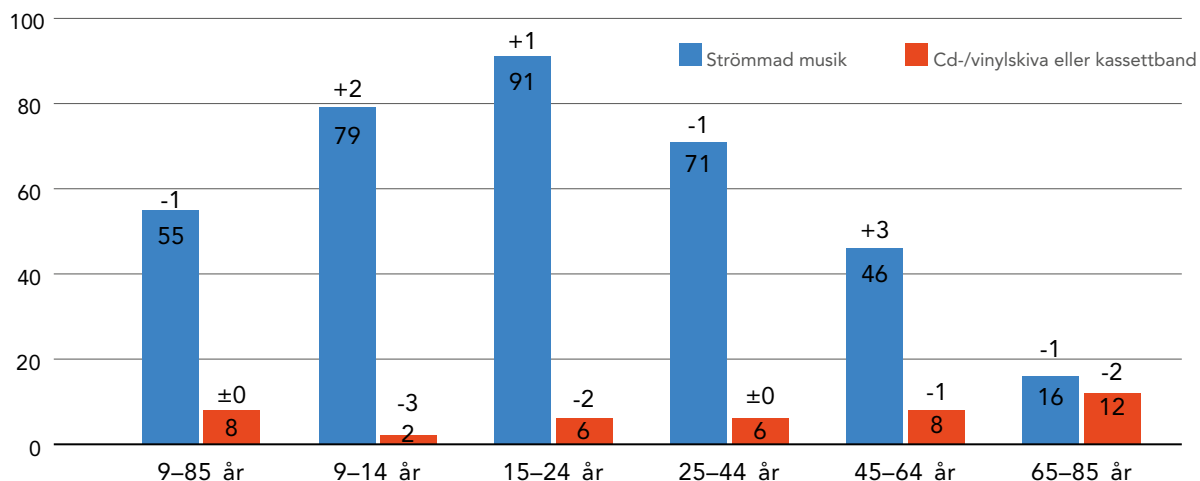
Musiklyssnandet under 2021 var något mer utbrett bland män än kvinnor i fråga om samlad räckvidd. Skillnaden framträder framför allt för lyssnande på strömmad musik. Men det var även en liten övervikt bland män – 2 procentenheter – när det handlar om musiklyssnande på cd-/vynylskivor eller kassetband.

Det fanns stora skillnader mellan de olika åldersgrupperna under 2021. Allra högst var lyssnandet på inspelad musik i åldern 15 till 24 år. Därefter sjönk räckvidden väsentligt med stigande ålder. Lägst var den i gruppen 65 till 85 år.

Det totala musiklyssnandet var mer utbrett bland personer med högskolestudier än bland personer utan sådan utbildning. Skillnaden utifrån utbildningsnivå gällde dock bara den strömmade musiken. För att lyssna på musik via skiv- eller kassetinspelningar fanns ingen motsvarande skillnad. Att lyssna på musik på cd-/vynylskiva eller kassetband ökade med ålder, samtidigt som att lyssna på strömmad musik uppvisade ett motsatt mönster.

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

INSPELAD MUSIK Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent samt förändring jämfört med 2020 i procentenheter)



Mediebarometern 2020 och 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

INSPELAD MUSIK Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent)

	Totalt	Strömmad musik	Cd-/vinylskiva eller kassettband
Totalt	59	55	8
Kvinna	57	53	7
Man	62	57	9
9–14 år	79	79	2
15–24 år	92	91	6
25–44 år	73	71	6
45–64 år	51	46	8
65–85 år	26	16	12
Ej högskola (25–85 år)	47	41	9
Högskola (25–85 år)	58	54	8
Storstad	66	63	8
Stad	60	55	8
Landsbygd	52	47	8

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Inspelad musik: Genomsnittlig lyssnartid bland lyssnare



Helén Karlsson/Scandinav

Den genomsnittliga lyssnartiden en vanlig dag 2021 bland musiklyssnare uppgick till 101 minuter.

15 till 24-åringarna lyssnade längst tid – kortast tid lyssnade de äldre lyssnarna.

Män lyssnade i genomsnitt 9 minuter längre på musik än kvinnor.

Lyssnartiden var ungefär lika lång bland låg- som hög- utbildade.

Lyssnartiden var ungefär densamma i storstäderna som på landsbygden.

101 minuter – eller en timme och fyrtio minuter. Så länge lyssnade den genomsnittlige musiklyssnaren i åldern 9 till 85 år på inspelad musik en vanlig dag 2021. Den genomsnittliga lyssnartiden inkluderar både strömmad musik via internet och musik inspelad på cd-/vynylskiva eller kassettband.

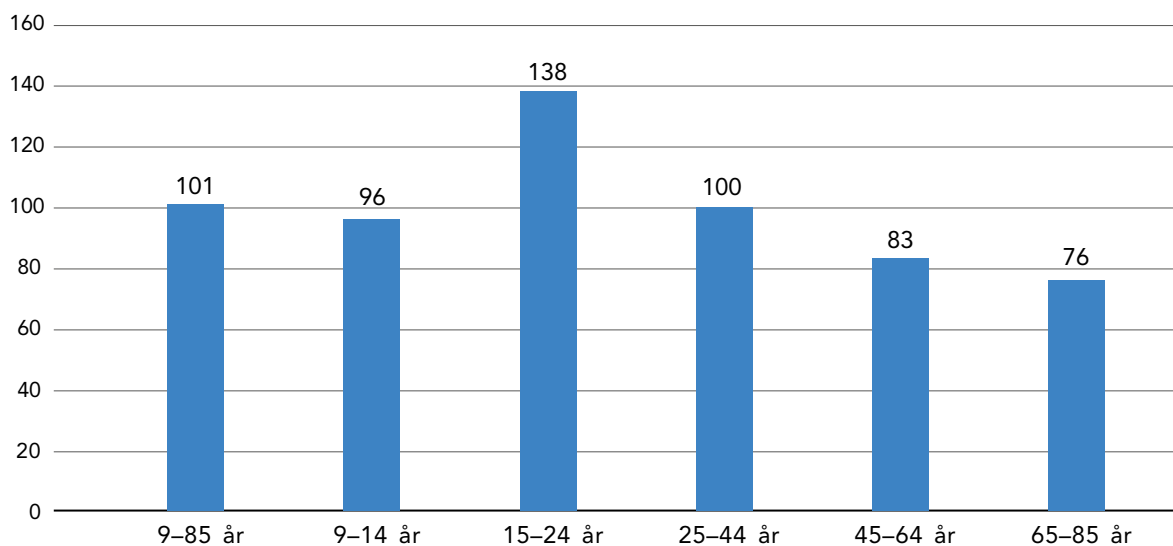
Män som lyssnade på musik lade lite mer tid på musiken än vad kvinnliga lyssnare gjorde, närmare bestämt lyssnade de manliga musiklyssnarna i genomsnitt 9 minuter längre. Under 2021 lyssnade alltså inte bara fler män än kvinnor på musik en genomsnittlig dag (se s. 33), de lade också mer tid på det än vad som var fallet för de kvinnor som lyssnade på musik.

Sambandet mellan räckvidd och lyssnartid återfanns också i relation till ålder. De åldersgrupper som lyssnade mest på musik i fråga om räckvidd, lyssnade också längst tid, och vice versa. För den genomsnittligt längsta lyssnartiden svarade alltså lyssnarna i åldersgruppen 15 till 24 år. Den genomsnittlige lyssnaren i den här gruppen lyssnade under 2021 nästan två timmar och tjugo minuter (138 minuter) på musik en vanlig dag. I de äldre åldersgrupperna – det vill säga lyssnare som var 45 år och äldre – begränsades lyssnartiden till omkring en timme och en tjugo minuter (83 minuter respektive 76 minuter).

Mellan olika utbildningsnivåer fanns det däremot bara en liten variation när det gäller tiden som lades på musiklyssnande. Det skiljde fyra minuter mellan musiklyssnare med högskolebakgrund och de lyssnare som inte hade någon högskolebakgrund.

Skillnaderna i lyssnartid utifrån vart i landet man bor var också begränsade. Men musiklyssnare som bodde på landsbygd lyssnade något längre tid jämfört med lyssnare som bodde i städer eller storstäder.

INPELAD MUSIK Genomsnittlig lyssnartid bland lyssnare, 9–85 år, 2021 (minuter)



Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

INPELAD MUSIK Genomsnittlig lyssnartid bland lyssnare, 9–85 år, 2021 (minuter)

	Lyssnartid
Totalt	101
Kvinna	96
Man	105
9–14 år	96
15–24 år	138
25–44 år	100
45–64 år	83
65–85 år	76
Ej högskola (25–85 år)	93
Högskola (25–85 år)	89
Storstad	99
Stad	100
Landsbygd	103
Antal svar	3 552

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Rörlig bild: Daglig räckvidd



Susanne Kronholm/Scandinav

93% tittade på rörlig bild i någon form en vanlig dag 2021.

Strömmad tv var vanligast, 58% såg på det en vanlig dag – för tabblågd tv var räckvidden 57%.

Strömmad tv hade högst räckvidd i gruppen 9 till 14 år – lägst var den i åldern 65 till 85 år. Tabblågd tv hade högst räckvidd i den äldsta åldersgruppen.

Youtubes dagliga räckvidd var 78% bland 15 till 24-åringar – i åldern 65 till 85 år var den 17%.

Strömmad tv hade högst räckvidd bland högskoleutbildade och i storstäder. För tabblågd tv var det tvärtom.

En vanlig dag 2021 tittade i genomsnitt 93 procent av befolkningen 9 till 85 år på rörlig bild i någon form. 89 procent tittade på tv. Tv inkluderar tabblågd tv och strömmad tv, eller så kallad video-on-demand (VOD). Med en daglig räckvidd på 57 respektive 58 procent var det nästan lika många i befolkningen som såg på traditionell tabblågd tv som strömmad tv. Något färre – 42 procent – tittade på Youtube en vanlig dag och 23 procent tittade på annat rörligt innehåll online. Jämfört med föregående år var den totala räckvidden för rörlig bild stabil. Den tydligaste förändringen var att tittandet på strömmad tv ökade från 55 till 58 procent. Tittandet på dvd-/blu-ray fortsatte minska till endast 1 procent 2021.

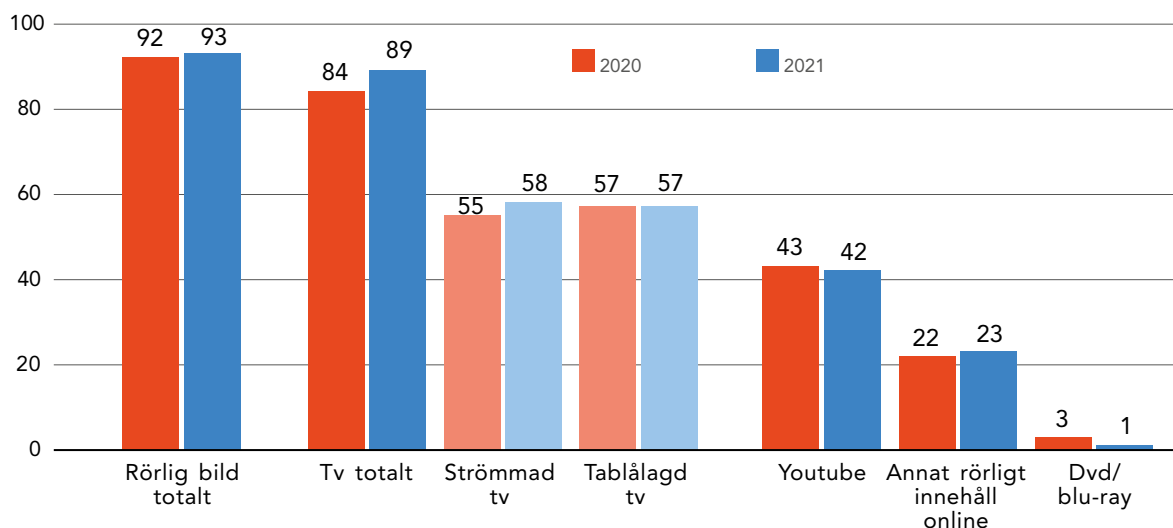
Sett till den samlade räckvidden för rörlig bild var tv-mediet något mer populärt bland kvinnor än bland män. Det gällde både tabblågd och strömmad tv. Däremot var det en betydligt högre andel av männen som tittade på Youtube jämfört med kvinnor. Också uppdelad på ålder uppvisade befolkningen relativt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

Däremot var valet av plattform för tv-tittande tydligt kopplad till ålder. I de tre yngsta åldersgrupperna (9 till 44 år) var det i samtliga fall betydligt fler som tittade på strömmad än på tabblågd tv en vanlig dag 2021. I de två äldsta grupperna (45 till 85 år) gällde i stället det omvända. Också Youtubes räckvidd varierade kraftigt mellan åldrarna. Under 2021 tittade 82 procent av 9 till 14-åringar på Youtube en vanlig dag. I åldern 65 till 85 var andelen 17 procent.

När det gäller utbildningsnivå var tittandet på strömmad tv mer utbrett bland personer med högskoleutbildning medan tittandet på tabblågd tv var mer utbrett bland personer utan högskoleutbildning. Ändå var den totala räckvidden för tv-mediet ungefär densamma i båda grupperna. Inte heller för Youtubes räckvidd fanns det några stora skillnader avseende utbildningsnivå under 2021.

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

RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 9–85 år, 2020 och 2021 (procent)



Mediebarometern 2020 och 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent)

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... strömmad	... tablålagd	Youtube
Totalt	93	89	58	57	42
Kvinna	93	90	59	59	34
Man	93	88	57	55	50
9–14 år	97	91	78	36	82
15–24 år	94	85	71	29	78
25–44 år	91	84	68	35	50
45–64 år	93	91	55	70	29
65–85 år	96	94	35	90	17
Ej högskola (25–85 år)	93	90	47	70	31
Högskola (25–85 år)	93	89	62	55	36
Storstad	93	89	64	52	46
Stad	94	90	59	58	41
Landsbygd	93	88	52	60	38

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga former av rörlig bild, inte bara de som anges i tabellen.

Rörlig bild: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldern **9 till 14 år** var räckvidden för strömmad tv högre bland flickor än bland pojkar under 2021. Dock var det fler pojkar än flickor som tittade på Youtube. För tabblagd tv fanns inga skillnader mellan flickor och pojkar.

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

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

Mönstret med fler manliga Youtube-tittare återfanns också i åldrarna **45 till 64** och **65 till 85**. Det gäller även för strömmad tv. Strömmad tv var även mest utbrett bland högskoleutbildade. För tabblagd tv fanns ett omvänt utbildningsmönster.

RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 9–14 år, 2021 (procent)

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... strömmad	... tabblagd	Youtube
Totalt	97	91	78	36	82
Flicka	97	91	83	37	75
Pojke	98	91	74	35	89
Storstad	(100)	(95)	(86)	(39)	(86)
Stad	95	92	78	35	80
Landsbygd	(97)	(87)	(71)	(34)	(80)

Mediebarometern 2021 (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, 2021 (procent)

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... strömmad	... tabblagd	Youtube
Totalt	94	85	71	29	78
Kvinna	95	88	79	33	73
Man	93	83	62	24	83
15–19 år	95	85	70	32	81
20–24 år	93	86	72	26	74
Storstad	95	88	73	31	78
Stad	94	85	71	27	79
Landsbygd	93	84	69	29	76

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga former av rörlig bild, inte bara de som anges i tabellen.

RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 25–44 år, 2021 (procent)

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... strömmad	... tablålagd	Youtube
Totalt	91	84	68	35	50
Kvinna	91	86	70	38	39
Man	91	82	66	33	61
25–34 år	91	83	71	27	59
35–44 år	91	85	65	43	42
Ej högskola	89	81	61	37	54
Högskola	92	86	72	34	48
Storstad	90	85	73	33	52
Stad	92	86	68	34	51
Landsbygd	90	82	63	39	48

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga former av rörlig bild, inte bara de som anges i tabellen.

RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 45–64 år, 2021 (procent)

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... strömmad	... tablålagd	Youtube
Totalt	93	91	55	70	29
Kvinna	92	90	53	72	20
Man	94	92	57	68	39
45–54 år	92	89	59	61	34
55–64 år	94	93	51	79	24
Ej högskola	94	92	50	77	27
Högskola	93	90	60	64	31
Storstad	94	91	62	66	33
Stad	94	91	56	74	29
Landsbygd	92	90	49	71	26

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga former av rörlig bild, inte bara de som anges i tabellen.

RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 65–85 år, 2021 (procent)

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... strömmad	... tablålagd	Youtube
Totalt	96	94	35	89	17
Kvinna	96	95	32	91	11
Man	95	94	38	88	23
65–74 år	95	93	39	87	20
75–85 år	97	96	27	94	12
Ej högskola	96	95	29	91	16
Högskola	95	93	44	86	19
Storstad	95	94	35	89	20
Stad	96	95	43	90	15
Landsbygd	95	94	29	89	17

Mediebarometern 2021 (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 nära två timmar och tio minuter på tablålagd tv en vanlig dag 2021.

Tittartiden för strömmad tv var drygt en timme i snitt och för Youtube var tittartiden ytterligare några minuter längre.

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

De som såg på strömmad tv i gruppen 15 till 24 år tittade längre än de som såg på tablålagd tv. Men längs tid tittade youtubeanvändarna.

Tittare som var 65 år och äldre tittade på strömmad tv lika länge som de som såg på Youtube.

Tittandet på strömmad tv var under 2021 lika utbrett som tittandet på tablålagd tv i befolkningen 9 till 85 år som helhet. Däremot ägnade de som tittade på tablålagd tv betydligt längre tid åt det än vad som var fallet med tittarna på strömmad tv undantaget gruppen 15 till 24 år. Den genomsnittliga tittartiden bland tablå-tv-användare var nära två timmar och tio minuter (129 minuter). För tittare på strömmad tv rörde det sig om drygt en timme (64 minuter). För Youtube var den genomsnittliga tittartiden bland tittare en timme och sju minuter (67 minuter).

Bland tablå-tv-tittare fanns inga skillnader mellan män och kvinnor. Däremot la kvinnliga tittare längre tid än manliga tittare på strömmad tv, alltmedan manliga tittare spenderade mer tid på Youtube.

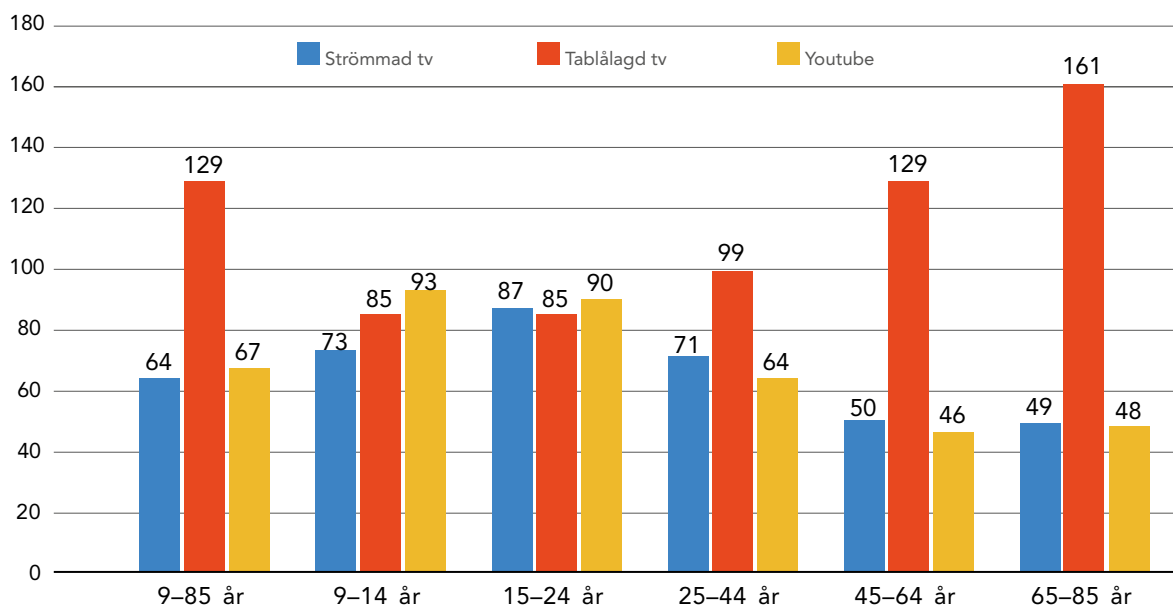
De största skillnaderna i fråga om tittartid fanns dock mellan de olika åldersgrupperna. För tablålagd tv fanns det under 2021 ett tydligt positivt samband mellan stigande ålder och genomsnittlig tittartid. De äldsta 65 till 85 år lade nästan dubbelt så lång tid på tablå-tv jämfört med dem under 25 år.

När det gällde strömmad tv och Youtube var mönstret det omvända. Det mest omfattande tittandet fanns i åldersgrupperna under 25 år. I dessa åldersgrupper ägnade tittarna sig längre åt Youtube än unga som tittade på tablålagd tv och strömmad tv. Den enda åldersgrupp som tittartiden var längre för strömmad tv än på tablålagd tv var i åldern 15 till 24 år.

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

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

RÖRLIG BILD Genomsnittlig tittartid bland tittare, 9–85 år, 2021 (minuter)



Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

RÖRLIG BILD Genomsnittlig tittartid bland tittare, 9–85 år, 2021 (minuter)

	Strömmad tv	Tabblåagd tv	Youtube
Totalt	64	129	67
Kvinna	69	129	60
Man	59	130	72
9–14 år	73	85	93
15–24 år	87	85	90
25–44 år	71	99	64
45–64 år	50	129	46
65–85 år	49	161	48
Ej högskola (25–85 år)	67	145	62
Högskola (25–85 år)	54	121	51
Storstad	64	121	67
Stad	69	136	70
Landsbygd	61	130	65
Antal svar	3 488	3 405	2 503

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Tv-kanaler: Daglig räckvidd



Karl Forsberg/Scandinav

46% tittade på någon av SVT:s tv-kanaler en vanlig dag 2021.

Bland SVT:s kanaler var räckvidden 44% för SVT1 – 25% tittade på SVT2. 40% av befolkningen tittade på TV4.

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

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

För TV4 men också SVT1 var räckvidden högst bland dem utan högskolestudier och utanför storstäderna.

Med en daglig räckvidd på 44 procent i befolkningen 9 till 85 år var SVT1 landets mest populära tv-kanal under 2021. Nästan lika stor räckvidd – 40 procent – hade TV4. Tredjeplatsen intogs av SVT2 med 25 procent och fjärdeplatsen av Kanal 5 med 12 procent. Ingen annan kanal nådde under 2021 en räckvidd över 10 procent. Public service-bolaget Sveriges Televisions (SVT) totalt fem tv-kanaler hade under 2021 en samlad räckvidd på 46 procent. Förändringarna mellan 2020 och 2021 var mycket små eller obefintliga för nästan alla kanaler. "Störst" förändring under 2021 uppvisade tittande på sportkanal, som ökade med 3 procentenheter jämfört med året innan. 2021 sändes både fotbolls-EM för herrar och sommar-OS.

Det sammantagna tittandet på SVT:s kanaler varierade i liten utsträckning mellan kvinnor och män. Men fler män än kvinnor tittade på SVT2 och Kunskapskanalen. För den största kommersiella tv-kanalen TV4 gällde i stället det omvända. Här var tittandet mer utbrett bland kvinnor.

Räckvidden för SVT:s samlade kanalutbud varierade under 2021 kraftigt mellan åldrarna. Högst räckvidd – 83 procent – uppmättes i gruppen 65 till 85 år. Lägst – 16 procent – var räckvidden i åldern 15 till 24 år.

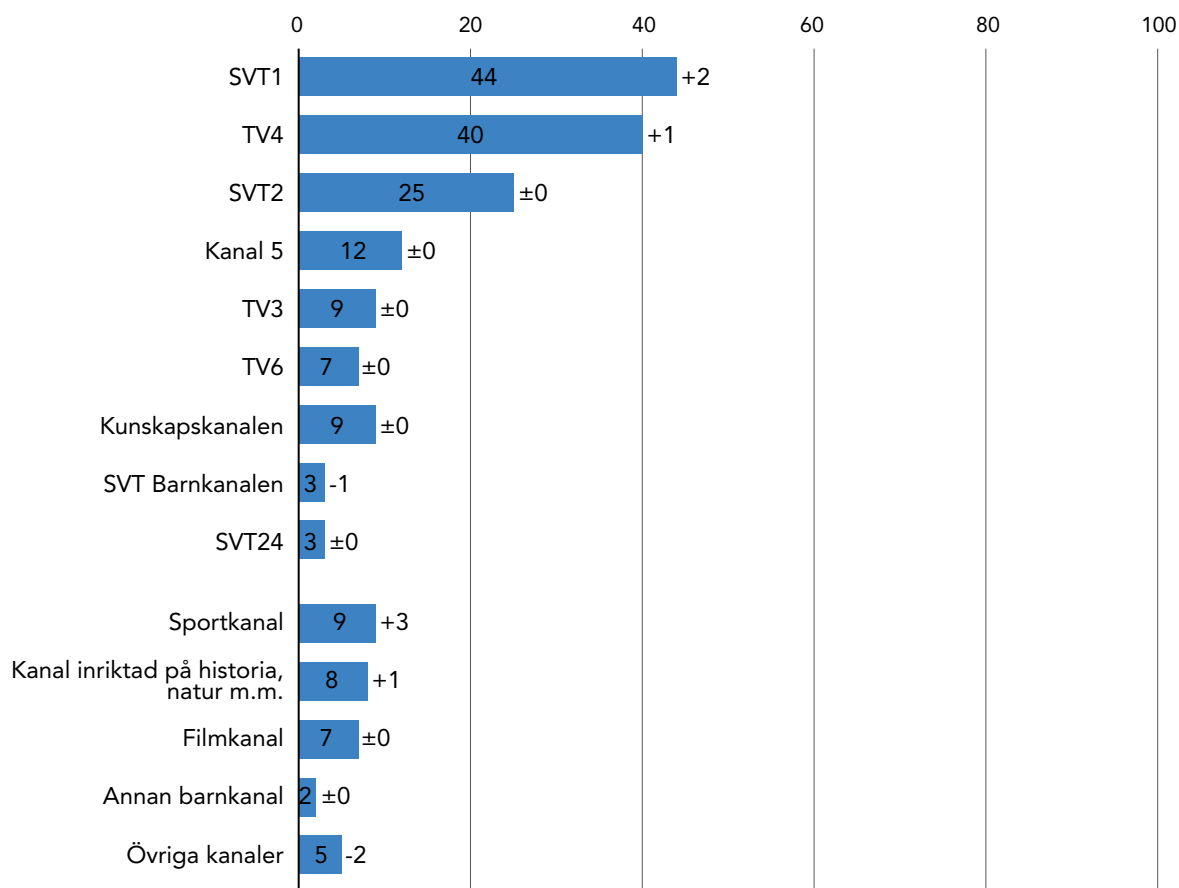
För såväl SVT1 och SVT2 som TV4 var räckvidden relativt likvärdig i de tre yngsta åldersgrupperna (9 till 44 år), för att därefter öka kraftigt. I samtliga fall återfanns de högsta räckviddstalen i den äldsta åldersgruppen.

SVT:s särskilda barnkanal SVTB hade under 2021 en daglig räckvidd i åldersgruppen 9 till 14 år på 7 procent, nästan samma som i gruppen 25 till 44 år. För Kunskapskanalen (som sänds i samverkan med Sveriges Utbildningsradio, UR) var det också en tydlig ökning med tittarnas ålder. Kunskapskanalen dagliga räckvidd var 23 procent i åldern 65 till 85 år vilket kan jämföras med mindre än 3 procent i åldersgrupperna under 45 år.

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

Både SVT1 och TV4 hade under 2021 en lägre räckvidd i storstäderna jämfört med i övriga landet. För SVT:s övriga fyra kanaler fanns det dock ingen motsvarande geografisk skillnad.

TV-KANALER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent samt förändring jämfört med 2020 i procentenheter)



Mediebarometern 2020 och 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

TV-KANALER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	46	44	25	9	3	3	40
Kvinna	47	44	22	8	4	2	42
Man	45	43	29	11	3	3	38
9–14 år	22	17	6	3	7	1	20
15–24 år	16	15	4	1	1	0	19
25–44 år	25	22	10	3	6	2	23
45–64 år	58	55	34	11	2	3	50
65–85 år	83	81	53	23	1	7	66
Ej högskola (25–85 år)	57	54	33	12	4	4	54
Högskola (25–85 år)	47	45	27	10	3	3	36
Storstad	43	40	25	9	4	2	34
Stad	47	46	26	9	2	3	42
Landsbygd	48	45	25	10	4	3	43

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Kunskapskanalen.

Tv-kanaler: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

Under 2021 tittade flickor i åldern **9 till 14 år** i högre utsträckning på Barnkanalen, SVT1 och TV4 än pojkar.

I åldern **15 till 24 år** var skillnaden mellan könen likartad, kvinnor tittade i högre utsträckning på SVT1 och TV4 än vad män gjorde. I gruppen fanns också skillnader mellan de yngsta och de äldsta. För både SVT och TV4 var gruppen 20 till 24 år den enskilda åldersgruppen med lägst daglig räckvidd.

I gruppen **25 till 44-åringar** var TV4 största kanal bland kvinnorna. Räckvidden för SVT och TV4 var betydligt lägre bland de yngre i gruppen. För vare sig SVT:s eller TV4:s räckvidd fanns några stora skillnader relaterade till utbildning och boendeort.

Kanalernas räckvidd visade inga stora skillnader mellan kvinnor och män i gruppen **45 till 64 år** undantaget SVT2 och Kunskapskanalen som hade större räckvidd bland män. Den äldre delen av gruppen tittade i högre grad på samtliga kanaler. TV4 hade tydligt högre räckvidd bland ej högskoleutbildade och utanför storstad.

SVT2:s högre räckvidd bland män gällde också i gruppen **65 till 85 år**. Kanalen hade också en jämförelsevis hög andel tittare i storstäder. I åldersgruppen hade TV4 en stark ställning bland dem som inte var högskoleutbildade och bland dem utanför storstäderna.

TV-KANALER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2021 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	22	17	6	3	7	1	20
Flicka	25	19	6	4	10	1	23
Pojke	18	14	6	2	3	0	18
Storstad	(24)	(17)	(8)	(2)	(11)	(1)	(17)
Stad	22	17	7	1	7	1	27
Landsbygd	(20)	(16)	(4)	(5)	(4)	(0)	(18)

Mediebarometern 2021 (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, 2021 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	16	15	4	1	1	0	19
Kvinna	18	17	4	1	1	0	23
Man	13	12	4	1	1	0	14
15–19 år	17	16	5	1	1	0	22
20–24 år	14	13	3	1	1	0	15
Storstad	19	18	6	2	1	0	18
Stad	15	15	2	1	0	0	20
Landsbygd	13	12	2	0	1	0	18

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Kunskapskanalen.

TV-KANALER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2021 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	25	22	10	3	6	2	23
Kvinna	26	24	8	3	8	1	26
Man	23	21	12	4	5	2	21
25–34 år	17	15	5	2	4	1	19
35–44 år	32	29	15	5	9	2	27
Ej högskola	23	19	9	4	7	2	25
Högskola	25	24	11	3	6	2	22
Storstad	25	23	11	4	6	2	22
Stad	22	20	9	2	5	1	23
Landsbygd	26	22	10	4	8	2	25

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Kunskapskanalen.

TV-KANALER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2021 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	58	55	34	11	2	3	50
Kvinna	60	56	30	9	2	2	52
Man	57	54	38	13	3	3	49
45–54 år	49	45	27	9	3	2	42
55–64 år	68	65	40	13	1	3	58
Ej högskola	62	58	33	11	2	3	59
Högskola	55	53	34	11	2	2	42
Storstad	56	52	36	13	2	2	44
Stad	63	61	37	10	2	3	56
Landsbygd	57	54	31	10	2	3	52

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Kunskapskanalen.

TV-KANALER Daglig räckvidd, 65–85 år, 2021 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	83	81	53	23	1	7	66
Kvinna	82	81	46	21	1	6	66
Man	84	81	59	24	1	8	65
65–74 år	81	79	49	22	1	8	65
75–85 år	87	85	59	24	1	6	67
Ej högskola	83	80	53	22	2	8	72
Högskola	83	81	52	23	0	6	56
Storstad	83	81	56	24	1	6	61
Stad	84	82	53	22	1	7	66
Landsbygd	82	80	50	22	1	8	69

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Kunskapskanalen.

Strömningstjänster: Daglig räckvidd

360You Photography/Scandinav

58% av befolkningen tittade på strömmad tv en vanlig dag 2021.

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

Räckvidden för den största svenska strömningstjänsten SVT play var 27%.

Netflix hade högst räckvidd i åldersgruppen 9 till 44 år – SVT plays räckvidd var över 25% i befolkningen utom i gruppen 15 till 24 år.

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

En genomsnittlig dag 2021 tittade över hälften – 58 procent – av befolkningen 9 till 85 år på någon strömningstjänst för rörlig bild. Högst daglig räckvidd, med 34 procent, hade Netflix, följt av SVT play med 27 procent. C More/TV4 play och Viaplay/Viafree hade en räckvidd på 15 respektive 11 procent. För HBO Nordic var den dagliga räckvidden 5 procent. Jämfört med 2020 så ökade tittandet på strömmad tv med 3 procentenheter under 2021. Störst ökning hade SVT play (+5 procentenheter) och C More/TV4 play (+4 procentenheter) medan räckvidden för övriga tjänster var närapå oförändrad mellan åren.

Kvinnor och män tittade ungefär lika mycket på de mest populära strömmade tv-tjänsterna under 2021. Undantaget var C More/TV4 play som hade en något högre andel bland kvinnliga tittare.

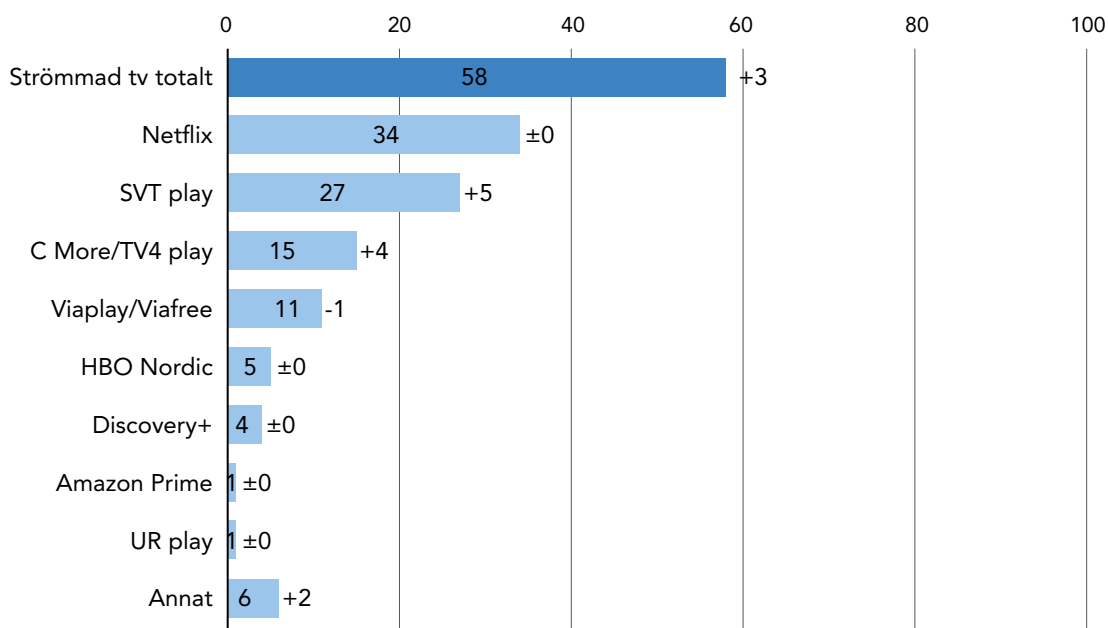
Högst andel dagliga tittare på strömmad tv fanns i åldersgrupperna upp till 45 år. Lägst andel tittare hade gruppen 65 till 85 år men tittandet på strömmad tv ökade 6 procentenheter i gruppen sedan föregående år till 35 procent. I alla åldersgrupper under 45 år hade Netflix störst andel tittare. I gruppen över 65 år var C More/TV4 play lika populär som Netflix.

SVT play hade över lag en jämn spridning i olika åldersgrupper under 2021. 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 9 till 14 samt 25 till 64 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 SVT play.

STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent samt förändring jämfört med 2020 i procentenheter)



Mediebarometern 2020 och 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent)

	Totalt	Netflix	SVT play	C More/ TV4 play	Viaplay/ Viafree
Totalt	58	34	27	15	11
Kvinna	59	34	27	17	11
Man	57	33	26	14	11
9–14 år	78	58	29	16	15
15–24 år	71	53	17	14	19
25–44 år	68	43	29	17	13
45–64 år	55	28	29	16	9
65–85 år	35	12	25	12	4
Ej högskola (25–85 år)	47	24	21	16	9
Högskola (25–85 år)	62	34	34	15	9
Storstad	64	40	31	15	10
Stad	59	35	26	18	11
Landsbygd	52	28	23	14	11

Mediebarometern 2021 (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 2021 än vad pojkar gjorde. Det gällde framför allt Netflix, SVT play och C More/TV4 play.

Även i gruppen **15 till 24 år** tittade kvinnor mer än män på strömmad tv och det gällde samtliga redovisade tjänster. Inte minst hade Netflix en betydligt starkare ställning bland kvinnor än bland män. Viaplay/Viafree hade betydligt större publik i landsbygd.

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

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

I åldersgruppen **45 till 64 år** var skillnaderna i tittandet mellan könen annorlunda, med högre andel bland männen framför allt för Netflix. Både Netflix och SVT play hade större andel tittare bland högutbildade och i storstad.

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

STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2021 (procent)

	Totalt*	Netflix	SVT play	C More/ TV4 play	Viaplay/ Viafree
Totalt	78	58	29	16	15
Flicka	83	62	35	23	15
Pojke	74	54	22	9	17
Storstad	(86)	(66)	(33)	(13)	(12)
Stad	78	65	23	19	18
Landsbygd	(71)	(46)	(30)	(16)	(16)

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga strömningstjänster, inte bara de som nämns i tabellen. Värderna i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2021 (procent)

	Totalt*	Netflix	SVT play	C More/ TV4 play	Viaplay/ Viafree
Totalt	71	53	17	14	19
Kvinna	79	59	17	16	21
Man	62	45	15	13	17
15–19 år	70	54	13	14	18
20–24 år	72	52	20	15	19
Storstad	73	56	18	13	15
Stad	71	52	18	16	17
Landsbygd	69	51	14	15	24

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga strömningstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2021 (procent)

	Totalt*	Netflix	SVT play	C More/ TV4 play	Viaplay/ Viafree
Totalt	68	43	29	17	13
Kvinna	70	44	32	19	12
Man	66	42	27	15	14
25–34 år	71	47	27	19	12
35–44 år	65	39	32	14	14
Ej högskola	61	38	20	16	16
Högskola	72	45	34	17	12
Storstad	73	47	35	18	12
Stad	68	44	25	17	13
Landsbygd	63	37	26	15	15

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga strömningstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2021 (procent)

	Totalt*	Netflix	SVT play	C More/ TV4 play	Viaplay/ Viafree
Totalt	55	28	29	16	9
Kvinna	53	26	29	17	9
Man	57	30	29	15	10
45–54 år	59	34	27	16	10
55–64 år	51	22	31	17	8
Ej högskola	50	25	23	18	9
Högskola	60	31	35	15	9
Storstad	62	35	35	16	9
Stad	56	29	29	20	9
Landsbygd	49	22	24	14	9

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga strömningstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 65–85 år, 2021 (procent)

	Totalt*	Netflix	SVT play	C More/ TV4 play	Viaplay/ Viafree
Totalt	35	12	25	12	4
Kvinna	32	10	23	11	4
Man	38	13	26	14	5
65–74 år	39	14	27	14	5
75–85 år	27	7	19	10	3
Ej högskola	29	10	19	12	4
Högskola	44	14	33	13	4
Storstad	35	11	28	7	2
Stad	43	13	29	17	6
Landsbygd	29	11	19	11	4

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga strömningstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

Dagstidning: Daglig räckvidd



Pia Isaksson/Scandinav

68% i åldern 9 till 85 år läste någon dagstidning, digitalt eller på papper, en vanlig dag 2021.

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

56% läste dagstidning digitalt – 28% läste på papper.

I åldersgruppen 65 till 85 år hade den digitala dagstidningen samma räckvidd som papperstidningen, 54%.

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

Under 2021 tog 68 procent i befolkningen 9 till 85 år del av 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. Det är samma nivå som konstaterades 2020. Under 2021 tog 56 procent del av digital dagstidning. 2020 var andelen 55 procent. Det innebär att den ökade läsningen av digitala dagstidningar som konstaterades 2020 stabiliserats under 2021. Även räckvidden för en papperstidning låg kvar på samma nivå 2021 som 2020.

Bakom räckvidden för befolkningen som helhet döljer sig stora skillnader mellan olika grupper. Män tog del av digitala dagstidningar i något högre utsträckning än kvinnor medan kvinnor läste på papper i något högre utsträckning än män.

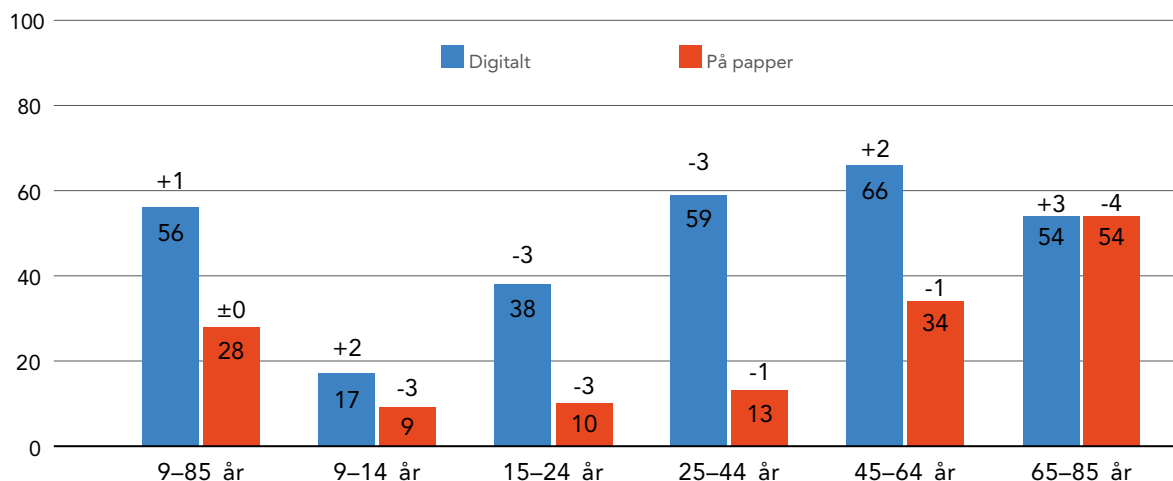
De största skillnaderna i tidningsläsningen hade att göra med ålder. Det fanns under 2021 ett tydligt samband mellan den totala räckvidden för dagstidningen och stigande ålder. I åldersgruppen 65 till 85 år läste 84 procent en dagstidning en vanlig dag. I åldern 9 till 14 år var andelen 23 procent.

Sambandet med ålder gällde både för läsning digitalt och på papper. Undantaget var digital läsning i åldersgruppen 65 till 85 år, som läste den digitala tidningen i lägre utsträckning än de två åldersgrupperna närmast under. I samtliga åldersgrupper utom bland de äldsta lästes dagstidningen digitalt i större utsträckning än på papper. I åldersgruppen 65 till 85 år hade läsning på papper och digital läsning samma räckvidd, 54 procent.

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

Den digitala dagstidningens räckvidd var högre i storstad än på landsbygd. För papperstidningen gällde det omvända förhållandet.

DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent samt förändring jämfört med 2020 i procentenheter)



Mediebarometern 2020 och 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar.

DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	68	56	28
Kvinna	67	53	29
Man	70	59	26
9–14 år	23	17	9
15–24 år	43	38	10
25–44 år	64	59	13
45–64 år	79	66	34
65–85 år	84	54	54
Ej högskola (25–85 år)	72	56	33
Högskola (25–85 år)	77	65	30
Storstad	70	62	23
Stad	70	58	30
Landsbygd	65	50	30

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar.

Dagstidning: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldern **9 till 14 år** var den totala dagstidningsläsningen jämnt fördelad mellan flickor och pojkar. En något högre andel av pojkarna hade tagit del av en dagstidning på papper jämfört med flickorna.

I gruppen **15 till 24 år** var de digitala läsarna i klar majoritet. Det gällde både kvinnor och män. Män tog del av digitala tidningar i något högre utsträckning än kvinnor. Läsningen av digitala dagstidningar var också betydligt mer utbredd i storstäderna än på landsbygden.

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

Även i gruppen **45 till 64 år** var skillnaderna utifrån utbildningsnivå och boendeort framträdande. Det var inga skillnader mellan kvinnors och mäns läsning av dagstidningar.

Den äldsta gruppen, **65 till 85 år**, hade jämnast fördelning mellan tidningsläsare på papper och digitalt. Det fanns däremot skillnader i olika grupper i avseende på digital läsning. Män tog del av en digital dagstidning i högre utsträckning än kvinnor. Bland 65 till 74-åringarna var det vanligare att ta del av en digital tidning än en papperstidning. Personer med högskoleutbildning läste digitalt i högre utsträckning än dem utan högskoleutbildning. Högst andel läsare av en digital tidning fanns i städerna

DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 9–14 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	23	17	9
Flicka	22	17	7
Pojke	24	16	11
Storstad	(25)	(16)	(11)
Stad	27	20	8
Landsbygd	(19)	(14)	(8)

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar. Värdet i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 15–24 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	43	38	10
Kvinna	41	36	10
Man	45	41	10
15–19 år	39	34	11
20–24 år	48	43	9
Storstad	46	43	9
Stad	45	40	9
Landsbygd	38	32	12

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar.

DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 25–44 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	64	59	13
Kvinna	63	59	13
Man	65	60	13
25–34 år	55	53	7
35–44 år	72	66	18
Ej högskola	58	52	12
Högskola	67	63	13
Storstad	69	67	11
Stad	64	59	14
Landsbygd	58	51	15

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar.

DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 45–64 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	79	66	34
Kvinna	79	64	38
Man	79	69	30
45–54 år	76	66	28
55–64 år	83	66	41
Ej högskola	75	62	31
Högskola	83	70	37
Storstad	81	73	29
Stad	81	67	38
Landsbygd	76	60	36

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar.

DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 65–85 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	84	54	54
Kvinna	82	48	56
Man	86	60	52
65–74 år	84	60	49
75–85 år	84	43	63
Ej högskola	81	50	52
Högskola	89	60	56
Storstad	84	55	53
Stad	88	62	56
Landsbygd	81	48	52

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar.

Dagstidning: Genomsnittlig läsartid bland läsare



Lisa Wikstrand/Scandinav

I befolkningen 9 till 85 år var den genomsnittliga läsartiden 2021 bland tidningsläsare en dryg halvtimme – oavsett plattform.

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

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

Högutbildade och lågutbildade läste tidningen lika länge.

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

Läsare av digitala respektive tryckta dagstidningar spenderade en vanlig dag 2021 ungefär lika lång tid på att läsa tidningen. Den genomsnittlige läsaren i åldern 9 till 85 år ägnade i snitt 31 minuter åt att läsa den digitala tidningen och den genomsnittlige papperstidningsläsaren ägnade i snitt 34 minuter åt tidningen.

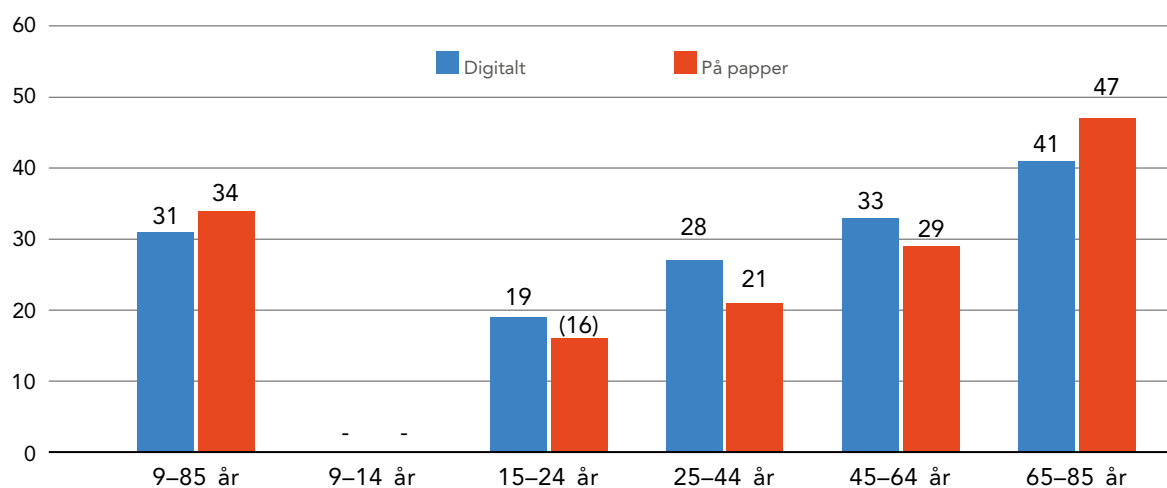
Manliga digitaltidningsläsare ägnade något längre tid åt att läsa dagstidningen än vad som var fallet med kvinnliga digitaltidningsläsare. För papperstidningen fanns det däremot ingen skillnad mellan kvinnliga och manliga läsare.

Läsartiden varierade också med avseende på ålder. Dagstidningen hade under 2021 inte bara högre räckvidd i de äldsta åldersgrupperna (se s. 51). Äldre dagstidningsläsare 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 85 år spenderade 41 minuter på digitala dagstidningar och 47 minuter på tryckta dagstidningar. Bland läsare under 65 år var läsartiden för digitala dagstidningar längre än läsartiden för tryckta tidningar. Bland 25 till 44-åringarna var läsartiden för digitala tidningar 28 minuter och för tidningen på papper 21 minuter. I åldersgruppen 45 till 64 år var motsvarande siffror 33 respektive 29 minuter. Läsare av digitala dagstidningar spenderade alltså något mer tid på sin läsning än vad som var fallet bland papperstidningsläsarna i den här åldersgruppen.

Mellan utbildningsnivåerna fanns det under 2021 inga skillnader i fråga om läsartid bland läsare. Högskoleutbildade tidningsläsare spenderade i snitt lika mycket tid på att läsa tidningen som dem utan högskoleutbildning. Det gällde både digitala och tryckta dagstidningar.

När det gäller skillnader mellan olika delar av landet så var den genomsnittliga läsartiden bland läsare av både digitala och tryckta dagstidningar lägst på landsbygden. När det gäller tryckta dagstidningar var läsartiden längst i storstäderna, 40 minuter.

DAGSTIDNING Genomsnittlig läsartid bland läsare, 9–85 år, 2021 (minuter)



Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar. Värderna i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-"Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

DAGSTIDNING Genomsnittlig läsartid bland läsare, 9–85 år, 2021 (minuter)

	Digitalt	På papper
Totalt	31	34
Kvinna	29	34
Man	33	34
9-14 år	-	-
15-24 år	19	(16)
25-44 år	28	21
45-64 år	33	29
65-85 år	41	47
Ej högskola (25-85 år)	33	35
Högskola (25-85 år)	33	36
Storstad	33	40
Stad	33	34
Landsbygd	28	30
Antal svar	3 359	1 656

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar. Värderna i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-"Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

Morgontidning: Daglig räckvidd

Sara Danielsson/Scandinav

55% i befolkningen 9 till 85 år läste någon morgontidning, på papper eller digitalt, en vanlig dag 2021.

Det var fler som läste morgontidningen digitalt än på papper.

Papperstidningen hade högst räckvidd i åldern 65 till 85 år.

9-14 år – digitalt var räckvidden högst i åldern 45 till 64 år.

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

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

Under 2021 tog 55 procent i åldersgruppen 9 till 85 år del av en morgontidning. 38 procent tog del av en digital morgontidning medan 26 procent tog del av en morgontidning på papper. Med morgontidning räknas här både prenumererade och gratisutdelade nyhetstidningar (men inte kvällstidningar). Det är totalt sett ungefär samma andel morgontidningsläsare som konstaterades 2020.

De flesta läsarna läste antingen enbart på papper eller enbart digitalt. Enbart en av tio, eller 10 procent, av befolkningen 9 till 85 år läste både någon tryckt och någon digital morgontidning en vanlig dag 2021.

Den samlade räckvidden för morgonpressen var ungefär lika stor bland kvinnor som bland män. Män läste digitalt i något högre utsträckning än kvinnor och för papperstidningen gällde det omvända förhållandet.

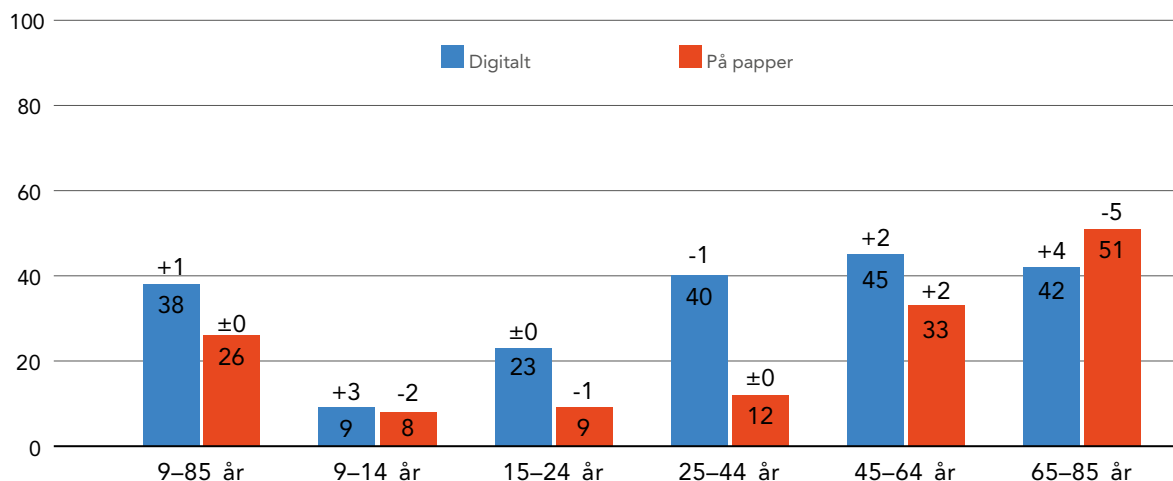
I avseende på räckvidden för morgontidningen fanns ett mycket tydligt positivt samband med ålder. I åldersgruppen 9 till 14 år nådde morgontidningen 15 procent en vanlig dag, på papper eller digitalt. I den äldsta gruppen, 65 till 85 år, var räckvidden 76 procent.

Sambandet med ålder gällde i första hand morgontidningen på papper. Den digitala morgontidningen var allra mest utbredd i åldersgruppen 45 till 64 år. Här uppgick räckvidden till 45 procent. I åldersgruppen 65 till 85 år var räckvidden 42 procent och bland 25 till 44-åringarna var räckvidden 40 procent. För personer under 25 år var räckvidden jämförelsevis låg.

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

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

MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent samt förändring jämfört med 2020 i procentenheter)



Mediebarometern 2020 och 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar.

MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	55	38	26
Kvinna	54	36	28
Man	55	42	24
9–14 år	15	9	8
15–24 år	30	23	9
25–44 år	46	40	12
45–64 år	65	45	33
65–85 år	76	42	51
Ej högskola (25–85 år)	57	36	30
Högskola (25–85 år)	64	48	29
Storstad	56	44	21
Stad	58	40	29
Landsbygd	51	32	28

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar.

Morgontidning: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldersgruppen **9 till 14** år var den totala räckvidden för morgontidningar något högre bland pojkar än bland flickor.

I åldersgruppen **15 till 24** år märktes skillnader mellan den yngre och äldre halvan av gruppen. De äldre läste en digital tidning i större utsträckning än de yngre medan läsare av en papperstidning låg på samma nivå. Läsningen av digitala morgontidningar var väsentligt mer utbredd i städerna än på landsbygden.

Även bland **25 till 44-åringarna** var andelen läsare av såväl digitala morgontidningar som papperstidningar högre i den äldre halvan av gruppen. Den digitala morgontidningens räckvidd var avsevärt högre bland personer med högskoleutbildning än bland personer utan samt

bland boende i storstad jämfört med landsbygdsbor.

Betydelsen av utbildningsnivå och boendeort bestod i åldern **45 till 64** år. Den digitala morgontidningen hade en högre räckvidd bland högt utbildade personer och bland boende i storstad. Räckvidden för tryckt morgontidning var något lägre i storstäderna än på landsbygden.

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

MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 9–14 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	15	9	8
Flicka	13	7	7
Pojke	17	10	9
Storstad	(16)	(8)	(7)
Stad	17	11	8
Landsbygd	(13)	(8)	(7)

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar. Värderna i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 15–24 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	30	23	9
Kvinna	29	23	9
Man	30	24	9
15–19 år	27	21	10
20–24 år	33	27	9
Storstad	31	27	8
Stad	32	25	8
Landsbygd	26	18	11

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar.

MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 25–44 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	46	40	12
Kvinna	44	39	12
Man	47	41	12
25–34 år	37	34	6
35–44 år	54	45	17
Ej högskola	39	31	11
Högskola	49	44	12
Storstad	51	47	10
Stad	46	39	13
Landsbygd	39	31	13

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar.

MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 45–64 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	65	45	33
Kvinna	66	42	37
Man	63	49	29
45–54 år	60	45	27
55–64 år	69	45	38
Ej högskola	57	38	29
Högskola	71	52	36
Storstad	66	53	28
Stad	70	48	37
Landsbygd	60	37	35

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar.

MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 65–85 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	76	42	51
Kvinna	74	36	53
Man	78	47	48
65–74 år	75	46	45
75–85 år	79	34	60
Ej högskola	72	38	48
Högskola	82	48	54
Storstad	78	44	51
Stad	82	48	54
Landsbygd	71	36	48

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar.

Morgontidning: Genomsnittlig läsartid bland läsare

Lisa Wikstrand/Scandinav

2021 ägnade papperstidningsläsarna i åldern 9 till 85 år i snitt 32 minuter per dag åt den tryckta morgontidningen.

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

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

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

Läsare på landsbygden ägnade tidningen kortare tid än läsare i storstad – det gällde framför allt papperstidningen.

Tryckta morgontidningar upptog under 2021 mer av den genomsnittliga läsarens tid än som var fallet med digitala morgontidningar. Den genomsnittliga läsaren i åldern 9 till 85 år ägnade en vanlig dag 2021 i snitt 23 minuter åt att läsa digital morgontidning. För den tryckta morgontidningen var den genomsnittliga läsartiden 32 minuter.

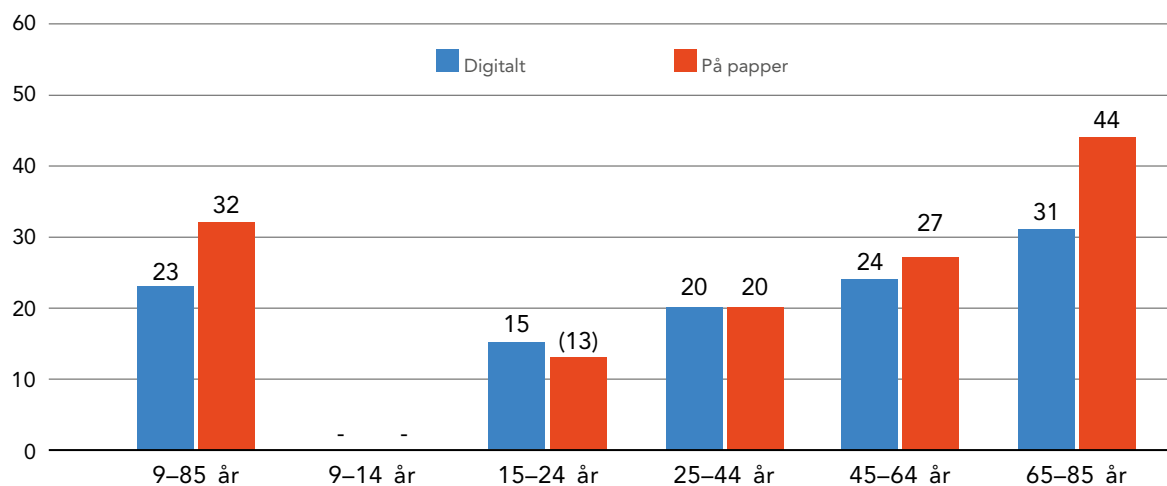
Mellan kvinnor och män fanns i detta avseende ingen skillnad. Kvinnliga och manliga läsare ägnade morgontidningen ungefär lika lång tid, oavsett om den var på papper eller digital.

För både den tryckta och den digitala morgontidningen fanns det däremot ett tydligt samband med ålder. Den genomsnittliga läsartiden steg i båda fallen med stigande ålder. Den största skillnaden i läsartid mellan digital och tryckt tidning fanns i åldersgruppen 65 till 85 år. I den gruppen ägnade läsarna 31 minuter per dag åt den digitala tidningen och 44 minuter åt den tryckta tidningen. I åldersintervallen mellan 15 och 64 år fanns inga skillnader i läsartid mellan digital och tryckt tidning. Med andra ord förklaras den totalt sett genomsnittligt höga läsartiden för papperstidningar av att den äldsta gruppen, 65 till 85 år ägnade relativt lång tid åt läsning av papperstidningar.

När det kommer till utbildning var skillnaderna i läsartid relativt begränsade.

Boende i städer ägnade mer tid åt den tryckta tidningen än vad landsbygdsbor gjorde.

MORGONTIDNING Genomsnittlig läsartid bland läsare, 9–85 år, 2021 (minuter)



Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-" Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

MORGONTIDNING Genomsnittlig läsartid bland läsare, 9–85 år, 2021 (minuter)

	Digitalt	På papper
Totalt	23	32
Kvinna	22	33
Man	24	31
9–14 år	-	-
15–24 år	15	13
25–44 år	20	20
45–64 år	24	27
65–85 år	31	44
Ej högskola (25–85 år)	23	32
Högskola (25–85 år)	25	34
Storstad	25	38
Stad	24	32
Landsbygd	21	28
Antal svar	2 308	1 557

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-" Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

Kvällstidning: Daglig räckvidd

Hannes Söderlund/Scandinav

42% i befolkningen 9 till 85 år läste någon kvällstidning en genomsnittlig dag 2021.

Den största andelen, 40%, läste kvällstidningen digitalt – på papper var räckvidden 4%.

Män tog del av kvällstidningar i något högre utsträckning än kvinnor.

Kvällstidningen hade högst räckvidd i åldern 45 till 64 år – i gruppen tog 49% del av en digital kvällstidning.

Den digitala kvällstidningens räckvidd var högre i städerna än på landsbygden.

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). I befolkningen 9 till 85 år tog totalt 42 procent del av någon kvällstidning en vanlig dag 2021, 40 procent läste tidningen digitalt, vilket var betydligt fler än de 4 procent som läste kvällstidningen på papper. I jämförelse med 2020 minskade den digitala tidningens räckvidd i åldersgruppen 15 till 24 år och ökade svagt bland personer över 65 år. Andelen som läste en papperstidning var förhållandevis stabil mellan båda åren i samtliga åldersgrupper.

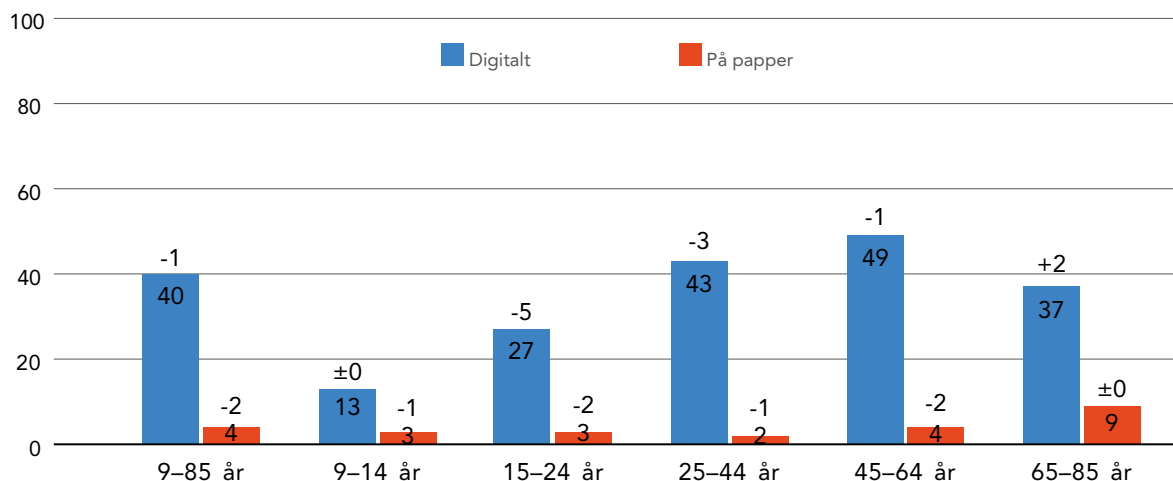
Under 2021 läste 45 procent av männen en kvällstidning en genomsnittlig dag, 40 procent av kvinnorna gjorde detsamma. Något fler män än kvinnor läste en digital kvällstidning.

På samma sätt som för morgontidningen (se s. 57) fanns det ett tydligt samband mellan läsning av kvällstidning och ålder. Sambandet var dock inte helt rakt. Under 2021 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 50 procent läste någon kvällstidning. Det var även i de här åldersgrupperna som andelen läsare av en digital kvällstidning var störst: bland 25 till 44-åringarna 43 procent och bland 45 till 64-åringarna, 49 procent. Papperstidningen nådde flest läsare i den äldsta åldersgruppen 65 till 85 år. En vanlig dag läste 9 procent i den åldersgruppen en kvällstidning på papper. I övriga åldersgrupper varierade den dagliga räckvidden mellan 2 och 4 procent.

Det fanns små eller inga skillnader i läsning av kvällstidningar i avseende på utbildningsnivå.

Även i fråga om boendeort var skillnaderna i kvällstidningsläsningen liten. 44 procent av storstads- och stadsborna läste en kvällstidning en vanlig dag. På landsbygden var andelen 37 procent. För läsning av papperstidningen fanns det inga skillnader som kan kopplas till var människor bor, men i städerna läste något fler kvällstidningen i digital form, 42 procent i städerna mot 37 procent på landsbygden.

KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent samt förändring jämfört med 2020 i procentenheter)



Mediebarometern 2020 och 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	42	40	4
Kvinna	40	38	4
Man	45	43	5
9–14 år	14	13	3
15–24 år	28	27	3
25–44 år	44	43	2
45–64 år	50	49	4
65–85 år	43	37	9
Ej högskola (25–85 år)	47	44	6
Högskola (25–85 år)	45	44	3
Storstad	43	42	3
Stad	44	42	4
Landsbygd	40	37	5

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Kvällstidning: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

Kvällstidningsläsningen var under 2021 begränsad i åldern **9 till 14 år**. Få i gruppen läste papperstidning, läsningen var framför allt digital. Flickor och pojkar läste i lika hög utsträckning.

Bland dem som var **15 till 24 år** läste de mellan 20 och 24 år i högre utsträckning än tonåringar. Fler män än kvinnor läste en kvällstidning. Andelen läsare var något högre i storstäderna, jämfört med landsbygden.

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

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

I gruppen **45 till 64 år** läste fler män än kvinnor en digital kvällstidning. Lågutbildade läste en digital tidning i något högre utsträckning än högutbildade. Den digitala tidningen lästes i mindre utsträckning på landsbygd än i städer.

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

KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 9–14 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	14	13	3
Flicka	13	13	1
Pojke	15	12	4
Storstad	(14)	(11)	(5)
Stad	18	17	2
Landsbygd	(12)	(12)	(1)

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värderna i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 15–24 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	28	27	3
Kvinna	24	24	2
Man	33	31	3
15–19 år	27	25	4
20–24 år	30	29	1
Storstad	30	29	2
Stad	29	27	2
Landsbygd	26	25	4

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 25–44 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	44	43	2
Kvinna	44	43	2
Man	44	43	2
25–34 år	39	38	2
35–44 år	49	48	2
Ej högskola	43	42	3
Högskola	44	43	1
Storstad	46	45	1
Stad	45	45	2
Landsbygd	41	39	3

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 45–64 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	50	49	4
Kvinna	48	46	4
Man	53	52	4
45–54 år	49	48	2
55–64 år	52	50	6
Ej högskola	53	51	4
Högskola	48	47	4
Storstad	52	51	4
Stad	53	51	5
Landsbygd	48	46	4

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 65–85 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	43	37	9
Kvinna	37	31	9
Man	48	42	10
65–74 år	48	43	9
75–85 år	33	26	10
Ej högskola	44	37	10
Högskola	41	37	8
Storstad	39	35	7
Stad	48	42	8
Landsbygd	41	34	12

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).



Kvällstidning: Genomsnittlig läsartid bland läsare

Phia Bergdahl/Scandinav

Läsarna i befolkningen 9 till 85 år läste tryckta kvällstidningar i genomsnitt 27 minuter en vanlig dag 2021.

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 85 år ägnade mest tid åt kvällstidningen – det gällde både för tryckt och digitalt.

Även om räckvidden för den digitala kvällstidningen var flerfaldigt större än räckvidden för papperstidningen, läste papperstidningsläsarna sin tidning något längre tid än dem som läste kvällstidningen digitalt. Läsare av en digital kvällstidning i befolkningen 9 till 85 år läste i genomsnitt 21 minuter en vanlig dag 2021. Tiden som läsarna av kvällstidning på papper gav sin tidning var i genomsnitt 27 minuter.

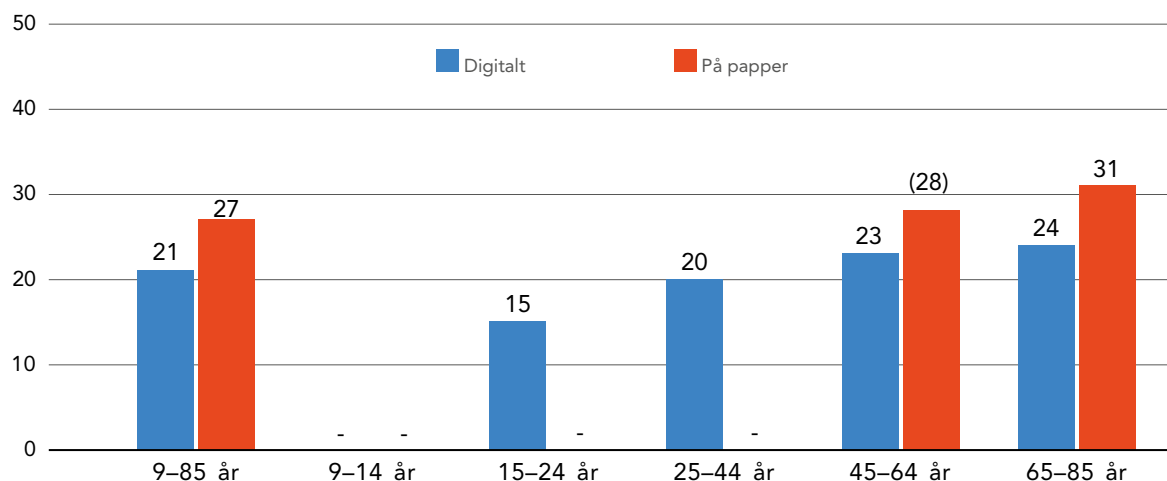
Manliga läsare av en digital tidning tenderade under 2021 att lägga lite mer tid än kvinnliga läsare på att läsa kvällstidningen, men skillnaden handlade bara om ett fåtal minuter.

Bland de allra yngsta, 9 till 14 år, var andelen läsare så pass låg att svar-sunderlaget inte håller för att redovisa läsartiden bland läsare av en digital tidning. Detsamma gäller hela åldersspannet upp till 44 år som läste kvällstidningen på papper. Kvällstidningsläsarnas läsartid ökade annars med stigande ålder och de som spenderade mest tid på att läsa en kvällstidning fanns bland läsare av en tryckt tidning i åldersgruppen 65 till 85 år. De ägnade i snitt 31 minuter åt tidningen.

Det fanns inga skillnader i kvällstidningsläsarnas läsartid som kan kopplas till utbildningsnivå. Det gäller oavsett om läsningen sker på papper eller digitalt.

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

KVÄLLSTIDNING Genomsnittlig läsartid bland läsare, 9–85 år, 2021 (minuter)



Mediebarometern 2021 (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, 9–85 år, 2021 (minuter)

	Digitalt	På papper
Totalt	21	27
Kvinna	20	26
Man	23	29
9–14 år	-	-
15–24 år	15	-
25–44 år	20	-
45–64 år	23	(28)
65–85 år	24	31
Ej högskola (25–85 år)	23	29
Högskola (25–85 år)	22	29
Storstad	22	30
Stad	22	26
Landsbygd	20	27
Antal svar	2 419	251

Mediebarometern 2021 (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

36% i befolkningen 9 till 85 år läste någon tidskrift en genomsnittlig dag 2021.

Flest, 25%, läste tidskrift på papper – för digital tidskrift var räckvidden 17%.

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

Tidskrifter på papper hade högst räckvidd i åldern 65 till 85 år.

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

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

I befolkningen 9 till 85 år läste 36 procent någon tidskrift en vanlig dag 2021. Den största andelen läste tidskrift på papper, 25 procent, och ungefär hälften så stor andel läste tidskrift digitalt, 17 procent.

Jämfört med 2020 ökade andelen läsare av digitala tidskrifter något under 2021. Det var särskilt bland befolkningen 45 till 64 år som den digitala läsningen ökade. Andelen läsare av en tidskrift på papper var ungefär lika hög 2021 som 2020 i hela befolkningen 9 till 85 år.

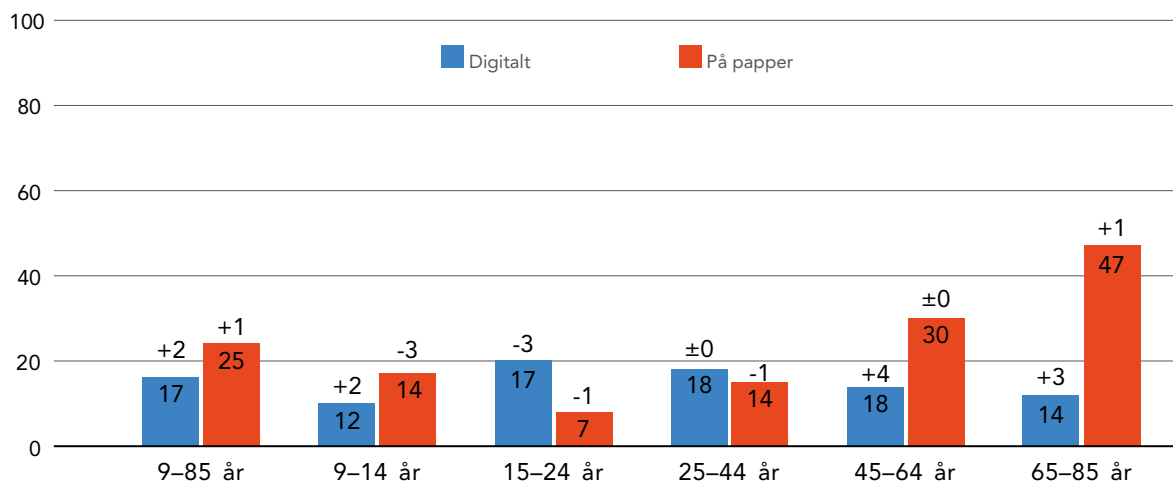
När det kommer till tidskriftens distributionsform läste både kvinnor och män främst tryckt tidskrift. Bland kvinnorna var det en högre andel än bland männen som läste tidningen på papper, medan andelen digitala tidningsläsare var högre bland män än bland kvinnor.

Läsningen av tidskrift ökade med stigande ålder. Flest tidskriftsläsare fanns bland de äldsta, 65 till 85 år, där varannan läste någon tidskrift en vanlig dag. De läste i första hand tidskriften på papper. Lägst räckvidd hade tidskriften i åldrarna 9 till 24 år, bland dem hade drygt en femtedel läst tidskrift en vanlig dag. I gruppen 15 till 24 år hade den digitala tidskriften en räckvidd på 17 procent, vilket var mer än dubbelt så många som hade läst tidskrift på papper. Också i gruppen 25 till 44 år var de digitala läsarna fler än de som läste på papper. I alla övriga åldersgrupper hade den tryckta tidskriften fler läsare.

För tidskriftsläsning totalt märktes under 2021 inga skillnader beroende på utbildningsnivå.

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

TIDSKRIFT Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent samt förändring jämfört med 2020 i procentenheter)



Mediebarometern 2020 och 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

TIDSKRIFT Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	36	17	25
Kvinna	37	14	28
Man	36	19	22
9–14 år	23	12	14
15–24 år	22	17	7
25–44 år	28	18	14
45–64 år	41	18	30
65–85 år	54	14	47
Ej högskola (25–85 år)	39	16	29
Högskola (25–85 år)	39	17	28
Storstad	37	19	23
Stad	35	16	24
Landsbygd	37	15	27

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Tidskrift: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

Åldersgruppen **9 till 14 år** uppvisade ingen skillnad mellan flickor och pojkar vad gäller tidskriftsläsning på papper. Pojkar läste en digital tidskrift i högre utsträckning än flickor.

Jämfört med övriga åldersgrupper utmärkte sig gruppen **15 till 24 år** vad gäller tidskriftens distributionsform. Här var läsning i digitalt format vanligare än tryckt. Män tog del av någon digital tidskrift i högre utsträckning än kvinnor.

Även bland **25 till 44-åringar** var det fler som läst digitalt än på papper och även i denna åldersgrupp läste män i något högre utsträckning än kvinnor. I den yngre delen av åldersgruppen (25 till 34 år) var digital läsning vanligare än på papper.

I åldern **45 till 64 år** dominerade läsning av tryckt tidskrift. Totalt sett läste kvinnor i större utsträckning än män. Andelen läsare av en digital tidskrift var större i storstäder jämfört med i övriga landet.

Andelen tidskriftsläsare var högst i åldersgruppen **65 till 85 år**. De flesta läste tidningen på papper. Kvinnor läste totalt sett i högre utsträckning än män. Män läste däremot digitalt i högre grad än kvinnor. Läsningen var mer utbredd bland högskoleutbildade än bland dem utan högskoleutbildning. Läsningen var också mer utbredd i storstäderna än i övriga landet.

TIDSKRIFT Daglig räckvidd, 9–14 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	23	12	14
Flicka	21	9	15
Pojke	26	14	14
Storstad	(23)	(12)	(15)
Stad	27	15	16
Landsbygd	(21)	(9)	(13)

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värderna i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

TIDSKRIFT Daglig räckvidd, 15–24 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	22	17	7
Kvinna	19	13	8
Man	27	22	7
15–19 år	19	15	7
20–24 år	26	20	8
Storstad	22	18	7
Stad	24	19	6
Landsbygd	21	14	9

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

TIDSKRIFT Daglig räckvidd, 25–44 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	28	18	15
Kvinna	27	16	16
Man	29	19	13
25–34 år	25	17	11
35–44 år	31	18	18
Ej högskola	26	18	12
Högskola	29	17	16
Storstad	29	20	13
Stad	25	16	12
Landsbygd	30	16	18

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

TIDSKRIFT Daglig räckvidd, 45–64 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	41	18	30
Kvinna	43	15	35
Man	39	21	25
45–54 år	37	19	24
55–64 år	45	17	35
Ej högskola	39	17	28
Högskola	42	19	32
Storstad	43	22	29
Stad	39	17	28
Landsbygd	40	16	31

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

TIDSKRIFT Daglig räckvidd, 65–85 år, 2021 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	54	14	47
Kvinna	58	11	53
Man	49	17	41
65–74 år	54	15	47
75–85 år	52	11	47
Ej högskola	51	14	45
Högskola	57	14	50
Storstad	60	16	53
Stad	53	14	45
Landsbygd	51	13	45

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Tidskrift: Genomsnittlig läsartid bland läsare



Lisa Öberg/Scandinav

Läsare i befolkningen 9 till 85 år ägnade 2021 i snitt 28 minuter åt att läsa tidskrift på papper – läsarna av digital tidskrift läste i snitt 24 minuter.

Det var inga skillnader mellan hur lång tid kvinnliga och manliga läsare läste tidskrifter.

För tidskrifter på papper ökade läsartiden med stigande ålder i åldersgrupperna mellan 25 och 85 år.

Det var ingen större skillnad i läsartid bland läsare beroende på utbildningsnivå eller boendeort.

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

Läsare av tidskrifter på papper ägnade totalt sett något längre tid åt tidskriftsläsning än dem som läste tidskriften digitalt. Tidskriftsläsare i befolkningen 9 till 85 år lade i genomsnitt 28 minuter på sin läsning av tryckta tidskrifter en vanlig dag 2021. Läsartiden för digital tidskrift var något kortare, i genomsnitt 24 minuter per läsare.

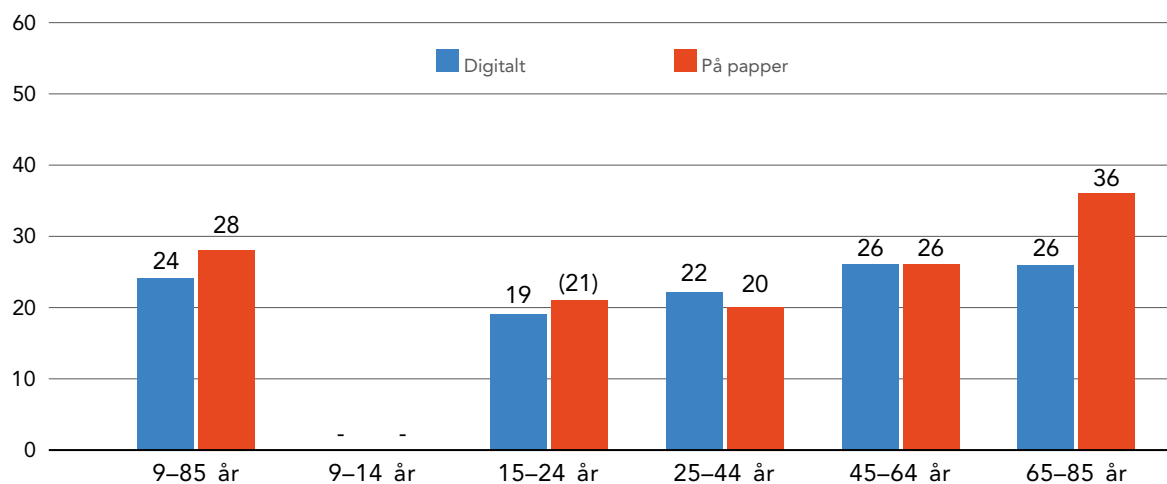
Varken för den digitala läsningen eller läsningen på papper noterades någon skillnad i läsartid mellan kvinnor och män.

Läsartiden bland läsare av en tryckt tidskrift ökade med stigande ålder. Den åldersgrupp som läste tidskrift på papper längst tid, 36 minuter, var personer i åldern 65 till 85 år. Den äldsta gruppens förhållandevis längre läsartid av tidskrifter på papper förklarar också den totalt sett längre läsartiden av tryckta tidskrifter. I de yngre åldersgrupperna ägnade läsare av digitala och tryckta tidskrifter ungefär lika lång tid åt tidningen. I åldersgruppen 45 till 64 år låg den genomsnittliga läsartiden bland såväl de som läst en tryckt tidskrift som bland dem som läst digitalt på 26 minuter en vanlig dag. Tidskriftsläsare i åldern 25 till 44 år läste tidskriften på papper i 20 minuter. Bland läsare av digitala tidskrifter låg läsartiden på 22 minuter.

Det var under 2021 ingen skillnad i läsartid av vare sig tryckt eller digital tidskrift beroende på utbildningsnivå. Läsartiden för tryckta tidskrifter var omkring 30 minuter och motsvarande siffra för digital läsning var omkring 25 minuter.

Inte heller bostadsort visade några skillnader i hur länge man läste tidskriften på papper eller digitalt.

TIDSKRIFT Genomsnittlig läsartid bland läsare, 9–85 år, 2021 (minuter)



Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-" Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

TIDSKRIFT Genomsnittlig läsartid bland läsare, 9–85 år, 2021 (minuter)

	Digitalt	På papper
Totalt	24	28
Kvinna	24	28
Man	24	28
9–14 år	-	-
15–24 år	19	(21)
25–44 år	22	20
45–64 år	26	26
65–85 år	26	36
Ej högskola (25–85 år)	25	30
Högskola (25–85 år)	24	27
Storstad	24	28
Stad	23	29
Landsbygd	24	28
Antal svar	997	1 504

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-" Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

Tidskriftsgenrer: Daglig räckvidd

Lina Karna Kippel/Scandinav

20% av befolkningen 9 till 85 år läste någon veckotidning eller månadsmagasin en vanlig dag 2021.

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

Fler kvinnor än män läste veckotidning eller månadsmagasin.

Räckvidden för veckotidning/månadsmagasin och organisations-/medlems-/kundtidningar var högst i åldersgruppen 65 till 85 år.

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

En femtedel, det vill säga 20 procent, av befolkningen 9 till 85 år läste veckotidning eller månadsmagasin en vanlig dag 2021. Den dagliga räckvidden för yrkes- eller branschtidning respektive organisations-, medlems- eller kundtidning var hälften så stor. Båda tidskriftsgrupperingarna lästes av cirka en tiondel sett till hela befolkningen. Resultaten stämmer mycket väl överens med motsvarande siffror för 2020.

I befolkningen som helhet läste fler kvinnor än män någon veckotidning eller månadsmagasin under 2021: 24 procent av kvinnorna jämfört med 16 procent av männen. Yrkes- eller branschtidning lästes omvänt i något större utsträckning av män än av kvinnor men skillnaden var inte stor. 13 procent av männen läste någon tidskrift i genren jämfört med 10 procent av kvinnorna. Organisations-, medlems- eller kundtidning lästes i lika stor utsträckning av kvinnor som av män.

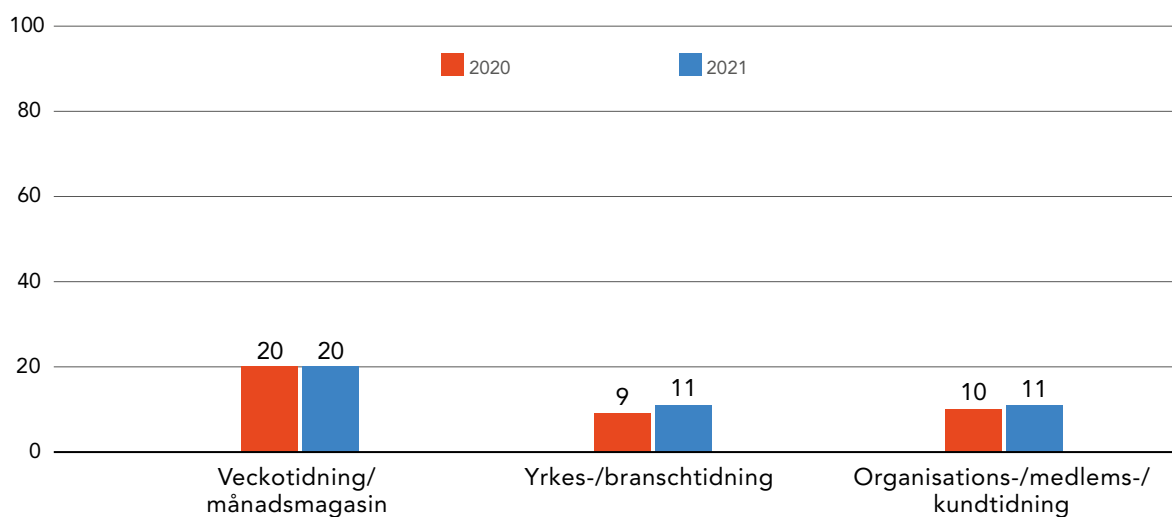
Ålder var den faktor som i störst utsträckning påverkade läsningen av olika typer av tidskrifter. Andelen läsare av tidskriftsgenrererna ökade generellt med stigande ålder. För veckotidning och månadsmagasin var dock ökningen inte lika rak som i de övriga fallen. Jämfört med andelen läsare i åldern 9 till 14 år, som var 13 procent, var räckvidden något lägre i åldersgrupperna 15 till 24 år, 11 procent. Därefter ökade räckvidden åter till 13 procent bland 25 till 44-åringar. Högsta andelen läsare av veckotidning och månadsmagasin återfanns i åldersgruppen 65 till 85 år, 34 procent.

Yrkes- och branschtidningar hade sin högsta andel läsare bland de äldsta. Av förklarliga skäl var andelen läsare av yrkes- och branschtidningar låg bland 9 till 24-åringar. Andelen läsare av denna typ av tidskrift var även något högre bland högskoleutbildade.

Räckvidden för organisations-, medlems- eller kundtidningar ökade även den i takt med ålder. Den högsta andelen läsare fanns i åldern 65 till 85 år, 20 procent.

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

TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2020 och 2021 (procent)



Mediebarometern 2020 och 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller digitala och tryckta tidskrifter.

TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent)

	Veckotidning/ månadsmagasin	Yrkes-/branschtidning	Organisations-/ medlems-/kundtidning
Totalt	20	11	11
Kvinna	24	10	11
Man	16	13	11
9–14 år	13	3	3
15–24 år	11	4	5
25–44 år	13	11	7
45–64 år	22	14	13
65–85 år	34	14	20
Ej högskola (25–85 år)	22	11	12
Högskola (25–85 år)	21	15	13
Storstad	20	13	12
Stad	20	11	11
Landsbygd	20	10	10

Mediebarometern 2021 (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. Andelen läsare av de två andra genrerna var av naturliga skäl låg i denna åldersgrupp.

I åldersgruppen **15 till 24 år** var läsning av veckotidning/månadsmagasin vanligast en genomsnittlig dag. Även i denna åldersgrupp var den dagliga läsningen av övriga tidskriftsgenrer begränsad.

Bland **25 till 44-åringarna** var andelen som tog del av veckotidning/månadsmagasin ungefär lika hög bland kvinnor och män. Det märktes inte heller några skillnader mellan den yngre och äldre halvan av åldersgruppen eller om man bor i stad eller landsbygd. Yrkes-/branschtidningar och organisations-/medlems-/kundtidningar lästes i något större utsträckning i den övre halvan av ål-

dersspannet. I relation till utbildning och boendeort var skillnaderna små.

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

Åldersgruppen **65 till 85 år** hade den högsta andelen läsare av veckotidning/månadsmagasin. Framför allt var det kvinnorna som tog del av denna genre. Män läste yrkes-/branschtidning i högre utsträckning än kvinnor. Organisations-/medlems- eller kundtidning lästes i störst utsträckning bland personer med högskoleutbildning och bland boende i storstad.

TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2021 (procent)

	Veckotidning/ månadsmagasin	Yrkes-/branschtidning	Organisations-/ medlems-/kundtidning
Totalt	13	3	3
Flicka	13	1	2
Pojke	12	4	4
Storstad	(16)	(2)	(1)
Stad	15	1	5
Landsbygd	(9)	(4)	(3)

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller digitala och tryckta tidskrifter. Värderna i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2021 (procent)

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

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller digitala och tryckta tidskrifter.

TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2021 (procent)

	Veckotidning/ månadsmagasin	Yrkes-/branschtidning	Organisations-/ medlems-/kundtidning
Totalt	13	11	7
Kvinna	14	10	7
Man	12	12	7
25–34 år	13	9	5
35–44 år	14	12	9
Ej högskola	10	10	7
Högskola	15	11	8
Storstad	14	12	8
Stad	12	9	6
Landsbygd	13	11	8

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller digitala och tryckta tidskrifter.

TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2021 (procent)

	Veckotidning/ månadsmagasin	Yrkes-/branschtidning	Organisations-/ medlems-/kundtidning
Totalt	22	14	13
Kvinna	27	13	13
Man	17	15	13
45–54 år	18	13	12
55–64 år	26	15	14
Ej högskola	23	11	11
Högskola	22	17	16
Storstad	23	17	15
Stad	21	14	13
Landsbygd	23	11	11

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller digitala och tryckta tidskrifter.

TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 65–85 år, 2021 (procent)

	Veckotidning/ månadsmagasin	Yrkes-/branschtidning	Organisations-/ medlems-/kundtidning
Totalt	34	14	20
Kvinna	42	10	20
Man	25	17	19
65–74 år	33	15	21
75–85 år	36	11	18
Ej högskola	33	10	18
Högskola	35	19	23
Storstad	36	16	24
Stad	33	13	20
Landsbygd	33	12	16

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller digitala och tryckta tidskrifter.

Bok: Daglig räckvidd



Depiction AB/Scandinav

45% i befolkningen 9 till 85 år läste någon bok en vanlig dag 2021.

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

13% lyssnade på ljudbok – 7% läste e-bok.

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

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

45 procent av befolkningen 9 till 85 år läste en bok en vanlig dag 2021. Det var samma andel som tog del av en bok 2020. Även fördelningen mellan tryckt bok, ljudbok och e-bok låg på samma nivå 2021 som 2020. Den dagliga räckvidden för tryckt bok var 34 procent båda åren.

Kvinnor läste bok i större utsträckning än män, ett förhållande som stått sig genom de dryga 40 år som Mediebarometern gjort mätningar. En genomsnittlig dag 2021 tog 54 procent, det vill säga över hälften, av kvinnorna och 37 procent av männen del av någon bok. 40 procent av kvinnorna läste tryckt bok och 16 procent lyssnade på ljudbok. 28 procent av männen läste tryckt bok och 10 procent lyssnade på ljudbok.

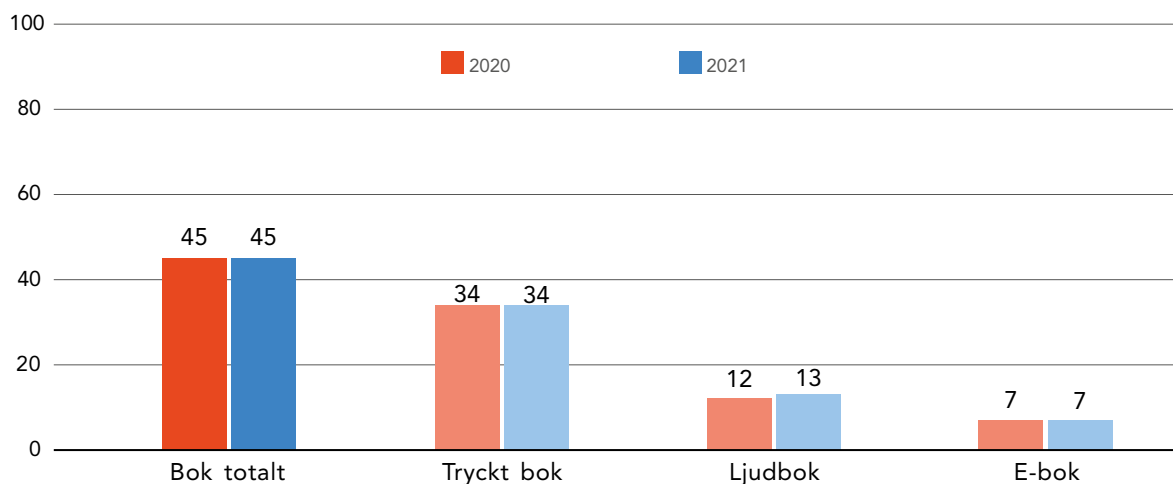
Vad gäller e-bok fanns ingen skillnad mellan kvinnor och män. Andelen läsare i denna grupp är än så länge totalt sett låg, vilket gör det svårt att dra några slutsatser om resultaten i förhållande till olika bakgrundsfaktorer.

I åldersgruppen 9 till 14 år fanns störst andel bokläsare, 53 procent. Därefter följde de äldsta, personer i åldern 65 till 85 år, med 48 procent. Övriga åldersgrupper låg samtliga något över 40 procentsnivån. Den tryckta boken var under 2021 den klart mest använda boktypen i samtliga åldersgrupper. Ljudboken hade störst andel lyssnare bland personer mellan 25 och 64 år. E-boken hade något högre spridning bland dem under 45 år än bland äldre.

Personer med högre utbildning läste eller lyssnade på bok i större utsträckning än de med lägre utbildning. 55 procent av de högskoleutbildade mellan 25 och 85 år läste en bok en genomsnittlig dag. Andelen läsare låg på 35 procent bland personer utan högskoleutbildning. Skillnaden i förhållande till utbildning gäller oavsett vilken typ av bok det rör sig om.

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

BOK Daglig räckvidd, 9–85 år, 2020 och 2021 (procent)



Mediebarometern 2020 och 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

BOK Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent)

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	45	34	13	7
Kvinna	54	40	16	7
Man	37	28	10	6
9–14 år	53	44	13	9
15–24 år	43	33	9	9
25–44 år	45	32	15	8
45–64 år	44	30	16	5
65–85 år	48	40	9	5
Ej högskola (25–85 år)	35	25	11	4
Högskola (25–85 år)	55	41	16	8
Storstad	50	37	14	8
Stad	45	34	12	7
Landsbygd	42	31	13	5

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Bok: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

Bland **9 till 14-åringar** var bokläsningen som mest utbredd. Flickor läste böcker oavsett plattform i högre utsträckning än pojkar.

Kvinnor i åldern **15 till 24 år** läste i större utsträckning än män. Den totala andelen bokläsare var högre i storstad och städer än i landsbygd. Det gällde främst läsning av tryckt bok. Andelen som tog del av en ljudbok och e-bok visade inga stora skillnader mellan olika grupper.

Även i åldersgruppen **25 till 44 år** läste kvinnor i högre utsträckning än män. Det fanns också en skillnad mellan de yngre och äldre i gruppen. En högre andel av 35 till 44-åringarna läste någon bok

jämfört med 25 till 34-åringarna. Högskoleutbildade läste böcker i högre utsträckning än dem utan högskoleutbildning. Det fanns ingen tydlig skillnad i avseende på läsning och boendeort.

I åldern **45 till 64 år** noterades den högsta andelen som lyssnat till en ljudbok. Andelen var 20 procent bland kvinnorna. Nästan dubbelt så hög som bland männen.

Bland de äldsta, **65 till 85-åringarna**, var andelen bokläsare/lyssnare något lägre i det övre åldersspannet än i det lägre. I övrigt följer åldersgruppen mönstret med högst andel läsare bland kvinnor, högskoleutbildade samt boende i storstad/stad

BOK Daglig räckvidd, 9–14 år, 2021 (procent)

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	53	44	13	9
Flicka	60	47	15	11
Pojke	45	41	10	6
Storstad	(59)	(47)	(15)	(12)
Stad	49	42	10	10
Landsbygd	(51)	(43)	(13)	(6)

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värderna i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

BOK Daglig räckvidd, 15–24 år, 2021 (procent)

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	43	33	9	9
Kvinna	46	37	11	10
Man	39	29	8	9
15–19 år	44	34	10	10
20–24 år	41	32	9	9
Storstad	46	36	8	9
Stad	44	36	9	8
Landsbygd	39	28	11	12

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

BOK Daglig räckvidd, 25–44 år, 2021 (procent)

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	45	32	15	8
Kvinna	52	37	18	9
Man	39	28	12	7
25–34 år	41	29	13	6
35–44 år	50	35	17	10
Ej högskola	33	21	13	5
Högskola	53	39	16	10
Storstad	48	34	16	10
Stad	44	32	13	8
Landsbygd	45	31	16	6

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

BOK Daglig räckvidd, 45–64 år, 2021 (procent)

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	44	30	16	5
Kvinna	55	39	20	5
Man	33	21	13	6
45–54 år	43	27	17	5
55–64 år	46	34	16	5
Ej högskola	34	22	13	4
Högskola	53	38	19	7
Storstad	49	35	17	7
Stad	44	30	16	5
Landsbygd	41	27	16	4

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

BOK Daglig räckvidd, 65–85 år, 2021 (procent)

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	48	40	9	4
Kvinna	57	47	12	5
Man	38	33	5	4
65–74 år	49	40	9	5
75–85 år	45	39	8	4
Ej högskola	37	31	7	4
Högskola	63	54	10	6
Storstad	56	47	9	5
Stad	50	41	10	6
Landsbygd	41	35	7	3

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).



Bok: Genomsnittlig läsartid bland läsare/lyssnare

Ulf Huett Nilsson/Scandinav

Bland bokläsare och -lyssnare i befolkningen 9 till 85 år ägnades ljudboken längst tid under 2021.

Boklyssnarna lyssnade till en ljudbok i snitt en timme och 20 minuter.

Kortast tid ägnades åt den tryckta boken, 54 minuter.

Generellt ägnade kvinnliga bokläsare lite mer tid åt böcker än manliga läsare.

Läsar-/lyssnartiden för böcker var längst i åldern 65 till 85 år.

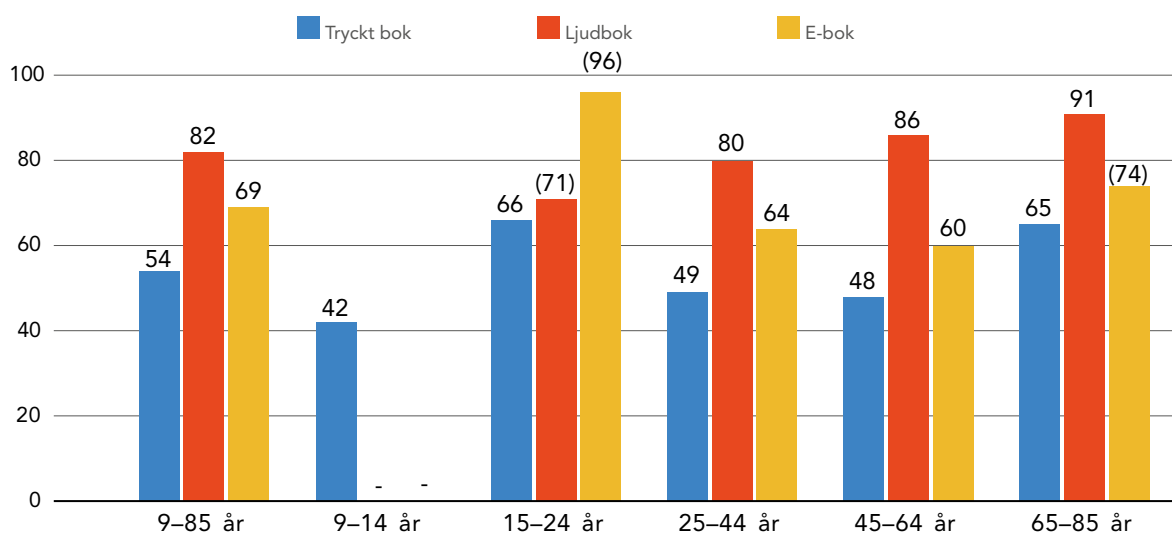
Boklyssnare och bokläsare ägnade olika lång tid åt böckerna. Under en genomsnittlig dag 2021 lyssnade boklyssnare i befolkningen 9 till 85 år sammantaget 82 minuter, det vill säga cirka en timme och 20 minuter. Den relativt låga andel som tog del av en e-bok läste i snitt i 69 minuter. Läsare av tryckt bok ägnade kortare tid åt att läsning jämfört med boklyssnare och e-boksläsare, 54 minuter. Kvinnliga och manliga läsare läste tryckt bok och lyssnade till ljudbok ungefär lika länge. Kvinnor ägnade däremot något längre tid åt e-boken än manliga läsare.

Tiden för läsning av tryckt bok var längst bland 15 till 24-åringar och bland 65 till 85-åringar, 66 respektive 65 minuter. Kortast läsartid fanns i undersökningens yngsta åldersgrupp, 9 till 14 år, 42 minuter. Läsarna mellan 25 och 64 år läste ungefär 50 minuter. Den äldsta gruppen, 65 till 85 år, lyssnade till ljudbok längre än de yngre grupperna. Lyssnartiden uppgick här till 91 minuter. På grund av det låga antalet svars personer i vissa åldersgrupper är läsartiden bland läsare av e-bok endast helt tillförlitlig i åldersgrupperna mellan 25 och 64 år, de läste ungefär 60 minuter.

Personer utan högskoleutbildning lyssnade längre tid på ljudbok, 91 minuter, än de med högskoleutbildning, 80 minuter. För tryckt bok och e-bok fanns under 2021 ingen egentlig skillnad beroende på utbildning vad gällde läsartid bland bokläsare.

Bostadsort visade inte heller på någon skillnad vad gäller läsartid för den tryckta boken. För ljudboken var dock lyssnartiden längre på landsbygden än i städerna. Även e-boken lästes något längre tid bland läsare på landsbygden jämfört med läsare i städer och storstäder.

BOK Genomsnittlig läsartid bland läsare/lyssnare, 9–85 år, 2021 (minuter)



Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-" Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

BOK Genomsnittlig läsartid bland läsare/lyssnare, 9–85 år, 2021 (minuter)

	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	54	82	69
Kvinna	55	83	74
Man	53	80	63
9–14 år	42	-	-
15–24 år	66	(71)	(96)
25–44 år	49	80	64
45–64 år	48	86	60
65–85 år	65	91	(74)
Ej högskola (25–85 år)	54	91	63
Högskola (25–85 år)	53	80	65
Storstad	53	78	66
Stad	57	81	63
Landsbygd	53	87	79
Antal svar	2 038	795	397

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet. "-" Antalet svar är under 50 och redovisas därför inte.

Bokgenrer: Daglig räckvidd



Astrakan Images AB/Scandinavia

Den mest lästa bokgenren i befolkningen 9 till 85 år 2021 var skönlitteratur.

Kvinnor läste skönlitteratur i betydligt större utsträckning än män.

Läsningen av skönlitteratur var mest utbredd bland de äldsta.

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

Räckvidden för samtliga typer av böcker var något högre i storstad jämfört med övriga landet.

I befolkningen 9 till 85 år var skönlitteratur den mest lästa bokgenren under 2021. En av tre läste någon skönlitterär bok en vanlig dag. I jämförelsen med hur befolkningen 9 till 85 år läste 2020 är resultaten i avseende på vilka bokgenrer man tagit del av mycket likartade.

I befolkningen som helhet läste kvinnor skönlitteratur i högre utsträckning än män. För fackbok och biografi/memoar förelåg inga skillnader i läsning mellan könen. Lärobok och barnbok lästes däremot i något högre grad bland kvinnor än bland män.

Sett till de olika åldersgrupperna var det de äldsta, 65 till 85-åringarna, som läste skönlitteratur i störst utsträckning, 40 procent. I åldern 15 till 44 år var det ungefär en av fyra som läste skönlitteratur en vanlig dag.

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

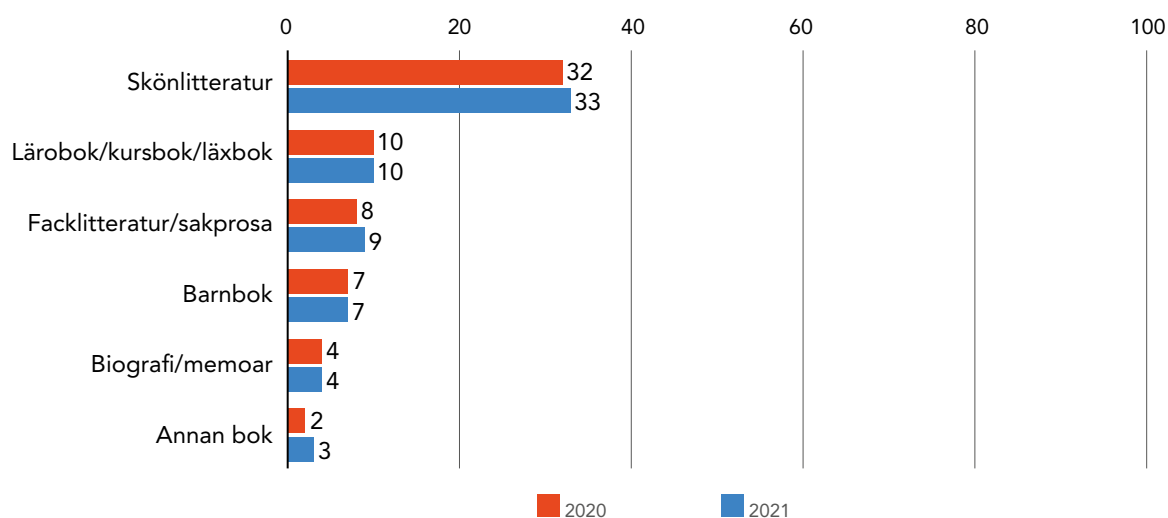
Facklitteratur lästes i samma utsträckning bland kvinnor och män. Däremot märktes en skillnad mellan åldersgrupperna. 9 till 24-åringar låg lägst, 5 procent läste en fackbok en vanlig dag. Bland dem mellan 25 och 85 år låg räckvidden omkring 10 procent.

Läsning av barnbok var som mest utbredd bland de yngsta, 9 till 14-åringarna, samt i föräldragenerationen 25 till 44 år, där 14 respektive 15 procent läste någon barnbok. Andelen läsare i dessa åldersgrupper var betydligt högre än i andra åldersgrupper. Andelen som tog del av biografi/memoar var som högst bland de äldsta, 6 procent, och lägst bland 9 till 14-åringar och 25 till 44-åringar.

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

Bostadsort uppvisade enbart små skillnader i avseende på läsning av olika typer av litteratur.

BOKGENRER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2020 och 2021 (procent)



Mediebarometern 2020 och 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller tryckt bok, ljudbok eller e-bok.

BOKGENRER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent)

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/ memoar
Totalt	33	10	9	7	4
Kvinna	40	12	9	9	5
Man	25	8	9	5	4
9–14 år	35	24	5	14	3
15–24 år	27	25	5	2	4
25–44 år	29	12	10	15	3
45–64 år	33	5	9	5	5
65–85 år	40	3	9	1	6
Ej högskola (25–85 år)	26	4	6	4	4
Högskola (25–85 år)	40	10	13	10	5
Storstad	35	12	11	8	6
Stad	33	9	8	6	5
Landsbygd	31	9	7	7	3

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller tryckt bok, ljudbok eller e-bok.

Bokgenrer: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldersgruppen **9 till 14 år** läste flickor såväl skönlitteratur som lärobok, fackbok och barnbok i högre utsträckning än pojkar.

Bland ungdomarna, **15 till 24 år**, läste kvinnor skönlitteratur men även lärobok i större utsträckning än män. Den yngre halvan av åldersgruppen, 15 till 19-åringar, läste i högre utsträckning än 20 till 24-åringarna. Läsning av lärobok var något högre i storstäderna än på landsbygden.

I åldern **25 till 44 år** pekade högre utbildningsnivå mot en högre andel läsare av samtliga genrer, undantaget biografi/memoar som lästes av ungefär lika få i båda grupperna. Andelen personer som

läste barnböcker var högre i den äldre halvan av åldersgruppen.

I åldern **45 till 64 år** dominerade läsning av skönlitteratur. Kön var den mest särskiljande faktorn när det gällde skönlitteratur – kvinnor läste i högre utsträckning än män. För övriga genrer var utbildningsnivå den bakgrundsfaktor som framträdde tydligast vad gäller skillnader i andelen läsare.

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

BOKGENRER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2021 (procent)

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/ memoar
Totalt	35	24	5	14	3
Flicka	38	28	7	17	3
Pojke	30	20	3	10	2
Storstad	(36)	(30)	(4)	(19)	(4)
Stad	34	24	5	8	2
Landsbygd	(34)	(19)	(6)	(13)	(2)

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller tryckt bok, ljudbok eller e-bok. Värderna i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

BOKGENRER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2021 (procent)

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/ memoar
Totalt	27	25	5	2	4
Kvinna	31	27	4	2	4
Man	22	23	6	2	4
15–19 år	30	29	4	2	4
20–24 år	24	21	7	2	4
Storstad	27	27	6	3	5
Stad	27	25	7	2	5
Landsbygd	27	23	3	1	3

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller tryckt bok, ljudbok eller e-bok.

BOKGENRER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2021 (procent)

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/ memoar
Totalt	29	12	10	15	3
Kvinna	34	14	10	21	4
Man	24	10	11	10	3
25–34 år	24	13	10	10	3
35–44 år	33	11	11	20	4
Ej högskola	19	8	7	11	3
Högskola	34	14	12	17	4
Storstad	32	13	11	14	4
Stad	26	11	10	15	4
Landsbygd	27	12	10	16	3

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller tryckt bok, ljudbok eller e-bok.

BOKGENRER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2021 (procent)

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/ memoar
Totalt	33	5	9	5	5
Kvinna	43	6	10	5	6
Man	23	4	9	4	4
45–54 år	29	7	10	6	4
55–64 år	38	4	9	3	5
Ej högskola	27	3	5	3	4
Högskola	40	8	13	6	5
Storstad	36	7	13	5	7
Stad	34	4	8	4	5
Landsbygd	31	4	8	4	3

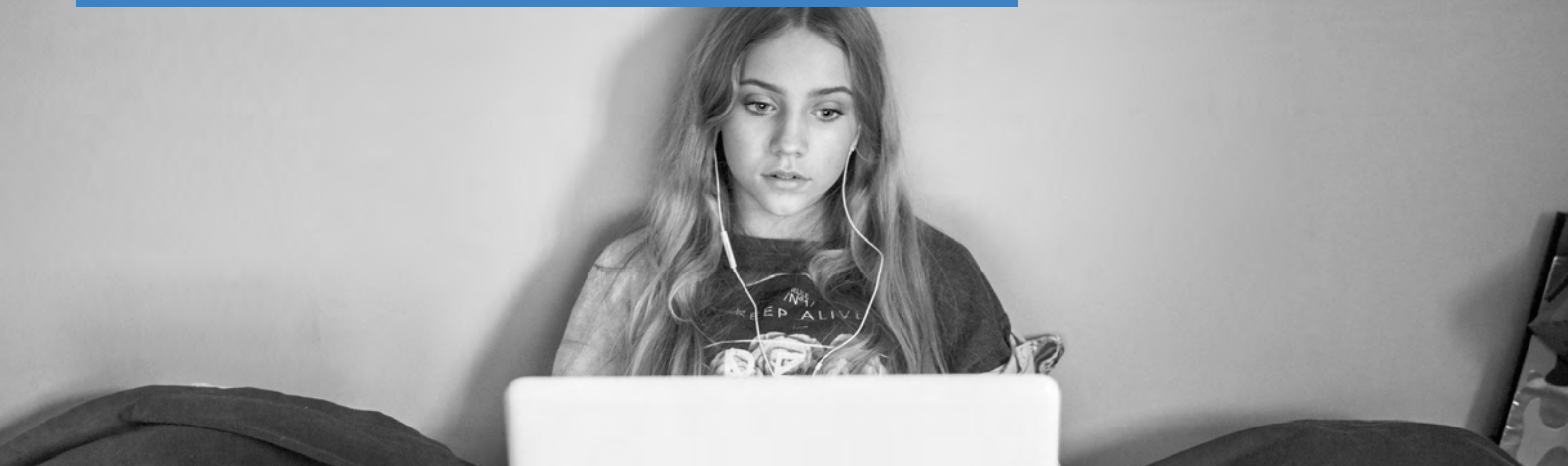
Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller tryckt bok, ljudbok eller e-bok.

BOKGENRER Daglig räckvidd, 65–85 år, 2021 (procent)

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/ memoar
Totalt	40	3	9	1	6
Kvinna	51	2	7	1	7
Man	30	3	11	1	4
65–74 år	41	3	9	1	6
75–85 år	39	2	9	1	6
Ej högskola	32	2	6	1	4
Högskola	53	4	14	1	8
Storstad	45	4	15	2	8
Stad	44	2	7	1	6
Landsbygd	35	2	7	0	4

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller tryckt bok, ljudbok eller e-bok.

Sociala nätverkstjänster: Daglig räckvidd



Lena Granefelt/Scandinav

83% i befolkningen 9 till 85 år använde sociala nätverkstjänster en vanlig dag 2021 – flest, 64%, använde Facebook.

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

97% i åldern 15 till 24 år använde sociala nätverkstjänster en vanlig dag – andelen användare i åldern 65 till 85 år var 59%.

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

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

Under 2021 tog 83 procent av befolkningen 9 till 85 år del av någon social nätverkstjänst en vanlig dag. De flesta tog del av Facebook, 64 procent. Nästan lika stor del av befolkningen, 57 procent, tog del av Instagram, medan 28 procent tog del av Snapchat. Användningen av sociala nätverkstjänster var i stort sett stabil mellan 2020 och 2021.

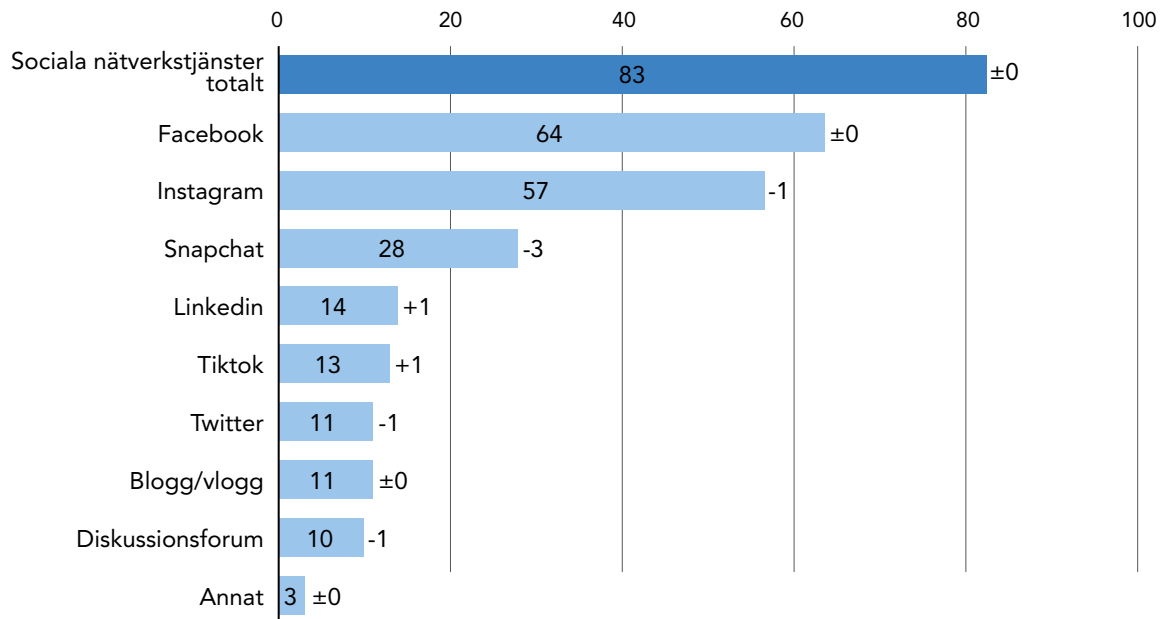
Över lag använde kvinnor de olika sociala nätverkstjänsterna i högre utsträckning än vad män gjorde. Undantaget var Twitter och LinkedIn som hade fler användare bland män. Största gapet mellan kvinnors och mäns användning av nätverkstjänsterna var för Instagram. En vanlig dag 2021 var det 67 procent av kvinnorna som tog del av Instagram. Bland männen var motsvarande andel 46 procent.

Det fanns en betydande åldersskillnad i användningen av de olika sociala nätverkstjänsterna. Högst andel användare fanns i åldersgruppen 15 till 24 år. Lägst andel fanns i gruppen 65 till 85 år. Facebook var den populäraste plattformen i de tre äldre åldersgrupperna, 25 till 85 år, medan Snapchat och Instagram var populärast i åldersgruppen 15 till 24 år. Den yngsta gruppen 9 till 14 år var betydligt mer benägen att använda Snapchat, Tiktok och Instagram än andra sociala nätverkstjänster. Åldersskillnaderna var särskilt tydliga för Snapchat: 84 procent i gruppen 15 till 24 år använde Snapchat en vanlig dag. Endast 4 procent i åldersgruppen 65 till 85 år använde Snapchat. I den yngsta gruppen 9 till 14 år fanns den största andelen användare av Tiktok, 64 procent.

Personer med högskoleutbildning var generellt sett något mer benägna att använda sociala nätverkstjänster jämfört med personer utan högskoleutbildning. Skillnaderna avsåg främst Instagram och LinkedIn. För LinkedIn låg räckvidden på 22 procent bland personer med högskoleutbildning och 9 procent bland dem utan högskoleutbildning. (Sociala nätverkstjänster med ung användarprofil har här låg räckvidd eftersom utbildningsvariabeln endast omfattar svarande som var 25 år och äldre.)

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

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent samt förändring jämfört med 2020 i procentenheter)



Mediebarometern 2020 och 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	LinkedIn	Tiktok	Twitter
Totalt	83	64	57	28	14	13	11
Kvinna	87	70	67	31	13	15	7
Man	79	58	46	25	16	10	16
9–14 år	90	17	61	77	1	64	12
15–24 år	97	65	83	84	8	46	23
25–44 år	92	76	69	30	22	9	14
45–64 år	83	67	51	12	19	3	8
65–85 år	59	50	30	4	3	1	4
Ej högskola (25–85 år)	76	64	48	17	9	5	7
Högskola (25–85 år)	84	68	56	16	22	4	12
Storstad	86	63	59	27	22	13	15
Stad	83	64	59	31	12	14	12
Landsbygd	81	64	53	26	10	12	8

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga sociala nätverkstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

Sociala nätverkstjänster: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

Bland **9 till 14-åringarna** tog flickor del av sociala nätverkstjänster i högre utsträckning än pojkar under 2021. Det gällde framför allt Instagram och Tiktok.

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

I åldern **25 till 44 år** var gapet mellan kvinnors och mäns användning av tjänsterna förhållandevis stort. Kvinnor använde Facebook och Instagram i högre grad än män och män använde Twitter i

betydligt högre grad än kvinnor. Skillnaderna utifrån utbildningsnivå och boendeort avsåg framför allt LinkedIn.

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

Även bland **65 till 85-åringar** använde fler kvinnor sociala nätverkstjänster än män. Framför allt användes Facebook och Instagram. Skillnaderna var över lag små i relation till utbildningsnivå och boendeort.

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2021 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	LinkedIn	Tiktok	Twitter
Totalt	90	17	61	77	1	64	12
Flicka	91	17	68	79	1	72	8
Pojke	87	18	52	77	1	55	15
Storstad	(89)	(16)	(55)	(73)	(2)	(59)	(7)
Stad	89	19	71	78	1	66	13
Landsbygd	(90)	(16)	(57)	(79)	(0)	(67)	(13)

Mediebarometern 2021 (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, 2021 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	LinkedIn	Tiktok	Twitter
Totalt	97	65	83	84	8	46	23
Kvinna	98	71	90	88	7	55	18
Man	97	59	75	80	9	36	27
15–19 år	97	52	86	89	1	62	22
20–24 år	98	80	79	80	16	29	23
Storstad	98	64	78	82	13	43	22
Stad	96	67	85	86	6	45	24
Landsbygd	98	65	87	85	5	52	22

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga sociala nätverkstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2021 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Linkedin	Tiktok	Twitter
Totalt	92	76	69	30	22	9	14
Kvinna	95	84	81	32	22	10	6
Man	89	68	57	28	22	8	22
25–34 år	94	78	73	44	20	12	16
35–44 år	90	73	65	16	24	6	12
Ej högskola	90	74	64	35	11	12	11
Högskola	93	77	71	27	28	7	16
Storstad	93	75	71	26	32	9	20
Stad	92	75	71	36	18	11	14
Landsbygd	90	77	65	28	14	8	8

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga sociala nätverkstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2021 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Linkedin	Tiktok	Twitter
Totalt	83	67	51	12	19	3	8
Kvinna	87	74	62	16	15	2	4
Man	78	61	40	8	23	3	12
45–54 år	87	70	56	14	24	4	11
55–64 år	79	64	47	10	13	1	6
Ej högskola	81	68	52	15	13	3	6
Högskola	85	67	51	10	24	3	10
Storstad	85	64	52	10	27	3	13
Stad	83	68	53	13	17	3	7
Landsbygd	81	69	50	13	14	2	5

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga sociala nätverkstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 65–85 år, 2021 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Linkedin	Tiktok	Twitter
Totalt	59	50	30	4	3	1	4
Kvinna	63	53	37	5	2	1	2
Man	56	47	23	4	5	1	5
65–74 år	64	54	35	5	4	1	4
75–85 år	50	42	21	3	2	2	3
Ej högskola	57	50	29	4	2	2	3
Högskola	63	50	31	4	5	0	5
Storstad	57	42	32	3	5	1	4
Stad	62	54	32	5	3	1	6
Landsbygd	58	51	27	5	2	1	2

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga sociala nätverkstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

Sociala nätverkstjänster: Genomsnittlig användartid bland användare



Scandinav

Användarna i befolkningen 9 till 85 år tog i snitt del av sociala nätverkstjänster 72 minuter en vanlig dag 2021.

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

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

Högskoleutbildade användare spenderade lika lång tid på sociala nätverkstjänster som de utan högskolestudier.

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

Under 2021 spenderade den genomsnittlige användaren i åldern 9 till 85 år i snitt 72 minuter på sociala nätverkstjänster en vanlig dag. Mediebarometern har tidigare visat att vi investerar mer och mer av vår tid på att vara online på olika sociala nätverkstjänster. I olika användargrupper är det de grupper som tidigt haft en hög andel användare som fortsatt lägger mest tid på sociala nätverkstjänster.

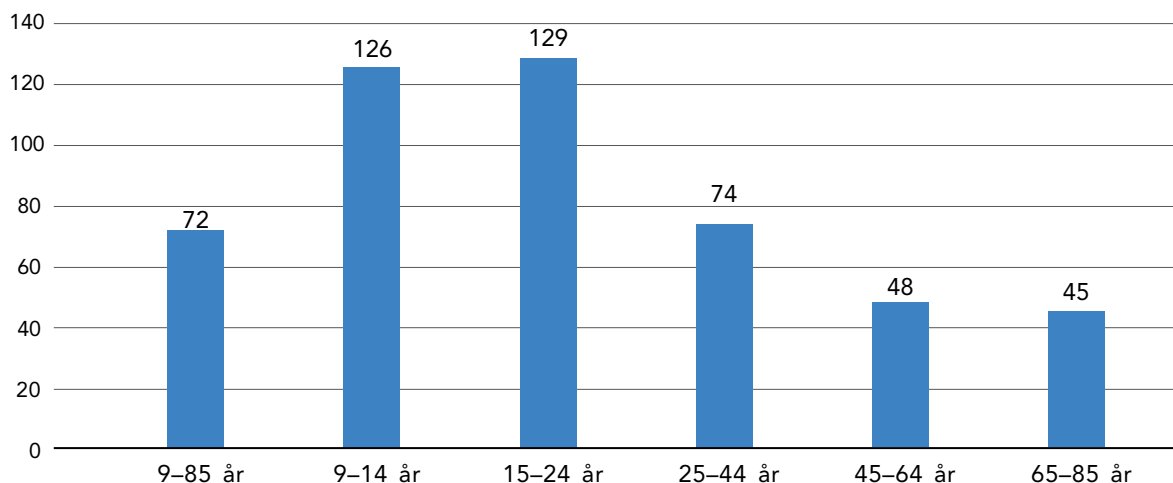
Kvinnliga och manliga användare ägnade olika lång tid åt tjänsterna. Bland de kvinnor som tog del av sociala nätverkstjänster uppgick användartiden till i genomsnitt 79 minuter mot männens 65 minuter.

Användartiden bland användare av sociala nätverkstjänster varierade kraftigt mellan olika åldersgrupper. Under 2021 tog 90 procent av barnen 9 till 14 år del av sociala nätverkstjänster en vanlig dag och sammanlagt tog användarna del av tjänsterna drygt 2 timmar per dag. Den genomsnittliga användaren i åldersspannet 15 till 24 år använde sociala nätverkstjänster i 129 minuter och var den åldersgrupp som ägnade mest tid åt sociala nätverkstjänster under 2021. Det var också en grupp där nästan alla använde sociala nätverkstjänster en vanlig dag, 97 procent. Bland personer 25 år och äldre sjönk användartiden med stigande ålder. Användarna mellan 65 och 85 år tog del av sociala nätverkstjänster i snitt 45 minuter per dag, vilket nästan var hälften så lång tid som snittet för befolkningen som helhet.

När det gäller utbildning fanns nästan inga skillnader i användartiden. I åldersintervallet 25 till 85 år ägnade användarna omkring 1 timme åt sociala nätverkstjänster en vanlig dag oberoende av utbildningsnivå.

Skillnaderna i användartid utifrån boendeort var också relativt begränsade.

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Genomsnittlig användartid bland användare, 9–85 år, 2021 (minuter)



Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Genomsnittlig användartid bland användare, 9–85 år, 2021 (minuter)

	Användartid
Totalt	72
Kvinna	79
Man	65
9–14 år	126
15–24 år	129
25–44 år	74
45–64 år	48
65–85 år	45
Ej högskola (25–85 år)	62
Högskola (25–85 år)	56
Storstad	70
Stad	77
Landsbygd	71
Antal svar	4 980

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).



Nyheter: Daglig räckvidd

Mårten Adolfsen/Scandinav

Under 2021 tog 53% i befolkningen 9 till 85 år del av nyheter från SVT en vanlig dag – det gjorde SVT till Sveriges mest använda nyhetsförmedlare.

Nyheter från SVT och SR var något mer populära bland män – nyheter från TV4 var något 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 personer utan högskoleutbildning än bland högutbildade. För morgontidning var det tvärtom.

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

Konsumtionen av nyheter var mer eller mindre oförändrad 2021 jämfört med 2020. Under en vanlig dag tog över halva befolkningen, 53 procent, mellan 9 och 85 år del av nyheter via Sveriges Television (SVT). SVT var därmed den mest populära aktören för nyheter bland de traditionella medierna. Den andra svenska förmedlaren av nyheter i tv, TV4, hade också nära på oförändrad räckvidd, 38 procent, 2021. Sveriges Radio (SR) var den näst vanligaste nyhetskällan med en daglig räckvidd på 43 procent. Det var en ökning med 2 procentenheter jämfört med året innan. Andelen av befolkningen som tog del av nyheter ökade en procentenhet för såväl morgontidningar som kvällstidningar. Läsningen av gratistidningar var på oförändrad nivå, 13 procent. Räckvidden för gratistidningar påverkas dock av att dessa i allmänhet enbart utkommer med ett nummer i veckan.

Män tog del av nyheter via SVT och SR och läste morgontidning i något högre utsträckning än kvinnor. Kvinnor tog däremot del av nyheter via TV4 i något högre utsträckning än männen.

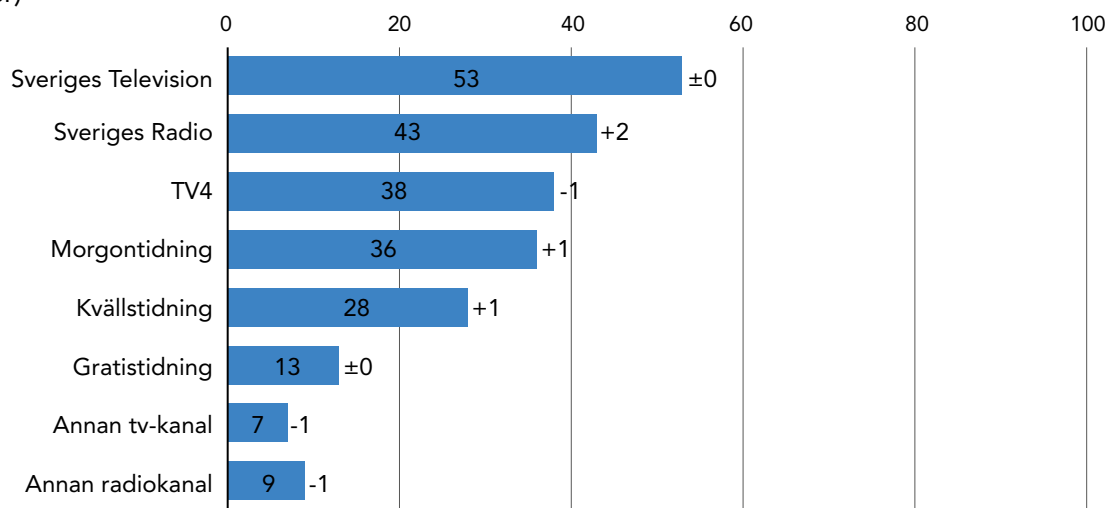
Räckvidden för nyheter via traditionella medier ökade tydligt med stigande ålder. De äldsta, 65 till 85 år, tog del av nyhetsmedier i betydligt högre utsträckning än yngre åldersgrupper. Det gällde särskilt tv (SVT och TV4), radio (SR) och morgontidningar. Bland personer mellan 25 till

44 år och 45 till 64 år återfanns de högsta andelarna som tog del av nyheter via kvällstidningar, 31 procent respektive 34 procent. Tv var den traditionella nyhetskälla som gruppen 15 till 24 år i högst grad vände sig till, omkring en femtedel av dem fick nyheter via SVT eller TV4.

Personer med utbildning från högskola var mer benägna att ta del av nyheter från en morgontidning jämfört med de utan högskoleutbildning. För TV4 gällde det omvända.

När det gäller boendeort var skillnaderna i användning av traditionella nyhetsplattformar över lag små. De största differenserna fanns i användningen av SR:s och TV4:s nyheter. SR:s räckvidd var högst bland dem som bodde på landsbygd. Även TV4:s nyheter hade störst räckvidd i landsbygd. Det var i storstäderna som nyheter från SR och TV4 hade lägst räckvidd.

NYHETER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent samt förändring jämfört med 2020 i procentenheter)



Mediebarometern 2020 och 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter i respektive medium i traditionell form eller digitalt.

NYHETER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent)

	SVT	SR	TV4	Morgontidning	Kvällstidning	Gratistidning
Totalt	53	43	38	36	28	13
Kvinna	51	40	39	37	26	13
Man	56	45	36	34	30	13
9–14 år	15	9	16	8	5	5
15–24 år	20	14	18	12	16	14
25–44 år	37	35	24	24	31	14
45–64 år	66	52	46	45	34	12
65–85 år	86	64	62	59	26	14
Ej högskola (25–85 år)	60	48	50	36	31	13
Högskola (25–85 år)	61	50	34	45	31	13
Storstad	53	40	32	35	29	15
Stad	54	42	39	39	29	12
Landsbygd	53	45	41	34	26	11

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter i respektive medium i traditionell form eller digitalt.

Nyheter: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldersgruppen **9 till 14 år** syntes små skillnader vart de vände sig för nyheter. En större andel av flickorna tog del av nyheter i TV4 medan pojkarna tog del av nyheter via SVT i högre grad än flickor.

Mönstret upprepar sig bland kvinnor och män i åldern **15 till 24 år**. Boendeort spelade viss roll i gruppen, där räckvidden för nyheter i SVT, morgontidning och kvällstidning var högre i storstäder än på landsbygd.

I gruppen **25 till 44 år** vände sig fler män än kvinnor till nyheter från SVT och SR. För TV4 var det tvärtom. Högskoleutbildade vände sig till SVT, SR och morgontidning i högre grad än de utan högskoleutbildning. I storstäder var det fler som tog del av på nyheter från SVT. SR hade

högst andel användare i landsbygd där nyheter i morgontidning hade lägst räckvidd.

I åldern **45 till 64 år** var mönstret för kvinnor och män snarlikt. Dock hade nyheter i kvällstidning fler användare bland männen. TV4:s nyheter nådde högre andel användare bland de utan högskoleutbildning. Andelen TV4-användare var också lägre i storstad.

Bland **65 till 85-åringarna** lyssnade män på SR och läste nyheter i kvällstidning i större utsträckning än kvinnor. Utbildningsnivå och boendeort i gruppen visade inga större skillnader med undantag för TV4 och morgontidning. TV4:s nyheter hade högst räckvidd i landsbygd och gratistidningar i storstäderna.

NYHETER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2021 (procent)

	SVT	SR	TV4	Morgontidning	Kvällstidning	Gratistidning
Totalt	15	9	16	8	5	5
Flicka	11	11	20	8	5	4
Pojke	19	7	11	7	5	6
Storstad	(14)	(10)	(14)	(6)	(7)	(4)
Stad	16	11	23	11	5	6
Landsbygd	(15)	(7)	(13)	(6)	(4)	(4)

Mediebarometern 2021 (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, 2021 (procent)

	SVT	SR	TV4	Morgontidning	Kvällstidning	Gratistidning
Totalt	20	14	18	12	16	14
Kvinna	17	15	21	13	16	15
Man	22	13	15	11	17	12
15–19 år	17	12	19	11	12	12
20–24 år	22	17	17	13	22	16
Storstad	24	14	16	15	20	16
Stad	21	15	19	13	16	12
Landsbygd	14	14	20	7	13	14

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter i respektive medium i traditionell form eller digitalt.

NYHETER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2021 (procent)

	SVT	SR	TV4	Morgon-tidning	Kvälls-tidning	Gratis-tidning
Totalt	37	35	24	24	31	14
Kvinna	34	33	27	26	31	13
Man	41	38	21	23	31	14
25–34 år	30	28	21	16	26	14
35–44 år	45	42	27	32	36	13
Ej högskola	26	30	25	17	29	14
Högskola	44	38	23	28	32	14
Storstad	41	34	22	26	31	14
Stad	35	31	24	25	34	16
Landsbygd	35	39	26	20	28	11

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter i respektive medium i traditionell form eller digitalt.

NYHETER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2021 (procent)

	SVT	SR	TV4	Morgon-tidning	Kvälls-tidning	Gratis-tidning
Totalt	66	52	46	45	34	12
Kvinna	67	50	47	48	31	12
Man	65	54	44	43	37	12
45–54 år	58	46	39	41	35	12
55–64 år	74	58	52	50	32	12
Ej högskola	64	48	53	36	35	13
Högskola	68	55	38	54	32	12
Storstad	67	52	39	47	35	16
Stad	70	53	49	49	35	11
Landsbygd	62	51	48	42	32	10

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter i respektive medium i traditionell form eller digitalt.

NYHETER Daglig räckvidd, 65–85 år, 2021 (procent)

	SVT	SR	TV4	Morgon-tidning	Kvälls-tidning	Gratis-tidning
Totalt	86	64	62	59	26	14
Kvinna	84	60	61	61	23	13
Man	87	69	63	58	30	14
65–74 år	84	64	61	58	31	13
75–85 år	88	65	64	62	18	15
Ej högskola	84	62	69	54	26	14
Högskola	87	68	51	68	27	13
Storstad	86	65	56	57	24	18
Stad	85	63	62	64	28	11
Landsbygd	85	65	66	56	27	13

Mediebarometern 2021 (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

26% av befolkningen tog del av nyheter via Facebook en vanlig dag 2021 – 17% tog del av nyheter via Instagram och 10% via Youtube.

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

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

Låg- och högutbildade tog del av nyheter från samtliga tjänster i nästan lika hög utsträckning.

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

Andelen som tar del av nyheter i de sociala nätverkstjänsterna är lägre än den totala konsumtionen av nyheter i traditionella nyhetsmedier. Under en vanlig dag 2021 låg andelen som tog del av nyheter i sociala nätverkstjänster i åldersgruppen 9 till 85 år på samma nivå eller i några fall lägre än 2020. Facebook var båda åren den mest använda sociala nätverkstjänsten för nyheter. 26 procent av befolkningen uppgav att de tog del av nyheter via Facebook en genomsnittlig dag under 2021, men det var en minskning med 3 procentenheter från 2020. Också andelen som uppgav att de tog del av nyheter via Snapchat minskade mellan 2020 och 2021.

Det var relativt begränsade skillnader mellan kvinnors och mäns nyhetskonsumtion via sociala nätverkstjänster under 2021. Men det kan dock konstateras att fler kvinnor än män tog del av nyheter via Instagram. Och fler män än kvinnor tog del av nyheter via Youtube och Twitter.

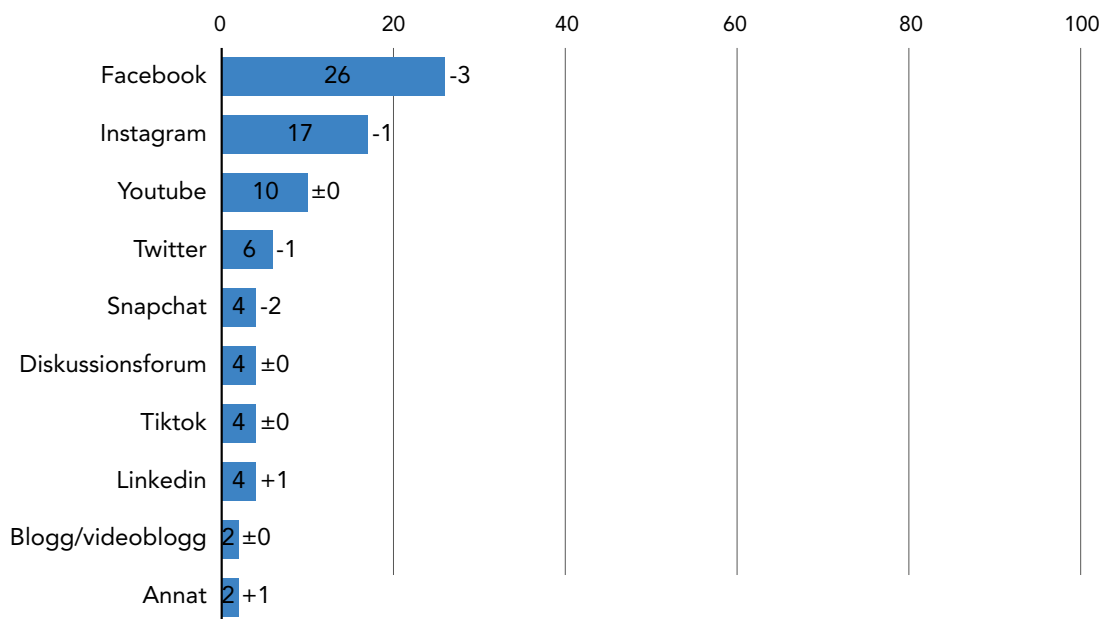
Från 25 år och uppåt var Facebook den mest använda källan till nyheter. I ungdomsgruppen 15 till 24 år tog störst andel del av nyheter från Instagram.

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

I åldersgruppen 15 till 24 år var Instagram den största nyhetskällan med en daglig räckvidd på 44 procent, medan 31 procent tog del av nyheter via Facebook och 25 procent via Youtube. Både bland 9 till 14-åringarna och 15 till 24-åringarna var räckvidden för nyheter via dessa sociala nätverkstjänster högre än räckvidden för nyheter i de traditionella nyhetsmedierna. I de tre äldsta åldersgrupperna (25 till 85 år), tog relativt sett få del av nyheter på Youtube, Snapchat och Twitter – och nästan ingen alls via Tiktok.

I avseende på utbildning och boendeort var skillnaderna i nyhetsanvändningen begränsade under 2021.

NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent samt förändring jämfört med 2020 i procentenheter)



Mediebarometern 2020 och 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter via respektive nätverkstjänst.

NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2021 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Twitter	Snapchat	Tiktok
Totalt	26	17	10	6	4	4
Kvinna	28	20	6	3	5	5
Man	24	13	13	10	4	3
9–14 år	10	33	29	7	19	32
15–24 år	31	44	25	13	13	16
25–44 år	31	16	9	8	3	1
45–64 år	26	11	5	5	1	1
65–85 år	18	6	3	2	1	0
Ej högskola (25–85 år)	27	12	6	4	2	1
Högskola (25–85 år)	25	11	6	7	1	1
Storstad	25	17	11	9	3	4
Stad	27	18	9	7	5	4
Landsbygd	26	15	9	4	4	4

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter via respektive nätverkstjänst.

Nyheter i sociala nätverkstjänster: Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldersgruppen **9 till 14 år** var andelen som konsumerade nyheter via Instagram en vanlig dag 2021 högre bland flickor än bland pojkar. Samtidigt tog pojkar del av nyheter via Youtube i högre grad än flickor.

Samma mönster återfanns i **åldern 15 till 24**. I åldersgruppen fanns också en tydlig skiljelinje mellan 15 till 19-åringar och 20 till 24-åringar avseende vilken social nätverkstjänst man tog del av nyheter genom. Bland de äldsta var Facebook den vanligaste sociala nätverkstjänsten för nyheter, bland de yngre var det Instagram.

I åldrarna **25 till 44 år** och **45 till 64 år** fanns inte lika tydliga skillnader mellan kvinnor och män när det gällde att ta del av nyheter via sociala nätverkstjänster. Det största gapet avsåg nyheter via Instagram och Facebook dit kvinnor i större utsträckning vände sig för nyheter medan männen i högre grad använde Youtube och Twitter. Det fanns inga större skillnader mellan storstadsbor och landsortsbor.

Bland **65 till 85-åringarna** märktes inga skillnader kopplade till kön, ålder, utbildningsnivå eller boendeort. Generellt var användningen av nyheter via sociala nätverkstjänster låg i gruppen.

NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2021 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Twitter	Snapchat	Tiktok
Totalt	10	33	29	7	19	32
Flicka	9	38	24	5	21	34
Pojke	12	28	36	10	16	30
Storstad	(11)	(35)	(29)	(5)	(19)	(33)
Stad	12	33	30	12	20	31
Landsbygd	(8)	(31)	(29)	(5)	(17)	(31)

Mediebarometern 2021 (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, 2021 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Twitter	Snapchat	Tiktok
Totalt	31	44	25	13	13	16
Kvinna	32	52	18	10	15	20
Man	29	34	32	17	12	10
15–19 år	25	54	28	13	19	25
20–24 år	37	32	21	13	7	5
Storstad	28	47	25	13	12	15
Stad	29	40	22	15	13	13
Landsbygd	35	44	27	11	16	20

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter via respektive nätverkstjänst.

NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2021 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Twitter	Snapchat	Tiktok
Totalt	31	16	9	8	3	1
Kvinna	35	20	5	3	3	1
Man	29	13	14	14	3	1
25–34 år	33	20	12	10	4	1
35–44 år	30	12	6	7	2	1
Ej högskola	34	16	12	6	5	1
Högskola	30	16	8	10	2	1
Storstad	28	15	10	11	2	1
Stad	33	19	9	9	4	2
Landsbygd	34	14	9	5	4	1

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter via respektive nätverkstjänst.

NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2021 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Twitter	Snapchat	Tiktok
Totalt	26	11	5	5	1	1
Kvinna	28	13	3	2	2	1
Man	23	8	7	8	1	0
45–54 år	28	13	6	6	2	1
55–64 år	24	9	4	3	1	0
Ej högskola	29	13	5	4	2	1
Högskola	23	9	5	6	1	0
Storstad	26	10	7	9	1	1
Stad	27	12	5	4	2	1
Landsbygd	25	10	4	2	1	0

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter via respektive nätverkstjänst.

NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 65–85 år, 2021 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Twitter	Snapchat	Tiktok
Totalt	18	6	3	2	1	0
Kvinna	20	7	2	1	1	0
Man	16	6	5	3	1	0
65–74 år	19	7	3	2	1	0
75–85 år	16	6	3	1	1	0
Ej högskola	19	7	4	2	1	0
Högskola	16	5	3	2	1	0
Storstad	16	6	4	2	0	0
Stad	20	7	3	4	1	0
Landsbygd	17	6	3	0	1	0

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter via respektive nätverkstjänst.



Caluvafoto/Scandinav

2021 hade nästan alla mellan 9 och 64 år tillgång till en smartphone – i gruppen 65 till 85 år var andelen 88%.

88% 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 85 år hade en radioapparat i hushållet – i åldern 15 till 24 år var andelen 37%.

81% i åldern 9 till 14 år hade tillgång till en mediaspelare – i åldern 65 till 85 år var andelen 45%.

Den svenska befolkningen var tämligen välutrustad med avseende på tillgång till medieteknik under 2021. Tillgången till såväl smartphone som tv-apparat och bärbar dator var i det närmaste total i stora delar av befolkningen 9 till 85 år. Under året hade 96 procent tillgång till en smartphone, 95 procent till en tv-apparat och 88 procent till en bärbar dator. Tillgången till en mediaspelare, som till exempel Apple tv eller Chromecast, var 66 procent. Innehavet av medieteknik i hemmen var tämligen stabilt mellan åren 2020 och 2021.

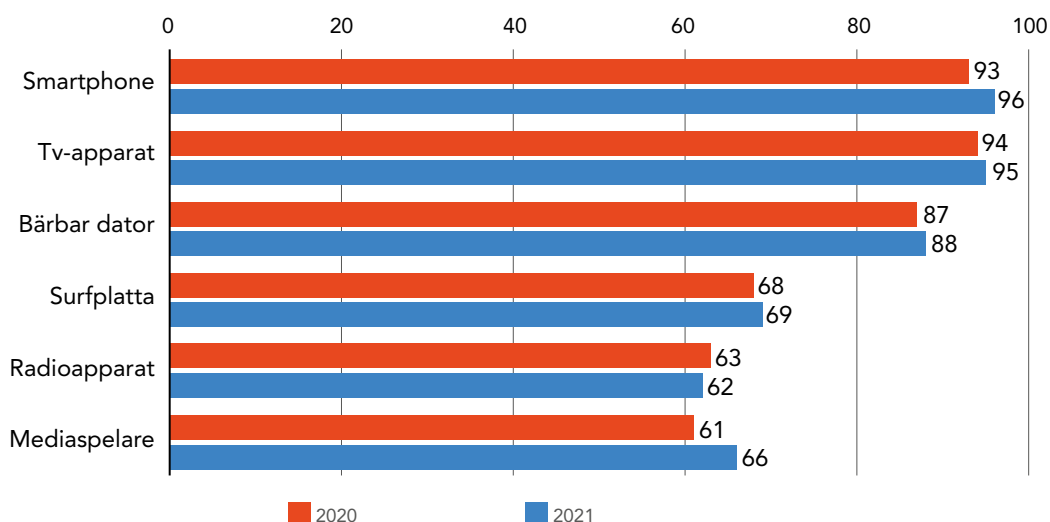
I befolkningen 9 till 85 år var skillnaden mellan könen i det närmaste obefintlig under 2021. Kvinnor och män hade tillgång till de olika typerna av medieteknologi i lika hög utsträckning. Dock var det en lite högre andel män än kvinnor som uppgav sig ha tillgång till en mediaspelare.

I samtliga åldersgrupper hade en stor majoritet tillgång till såväl tv-apparat som smartphone och bärbar dator. Dessutom var tillgången till en smartphone högre än tillgången till en tv-apparat i nästan alla åldersgrupper. Undantaget var den äldsta gruppen, 65 till 85 år. Bland dem hade 88 procent en smartphone och 97 procent en tv-apparat. De flesta barn mellan 9 och 14 år hade tillgång till såväl smartphone som tv-apparat och bärbar dator. Tillgången till mediaspelare var högst bland barnen, 81 procent, och minskade därefter med stigande ålder. Lägst andel fanns bland personer i gruppen 65 till 85 år, 45 procent.

Även i fråga om utbildningsnivå fanns det under 2021 skillnader i tillgången till olika medietekniker. Undantaget var tv-apparater där tillgången var lika hög oberoende av utbildningsnivå. Även tillgången till smartphone visade små skillnader i avseende på utbildningsnivå. Personer utan högskolestudier hade större tillgång till radioapparater jämfört med personer med högskolestudier. Tillgång till bärbar dator, surfplatta och mediaspelare var högst bland högskoleutbildade.

När det gäller boendeort fanns det i första hand skillnader i tillgången till radioapparat. Tillgången var mer utbredd på landsbygden jämfört med i storstäderna. I sammanhanget kan det noteras att även det totala radiolyssnandet var mer utbrett på landsbygd jämfört med i storstad. Även tillgången till bärbar dator var något högre i storstad än på landsbygden.

MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 9–85 år, 2020 och 2021 (procent)



Mediebarometern 2020 och 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 9–85 år, 2021 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Radioapparat	Mediaspelare
Totalt	96	95	88	69	62	66
Kvinna	96	95	89	70	60	64
Man	97	95	88	68	64	68
9–14 år	99	98	91	88	55	81
15–24 år	99	92	94	63	37	75
25–44 år	99	92	92	67	43	72
45–64 år	98	96	90	74	72	68
65–85 år	88	97	76	63	92	45
Ej högskola (25–85 år)	94	95	82	66	71	59
Högskola (25–85 år)	98	94	92	71	62	68
Storstad	98	93	92	70	55	68
Stad	96	95	87	67	60	65
Landsbygd	96	96	86	69	69	65

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Medieteknik: Tillgång i hushållet i olika åldersgrupper

I åldersgruppen **9 till 14** år var tillgången till smartphone och tv i det närmaste total. Tillgången till en surfplatta var något högre bland flickorna än bland pojkarna och det omvända förhållandet gällde för mediaspelare.

Bland ungdomarna **15 till 24** år var tillgången till bärbar dator högre än tillgången till tv bland kvinnor, i den övre halvan av åldersgruppen, samt bland boende i städer eller storstad. Tillgången till mediaspelare var högst bland 15 till 19-åringarna och bland boende på landsbygd.

Den tudelade åldersindelningen inom åldersgruppen **25 till 44** år visade att tillgången till radioapparat, surfplatta och mediaspelare var högre i den äldre halvan än den yngre halvan. Tillgången till dator var högst bland högutbildade och lägst

bland dem utan högskoleutbildning. Tillgången till radioapparat var förhållandevis hög på landsbygden.

I åldern **45 till 64** år var tillgången till bärbar dator och mediaspelare mer utbredd bland personer i den yngre halvan av åldersintervallet än bland de äldre. Tillgången var också högre bland personer med högskoleutbildning. Tillgången till radioapparat var högst på landsbygd.

I gruppen **65 till 85** år var tillgången till bärbar dator och mediaspelare högre bland män och bland högskoleutbildade. Tillgången till dessa tekniker var också högre i den yngre delen av gruppen. Tillgången till tv och radioapparat var jämnast fördelad i hela åldersgruppen.

MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 9–14 år, 2021 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Radioapparat	Mediaspelare
Totalt	99	98	91	88	55	81
Flicka	99	96	92	91	51	78
Pojke	99	100	90	85	59	85
Storstad	(99)	(98)	(89)	(92)	(51)	(75)
Stad	98	99	89	88	57	83
Landsbygd	(100)	(97)	(95)	(85)	(57)	(85)

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värderna i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 15–24 år, 2021 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Radioapparat	Mediaspelare
Totalt	99	92	94	63	37	75
Kvinna	100	92	97	67	35	76
Man	99	91	90	59	38	73
15–19 år	99	95	96	74	45	81
20–24 år	100	87	91	51	27	68
Storstad	100	91	95	64	33	69
Stad	100	88	94	60	31	75
Landsbygd	99	96	93	66	47	81

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 25–44 år, 2021 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Radioapparat	Mediaspelare
Totalt	99	92	92	67	43	72
Kvinna	99	92	94	71	41	72
Man	99	93	90	62	44	71
25–34 år	99	91	91	55	32	70
35–44 år	99	93	92	78	53	74
Ej högskola	99	92	84	66	43	71
Högskola	99	92	96	67	42	72
Storstad	99	90	95	65	38	72
Stad	100	93	89	65	38	70
Landsbygd	99	93	90	70	52	73

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 45–64 år, 2021 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Radioapparat	Mediaspelare
Totalt	98	96	90	74	72	68
Kvinna	98	97	90	73	71	65
Man	98	96	90	76	74	72
45–54 år	99	96	92	77	66	74
55–64 år	97	96	88	71	79	63
Ej högskola	97	97	87	72	74	64
Högskola	99	96	93	77	71	72
Storstad	99	95	95	77	68	72
Stad	98	97	89	71	70	68
Landsbygd	97	96	87	74	77	65

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 65–85 år, 2021 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Radioapparat	Mediaspelare
Totalt	88	97	76	63	92	45
Kvinna	85	97	73	61	91	39
Man	90	96	80	65	93	50
65–74 år	93	97	81	68	90	52
75–85 år	79	96	68	54	94	32
Ej högskola	85	97	74	59	91	41
Högskola	92	96	80	69	93	51
Storstad	91	95	82	67	90	48
Stad	88	96	77	65	92	47
Landsbygd	86	98	73	59	92	41

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Prenumeration dagstidning: Tillgång i hushållet



Marie Linnér/Scandinav

2021 hade 50% av befolkningen 9 till 85 år tillgång till prenumererad dagstidning i hemmet, på papper eller digitalt.

48% hade tillgång till prenumererad morgontidning och 8% till någon kvällstidnings plustjänst.

38% hade tillgång till prenumererad digital morgontidning och 28% till någon papperstidning.

Den högsta andelen med tillgång till en morgontidnings- prenumerering fanns i gruppen 65 till 85 år och den lägsta i gruppen 25 till 44 år.

Digitala prenumereringar var vanligare bland högutbildade än bland lågutbildade – för papperstidningen fanns inga sådana skillnader.

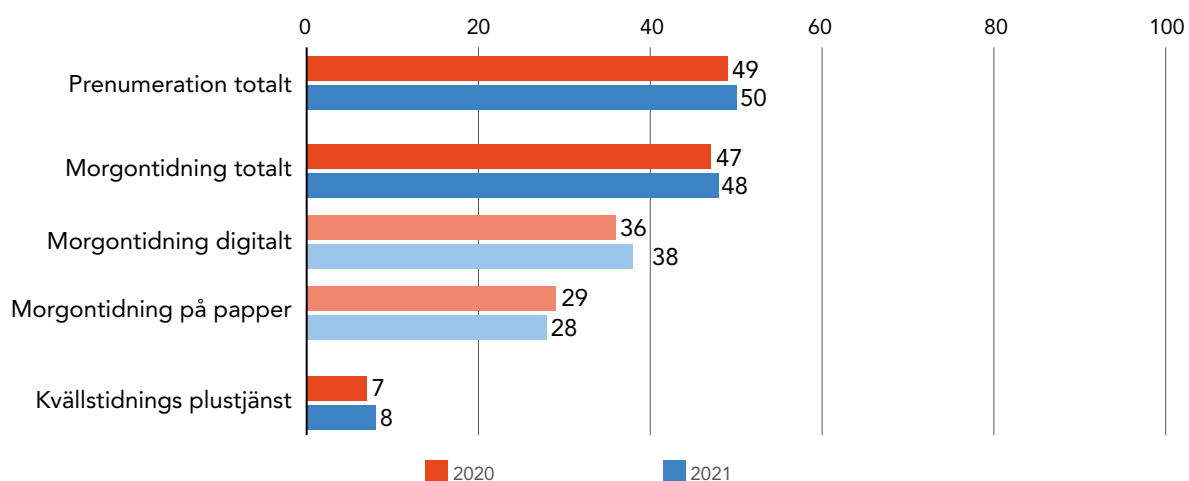
Under 2021 hade hälften, 50 procent, av den svenska befolkningen 9 till 85 år tillgång till en dagstidningsprenumeration i hushållet, på papper eller digitalt. Andelen som hade en prenumererad morgontidning uppgick till 48 procent. Det är värt att notera att den dagliga räckvidden för morgontidning, var högre än tillgången till prenumerering (se s. 57). 38 procent av befolkningen hade tillgång till digital morgontidningsprenumeration medan 28 procent hade tillgång till en prenumerering på papperstidning. 8 procent hade tillgång till prenumerering på en kvällstidnings plustjänst. Jämfört med 2020 utmärktes prenumereringstillgången på dagspress av stabilitet.

Det förelåg endast små skillnader i befolkningen 9 till 85 år med avseende på kön. Något fler kvinnor än män hade tillgång till en prenumererad dagstidning. Skillnaderna mellan yngre och äldre var däremot påfallande. Den klart högsta andelen med tillgång till en prenumererad morgontidning fanns bland personer mellan 65 och 85 år. Andelen uppgick under 2021 till 73 procent. De flesta av dem hade en prenumerering på en papperstidning. Den lägsta andelen fanns i åldersgruppen 25 till 44 år. I alla åldersgrupper utom de äldsta var tillgång till en digital morgontidningsprenumeration vanligare än tillgång till en prenumerering på en papperstidning. Att prenumerering 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. 57) medan tillgången till en prenumerering i hemmet uppvisade stora likheter med tillgången till en prenumererad tidning i föräldragenerationen (45 till 54 år).

Sett till utbildningsnivå var andelen med tillgång till en prenumererad dagstidning totalt sett högre bland personer med högskoleutbildning än bland personer utan högskoleutbildning. Förhållandet mellan ej högskoleutbildade och högskoleutbildade gäller dock enbart tillgång till en digital prenumerering. Andelen som hade tillgång till en prenumererad papperstidning var lika hög i båda grupperna.

Skillnader i prenumerering 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, 9–85 år, 2020 och 2021 (procent)



Mediebarometern 2020 och 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 9–85 år, 2021 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning**
Totalt	50	48	38	28	8
Kvinna	52	50	39	30	8
Man	49	46	37	27	9
9–14 år	46	44	36	26	10
15–24 år	37	34	26	18	9
25–44 år	32	29	26	10	6
45–64 år	58	55	46	33	10
65–85 år	75	73	49	56	9
Ej högskola (25–85 år)	49	46	33	30	9
Högskola (25–85 år)	56	54	45	30	7
Storstad	49	47	40	25	7
Stad	53	51	40	30	9
Landsbygd	49	46	34	31	9

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser prenumeration på morgontidning (digital eller på papper) eller kvällstidnings plustjänst. **Avser kvällstidnings plustjänst.

Prenumeration dagstidning: Tillgång i olika åldersgrupper

I gruppen **9 till 14 år** var tillgången till en dagstidningsprenumeration relativt jämnt fördelad mellan pojkar och flickor.

I åldern **15 och 24 år** hade unga kvinnor i högre grad tillgång till olika typer av dagstidningsprenumeration än unga män. Endast tillgången till kvällstidnings plustjänst visade liten skillnad mellan könen. Tillgång till digital morgontidningsprenumeration var lägst på landsbygden.

Även i åldersgruppen **25 till 44 år** hade fler kvinnor än män tillgång till prenumererad dagstidning. Tillgången var också större i den äldre halvan av gruppen. Personer med högskoleutbildning hade tillgång till en prenumererad digital morgontidning i högre utsträckning än de utan

högskoleutbildning. Att ha digital morgontidning var också vanligare i storstäder.

I gruppen **45 till 64 år** var mönstret i stort sett detsamma som bland 25 till 44-åringarna. Andelen med tillgång till någon prenumerering var dock högre i samtliga undergrupper.

65 till 85 år var den åldersgrupp som hade högst andel dagstidningsprenumeranter. De var också den enda grupp där andelen papperstidningsprenumeranter var högre än andelen digitala prenumerater. Det fanns en tydlig skillnad knuten till utbildning. Högskoleutbildade hade i högre grad tillgång till morgontidningsprenumeration än de utan högskoleutbildning.

PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 9–14 år, 2021 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning**
Totalt	46	44	36	26	10
Flicka	48	46	37	27	9
Pojke	46	43	36	26	10
Storstad	(49)	(47)	(43)	(29)	(12)
Stad	46	43	33	27	10
Landsbygd	(45)	(42)	(33)	(24)	(9)

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser prenumerering på morgontidning (digital eller på papper) eller kvällstidnings plustjänst. **Avser kvällstidnings plustjänst. Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 15–24 år, 2021 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning**
Totalt	37	34	26	18	9
Kvinna	41	38	29	19	10
Man	32	30	22	16	9
15–19 år	43	41	30	25	11
20–24 år	30	27	22	9	7
Storstad	35	33	26	16	8
Stad	40	38	31	17	9
Landsbygd	35	31	22	19	11

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser prenumerering på morgontidning (digital eller på papper) eller kvällstidnings plustjänst. **Avser kvällstidnings plustjänst.

PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 25–44 år, 2021 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning**
Totalt	32	29	26	10	6
Kvinna	33	31	28	11	5
Man	31	28	25	9	7
25–34 år	24	22	20	5	5
35–44 år	40	36	32	14	7
Ej högskola	24	20	18	7	7
Högskola	36	34	31	11	5
Storstad	35	33	31	9	4
Stad	32	28	26	10	8
Landsbygd	29	25	21	11	6

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser prenumeration på morgontidning (digital eller på papper) eller kvällstidnings plustjänst. **Avser kvällstidnings plustjänst.

PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 45–64 år, 2021 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning**
Totalt	58	55	46	33	10
Kvinna	61	59	48	37	10
Man	55	51	44	29	10
45–54 år	53	50	43	27	9
55–64 år	63	60	48	39	10
Ej högskola	51	47	38	28	11
Högskola	65	62	53	38	9
Storstad	59	55	49	30	8
Stad	60	57	47	34	10
Landsbygd	57	53	43	35	11

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser prenumeration på morgontidning (digital eller på papper) eller kvällstidnings plustjänst. **Avser kvällstidnings plustjänst.

PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 65–85 år, 2021 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning**
Totalt	75	73	49	56	9
Kvinna	74	73	46	57	8
Man	75	74	52	55	9
65–74 år	73	72	51	52	9
75–85 år	77	76	44	62	8
Ej högskola	70	68	42	53	8
Högskola	82	81	60	60	9
Storstad	73	72	51	55	8
Stad	82	80	55	58	10
Landsbygd	71	69	43	55	8

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser prenumeration på morgontidning (digital eller på papper) eller kvällstidnings plustjänst. **Avser kvällstidnings plustjänst.

Prenumeration tidskrifter/böcker: Tillgång i hushållet



Susanne Kronholm/Scandinav

Under 2021 hade 37% mellan 9 och 85 år tillgång till en prenumererad tidskrift.

Huvuddelen, 32%, hade tillgång till en tryckt prenumeration – 10% till någon digital.

5% hade tillgång till prenumerationstjänst för tidskrifter.

För prenumerationstjänst på ljud-/e-böcker var tillgången högst bland de allra yngsta.

För samtliga prenumerationstyper var tillgången högre bland högutbildade än bland lågutbildade.

Under 2021 hade 37 procent av befolkningen 9 till 85 år tillgång till en tidskriftsprenumeration i hushållet. De flesta hade tillgång till en tryckt tidskrift. Den andelen uppgick till 32 procent medan andelen med tillgång till en digital prenumeration var 11 procent. Den stora majoriteten av tidskriftsprenumerationerna avsåg enskilda titlar. Endast 5 procent av befolkningen sade sig ha tillgång till en digital prenumerationstjänst för tidskrift, som till exempel Readly eller Ztory.

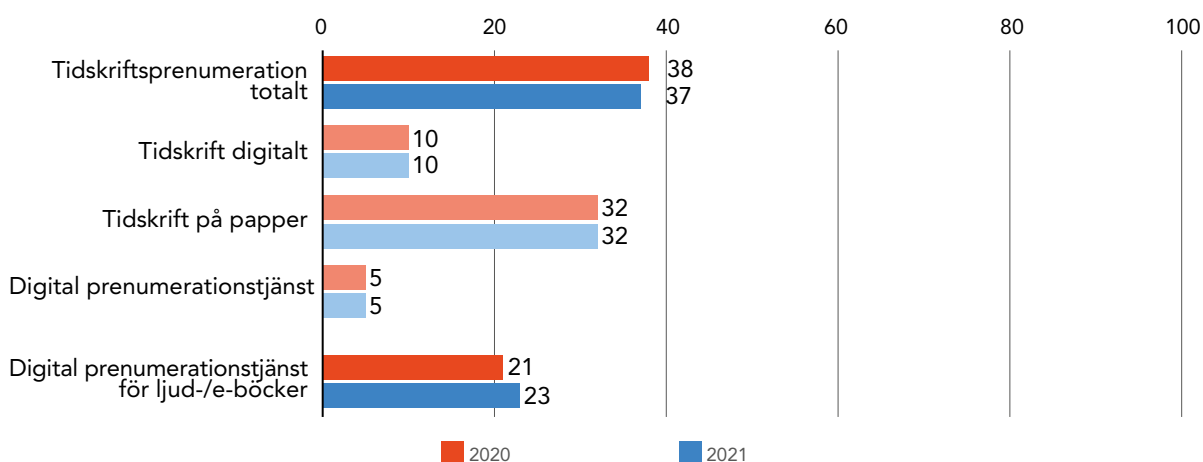
Utvecklingen mellan 2020 och 2021 visar att tillgången till tidskriftsprenumerationer låg på en oförändrad nivå medan prenumerationstjänst för ljud- och e-böcker ökade svagt.

Andelen med tillgång till en tidskriftsprenumeration var något högre bland kvinnor än män. Och tillgången var avsevärt högre bland kvinnor än bland män för en prenumerationstjänst på ljud- eller e-böcker.

Under 2021 var tillgången till en prenumererad tidskrift högst bland personer i åldersgruppen 65 till 85 år. Över hälften av dem hade tillgång till en prenumererad tidskrift. Det var också mer vanligt bland högskoleutbildade att ha tidskriftsprenumeration jämfört med dem som inte var det. Tillgången till digital tidskriftsprenumeration var jämnt utspridd i förhållande till boendeort. Däremot var tillgången till tryckt tidskrift något mer utbredd på landsbygden. Tillgången till någon tjänst för ljud- och e-böcker var vanligast i den yngsta åldersgruppen 9 till 14 år. I åldersintervallet 25 till 64 år hade var fjärde tillgång till en sådan tjänst, medan tillgången var betydligt lägre bland dem över 65 år.

Att ha tillgång till en tjänst för ljud- och e-böcker var betydligt mer vanligt bland högskoleutbildade och bland dem som bor i storstad.

PRENUMERATION TIDSKRIFTER/BÖCKER Tillgång i hushållet, 9–85 år, 2020 och 2021 (procent)



Mediebarometern 2020 och 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

PRENUMERATION TIDSKRIFTER/BÖCKER Tillgång i hushållet, 9–85 år, 2021 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerations-tjänst	Prenumerations-tjänst ljud-/e-böcker
Totalt	37	10	32	5	23
Kvinna	39	9	33	5	27
Man	36	11	30	4	19
9–14 år	35	9	29	6	40
15–24 år	23	8	18	3	24
25–44 år	26	6	21	4	26
45–64 år	44	12	37	6	25
65–85 år	53	12	48	4	11
Ej högskola (25–85 år)	35	8	30	3	17
Högskola (25–85 år)	44	13	37	6	26
Storstad	37	11	31	5	24
Stad	36	10	30	4	22
Landsbygd	39	9	34	5	22

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Prenumeration tidskrifter/böcker: Tillgång i olika åldersgrupper

I åldern **9 till 14 år** var andelen med tillgång till prenumererad tidskrift jämnt fördelad mellan flickor och pojkar. Däremot var tillgången till ljud- och e-bokstjänst mycket högre bland flickor än bland pojkar.

I gruppen **15 till 24 år** var skillnaderna mellan könen små vad gäller andelen tidskriftsprenumeranter. Tillgång till en prenumerations-tjänst för e-böcker var dock högre bland kvinnor än bland män. I den yngre halvan av gruppen var det betydligt vanligare att ha tillgång till både tidskriftsprenumeration och e-bokstjänst.

I åldern **25 till 44 år** hade fler kvinnor än män tillgång till e-bokstjänster medan tillgången till tidskrifter var jämt fördelad. De med högskoleutbildning hade i större utsträckning tidskriftspre-

numeration och e-bokstjänst än dem utan högskoleutbildning.

Bland **45 till 64-åringarna** fanns de största skillnaderna mellan yngre och äldre personer inom gruppen. Det var vanligare att personer med högskoleutbildning hade tillgång till prenumerations-tjänst på såväl tidskrifter som böcker än de utan högskoleutbildning.

I gruppen **65 till 85 år** var andelen kvinnor som hade tidskriftsprenumeration högre än bland män. Men medan en högre andel kvinnor hade tillgång till tryckt tidskrift var det högre andel män som hade digital prenumerations-tjänst. Högskoleutbildade hade i högre utsträckning prenumerations-tjänst på både tidskrifter och böcker jämfört med ej högskoleutbildade.

PRENUMERATION TIDSKRIFTER/BÖCKER Tillgång i hushållet, 9–14 år, 2021 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerations-tjänst	Prenumerationstjänst ljud-/ e-böcker
Totalt	35	9	29	6	40
Flicka	36	10	28	7	42
Pojke	35	9	30	5	37
Storstad	(39)	(12)	(31)	(12)	(48)
Stad	31	10	27	2	36
Landsbygd	(35)	(7)	(29)	(4)	(37)

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värden i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

PRENUMERATION TIDSKRIFTER/BÖCKER Tillgång i hushållet, 15–24 år, 2021 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerations-tjänst	Prenumerationstjänst ljud-/ e-böcker
Totalt	23	8	18	3	24
Kvinna	26	8	19	3	29
Man	21	7	16	3	16
15–19 år	26	10	20	4	28
20–24 år	20	5	15	3	19
Storstad	21	6	15	4	23
Stad	25	8	19	3	23
Landsbygd	25	9	19	3	25

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

PRENUMERATION TIDSKRIFTER/BÖCKER Tillgång i hushållet, 25–44 år, 2021 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerations- tjänst	Prenumerationstjänst ljud-/ e-böcker
Totalt	26	6	21	4	26
Kvinna	27	6	21	5	30
Man	26	7	21	3	22
25–34 år	20	4	15	3	22
35–44 år	33	8	27	5	30
Ej högskola	19	5	15	3	22
Högskola	31	7	25	4	28
Storstad	26	7	20	4	26
Stad	22	6	17	3	24
Landsbygd	30	6	26	4	27

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

PRENUMERATION TIDSKRIFTER/BÖCKER Tillgång i hushållet, 45–64 år, 2021 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerations- tjänst	Prenumerationstjänst ljud-/ e-böcker
Totalt	44	12	37	6	25
Kvinna	45	11	39	7	28
Man	42	13	35	6	22
45–54 år	41	12	33	6	29
55–64 år	47	13	41	6	21
Ej högskola	36	8	31	4	21
Högskola	51	16	43	9	29
Storstad	46	15	40	7	26
Stad	42	12	34	7	24
Landsbygd	43	11	36	6	24

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

PRENUMERATION TIDSKRIFTER/BÖCKER Tillgång i hushållet, 65–85 år, 2021 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerations- tjänst	Prenumerationstjänst ljud-/ e-böcker
Totalt	53	12	48	4	11
Kvinna	56	11	52	4	14
Man	49	14	43	4	9
65–74 år	53	14	47	4	13
75–85 år	52	10	49	4	7
Ej högskola	48	9	44	3	9
Högskola	60	18	54	5	14
Storstad	55	15	51	3	11
Stad	53	14	46	4	12
Landsbygd	51	10	48	4	10

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Abonnemang ljud- och bildmedier: Tillgång i hushållet



Anna Roström/Scandinav

Under 2021 var tillgången till abonnemang på strömningstjänst för tv 71% i befolkningen 9 till 85 år och för musik/podcast 67%.

För både strömningstjänster för tv och musik/podcast var tillgången högst bland de yngsta och lägst bland de äldsta.

58% hade tillgång till något kanalpaket för tv – lägst var andelen i åldern 25 till 44 år.

Tillgången till strömningstjänster var högre bland högutbildade än bland lågutbildade – för tv-kanalpaket gällde det omvända.

Tillgången till strömningstjänster var högst i storstäderna och lägst på landsbygden – för tv-kanalpaket fanns inga sådana skillnader.

Under 2021 hade 71 procent av befolkningen mellan 9 och 85 år tillgång till ett abonnemang på en strömningstjänst för tv i hemmet. 67 procent 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. 47 och s. 33). Mer än hälften av befolkningen bodde i ett hushåll som abonnerade på ett kanalpaket för tv.

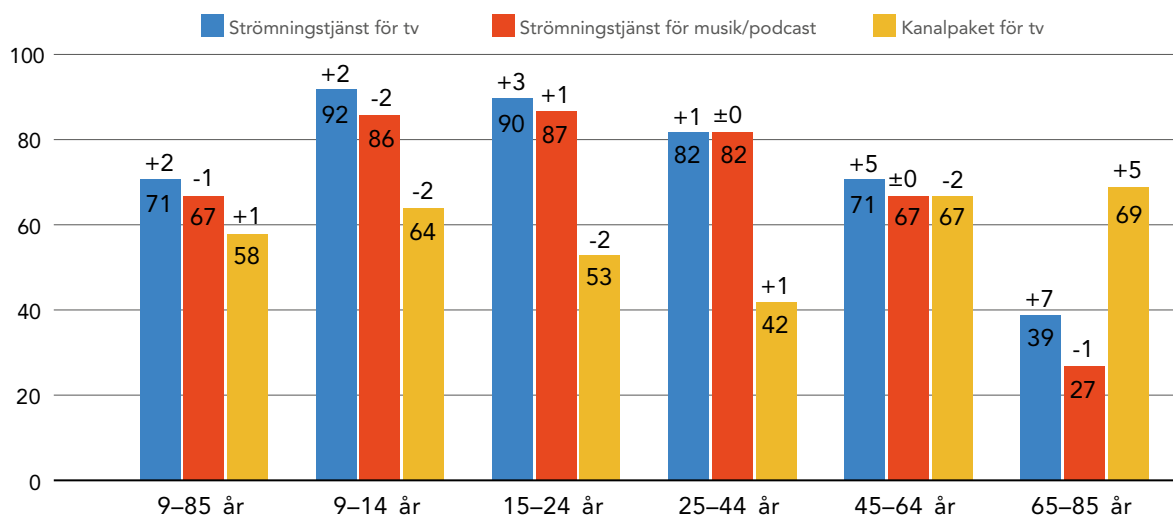
Jämfört med 2020 låg tillgången på strömningstjänster för tv och musik/podcast såväl som för abonnemang på kanalpaket för tv på en stabil nivå. Uppdelat på åldersgrupper märks dock en ökning av strömningstjänster för tv bland de äldsta.

I befolkningen 9 till 85 år uppgav lika många kvinnor som män att de hade tillgång till olika abonnemang på ljud- och bildmedier. Tillgången till strömningstjänster för tv respektive musik/podcast var högst bland barn och ungdomar (9 till 24 år) och lägst bland de äldsta. Tillgången till kanalpaket för tv uppvisade ett annat mönster. 2021 var tillgången högst i de äldsta grupperna (45 till 85 år) samt i den yngsta gruppen, 9 till 14 år. Tillgången till kanalpaket för tv var lägst bland 25 till 44-åringarna.

När det gäller utbildningsnivå var tillgången till strömningstjänster mer utbredd bland personer med högskoleutbildning, medan tillgången på kanalpaket för tv var något mer utbredd bland personer utan högre utbildning.

Tillgången på strömningstjänster och kanalpaket för tv varierade också mellan olika delar av landet. Abonnemang på strömningstjänster för tv och musik/podcast var mer utbrett i storstäderna än på landsbygden. Tillgången till tv-kanalpaket var däremot jämnt fördelad oavsett boendeort.

ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 9–85 år, 2021 (procent samt förändring jämfört med 2020 i procentenheter)



Mediebarometern 2020 och 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 9–85 år, 2021 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	71	67	58
Kvinna	71	67	60
Man	71	67	56
9–14 år	92	86	64
15–24 år	90	87	53
25–44 år	82	82	42
45–64 år	71	67	67
65–85 år	39	27	69
Ej högskola (25–85 år)	60	54	61
Högskola (25–85 år)	74	70	56
Storstad	76	74	57
Stad	70	65	58
Landsbygd	67	62	58

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Abonnemang ljud- och bildmedier: Tillgång i olika åldersgrupper

I åldern **9 till 14** år var tillgången till strömningstjänster för tv och musik/podcast samt kanalpaket för tv lika hög bland flickor och pojkar.

I gruppen **15 till 24** år var det något fler kvinnor än män som hade tillgång till strömningstjänst och kanalpaket för tv. Tillgången till strömningstjänster för tv och ljud var lika utbredd i storstad och städer som på landsbygd, medan tillgången till tv-kanalpaket var något lägre i städer än i storstad och landsbygd.

Även i gruppen **25 till 44** år var andelen med strömningstjänster för tv och musik/podcast och tv-kanalpaket något högre bland kvinnor än män. Tillgången till strömningstjänst för musik/podcast var högre bland personer med högskoleutbildning än bland dem utan. Den var också förhållandevis hög storstad.

I åldern **45 till 64** år fanns tydliga skillnader mellan yngre och äldre inom gruppen. Andelen som abonnerade på strömningstjänst för tv eller musik/podcast var klart högre i den yngre halvan. Både tillgången till strömningstjänster för tv och musik/podcast var högre bland högskoleutbildade än bland personer som ej studerat vid högskola.

I åldersgruppen **65 till 85** år var det männen som stod för en högre tillgång till samtliga typer av abonnemang. Innehav av abonnemang var mer utbrett bland högskoleutbildade än bland personer utan högskoleutbildning. Abonnemang på strömningstjänster för musik/podcast var vanligare i storstad och städer än på landsbygd.

ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 9–14 år, 2021 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	92	86	64
Flicka	92	85	64
Pojke	93	86	64
Storstad	(92)	(88)	(60)
Stad	94	88	64
Landsbygd	(92)	(82)	(66)

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). Värderna i parentes bygger på färre än 100 svar och bör tolkas med försiktighet.

ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 15–24 år, 2021 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	90	87	53
Kvinna	92	88	58
Man	86	86	46
15–19 år	89	85	64
20–24 år	90	89	40
Storstad	92	87	54
Stad	88	87	48
Landsbygd	89	87	56

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 25–44 år, 2021 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	82	82	42
Kvinna	84	83	45
Man	80	80	39
25–34 år	83	84	34
35–44 år	81	80	49
Ej högskola	80	77	41
Högskola	83	84	42
Storstad	84	87	43
Stad	81	80	38
Landsbygd	80	78	43

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 45–64 år, 2021 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	71	67	67
Kvinna	69	67	69
Man	72	68	64
45–54 år	79	78	65
55–64 år	62	57	69
Ej högskola	64	62	68
Högskola	77	73	66
Storstad	77	73	67
Stad	72	66	71
Landsbygd	65	64	64

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 65–85 år, 2021 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	39	27	69
Kvinna	36	23	68
Man	43	31	71
65–74 år	46	32	70
75–85 år	28	18	67
Ej högskola	36	24	68
Högskola	45	32	71
Storstad	38	30	71
Stad	41	29	71
Landsbygd	40	23	66

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Profil i sociala nätverkstjänster: Tillgång i befolkningen



Kari Kohvakka/Scandinavia

Under 2021 hade 88% av befolkningen 9 till 85 år egen profil på någon social nätverkstjänst.

Högst andel, 77%, hade Facebook, därefter kom Instagram med 68%.

Kvinnor hade egen profil i större utsträckning än män – undantagen var Twitter och LinkedIn.

92% i åldern 15 till 24 år hade egen profil på Snapchat.

73% i åldern 9 till 14 år hade egen profil på TikTok.

Andelen med profil i sociala nätverkstjänster var högre bland högutbildade än bland lågutbildade – det gällde framför allt LinkedIn och Twitter.

Under 2021 hade 88 procent av befolkningen 9 till 85 år egen profil på någon social nätverkstjänst. Över lag låg tillgången till en egen profil på en social nätverkstjänst något över användningen av nätverkstjänsterna en vanlig dag (se s. 89). De flesta, 77 procent, hade tillgång till en egen Facebookprofil medan 68 procent hade tillgång till en egen profil på Instagram. Tillgången till nätverkstjänster låg på en stabil nivå jämfört med 2020.

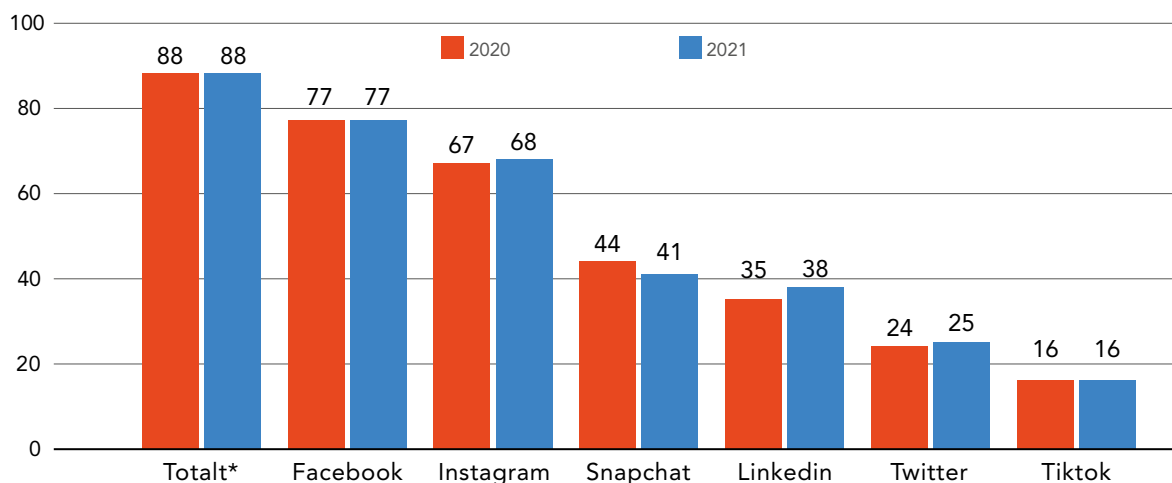
I befolkningen 9 till 85 år hade kvinnor egen profil på sociala nätverkstjänster i högre utsträckning än män. Skillnaderna mellan kvinnor och män var störst för Instagram. Det omvända förhållandet rådde på Twitter.

Det märktes ett betydande åldersgap i tillgången till sociala nätverkstjänster. Bland dem mellan 15 och 44 år hade nästan alla en egen profil på någon nätverkstjänst. Andelen sjönk sedan med stigande ålder. 65 procent av 65 till 85-åringarna hade profil på någon social nätverkstjänst. De flesta hade en Facebookprofil. Åldersgruppen 15 till 24 år hade i väsentligt högre utsträckning en egen profil på Snapchat, Instagram och Twitter jämfört med andra åldersgrupper. TikTok var den enda tjänsten där en annan åldersgrupp har fler med egen profil, 73 procent av 9 till 14-åringarna. 84 procent av 9 till 14-åringarna hade samtidigt en egen profil på Snapchat. Störst andel med tillgång till LinkedIn fanns i åldersgruppen 25 till 44 år.

En viss skillnad fanns också i relation till utbildningsnivå. Bland personer med högskoleutbildning var andelen med en egen profil högre på samtliga sociala nätverkstjänster än bland personer utan högskoleutbildning.

Även med avseende på boendeort fanns skillnader. Storstadsbor hade egen profil på LinkedIn och Twitter i större utsträckning än boende i stad och landsbygd. I övrigt var andelen med egen profil på dessa tjänster relativt jämnt fördelad mellan storstadsbor och landsbygdsbor.

PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 9–85 år, 2020 och 2021 (procent)



Mediebarometern 2020 och 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser profil i någon social nätverkstjänst, inte bara dem som anges i figuren.

PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 9–85 år, 2021 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	LinkedIn	Twitter	Tiktok
Totalt	88	77	68	41	38	25	16
Kvinna	90	80	76	45	34	20	20
Man	86	74	59	37	42	30	13
9–14 år	94	43	72	84	2	25	73
15–24 år	100	91	92	94	29	52	55
25–44 år	96	89	79	51	53	32	14
45–64 år	89	77	66	26	48	20	5
65–85 år	65	57	38	9	13	7	2
Ej högskola (25–85 år)	81	72	58	29	28	15	7
Högskola (25–85 år)	90	80	68	32	53	26	8
Storstad	90	78	70	42	51	31	17
Stad	87	77	69	44	34	27	18
Landsort	86	75	65	39	29	19	15

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser profil i någon social nätverkstjänst, inte bara dem som anges i tabellen.

Profil i sociala nätverkstjänster: Tillgång i olika åldersgrupper

I åldern **9 till 14 år** hade flickor egen profil på Tiktok i större utsträckning än pojkar. Pojkar hade egen profil på Twitter i högre grad än flickor.

Bland **15 till 24-åringarna** hade kvinnor egen profil på Instagram och Tiktok i högre grad än männen. För Twitter gällde det omvända. Egen profil på LinkedIn var vanligare i storstäderna medan Tiktok var vanligast på landsbygden.

I gruppen **25 till 44 år** hade kvinnor egen profil på flertalet sociala nätverkstjänster i högre grad än män. Undantagen var Twitter och LinkedIn. Egen profil på LinkedIn hade framför allt högutbildade och storstadsbor. Inom åldersgruppen var utbildning en skiljelinje för egen profil på Snapchat. Snapchat var mer utbrett bland dem utan högskoleutbildning.

I åldrarna **45 till 64 år** hade kvinnor egen profil på Facebook, Instagram och Snapchat i högre grad än män. Däremot hade män profil på LinkedIn och Twitter i större utsträckning än kvinnor. Högskoleutbildning ökade sannolikheten att ha egen profil på de flesta tjänsterna – undantaget var Snapchat.

Åldersgruppen **65 till 85 år** var minst troliga att ha egen profil på någon nätverkstjänst. Andelen med egen profil var högre i den yngre halvan. Andelen med egen profil var högre bland kvinnor än män. Bland dem som studerat vid högskola var det fler som hade någon egen profil än bland dem utan högskoleutbildning.

PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 9–14 år, 2021 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	LinkedIn	Twitter	Tiktok
Totalt	94	43	72	84	2	25	73
Flicka	92	44	74	85	3	16	77
Pojke	96	41	70	83	1	36	67
Storstad	(94)	(40)	(64)	(81)	(4)	(23)	(71)
Stad	92	41	80	86	2	29	73
Landsbygd	(96)	(46)	(73)	(86)	(0)	(24)	(73)

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser profil i någon social nätverkstjänst, inte bara dem 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, 2021 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	LinkedIn	Twitter	Tiktok
Totalt	100	91	92	94	29	52	55
Kvinna	100	91	96	96	25	45	66
Man	100	91	88	93	34	59	41
15–19 år	100	85	95	95	15	52	69
20–24 år	100	97	90	93	44	51	39
Storstad	100	90	91	94	40	51	51
Stad	100	89	93	95	27	53	55
Landsbygd	100	94	93	94	19	50	58

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser profil i någon social nätverkstjänst, inte bara dem som anges i tabellen.

PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 25–44 år, 2021 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Linkedin	Twitter	Tiktok
Totalt	96	89	79	51	53	32	14
Kvinna	98	93	89	54	50	25	18
Man	94	85	69	48	55	38	11
25–34 år	97	92	82	65	50	35	16
35–44 år	95	86	76	37	55	28	13
Ej högskola	94	87	75	56	37	26	16
Högskola	97	90	81	48	62	35	13
Storstad	97	89	80	48	67	37	14
Stad	97	91	81	57	47	35	16
Landsbygd	95	88	75	49	41	23	13

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser profil i någon social nätverkstjänst, inte bara dem som anges i tabellen.

PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 45–64 år, 2021 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Linkedin	Twitter	Tiktok
Totalt	89	77	66	26	48	20	5
Kvinna	92	80	75	32	43	14	5
Man	86	74	55	20	54	26	4
45–54 år	92	82	71	33	55	26	8
55–64 år	85	73	60	20	42	14	1
Ej högskola	86	74	64	27	36	13	4
Högskola	91	80	68	25	59	26	5
Storstad	91	77	65	25	61	27	5
Stad	88	79	67	27	47	20	4
Landsbygd	88	76	65	27	39	14	4

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser profil i någon social nätverkstjänst, inte bara dem som anges i tabellen.

PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 65–85 år, 2021 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Linkedin	Twitter	Tiktok
Totalt	65	57	38	9	13	7	2
Kvinna	68	60	43	10	8	5	1
Man	63	54	34	7	17	10	2
65–74 år	70	61	43	10	16	8	2
75–85 år	57	48	30	7	7	6	2
Ej högskola	63	56	37	8	8	7	2
Högskola	70	59	41	10	20	8	1
Storstad	66	54	40	8	16	8	2
Stad	67	59	41	10	14	8	2
Landsbygd	64	56	35	8	10	6	1

Mediebarometern 2021 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser profil i någon social nätverkstjänst, inte bara dem som anges i tabellen.

Medie- barometern 2021

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 2021 års undersökning bygger på svar från omkring 6 000 slumpmässigt utvalda personer i åldern 9 till 85 år.

År 2021 präglades på samma sätt som året före av coronapandemin. Covid-19-viruset kom att få stor inverkan både på våra dagliga vanor och på vårt behov av information, nyheter och underhållning. Fjolårets rapport redovisade en kraftigt ökad medieanvändning bland den svenska befolkningen under pandemins första år. Mediebarometern 2021 visar att de förhöjda nivåerna bestod också under 2021.

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. Datainsamlingen till Mediebarometern 2021 har genomförts av undersökningsföretaget Origo Group.

Rapporten Mediebarometern 2021 går att ladda ner gratis från Nordicoms webbplats: www.nordicom.gu.se

NORDICOM



**GÖTEBORGS
UNIVERSITET**

Nordicom
Göteborgs universitet
Box 713
405 30 Göteborg

ISBN 978-91-88855-61-9



9 789188 855619 >