

Medie- barometern 2024

NORDICOM

Mediebarometern 2024 är en undersökning av den svenska befolkningens medievanor. Mediebarometern genomförs av Nordicom vid Göteborgs universitet i samverkan med Bonnier News, Göteborgs-Posten, Mediemyndigheten, Sveriges Radio, Sveriges Television och Sveriges Utbildningsradio.

Medie- barometern 2024

The logo consists of a solid blue square with the word "NORDICOM" in white, uppercase, sans-serif font centered within it.

NORDICOM

Du får kopiera och sprida den statistik som finns i Mediebarometern 2024. När du gör det ska källa och sidnummer alltid anges, t.ex. "Mediebarometern 2024, s. X (Nordicom, Göteborgs universitet)" eller på engelska "The Media Barometer 2024, p. X (Nordicom, University of Gothenburg)".

Om du gör egna bearbetningar av statistik ur Mediebarometern 2024 måste du ange det tillsammans med källangivelsen.

Mediebarometern 2024

PROJEKTANSVARIG OCH REDAKTÖR:

Jonas Ohlsson
jonas.ohlsson@nordicom.gu.se

DATABEARBETNING OCH TEXT:

Ulrika Facht
ulrika.facht@nordicom.gu.se

Elisabeth Falk
elisabeth.falk@nordicom.gu.se

Karin Hellingwerf
karin.hellingwerf@nordicom.gu.se

©Nordicom 2025

ISBN (TRYCKT): 978-91-89864-11-5

ISBN (PDF): 978-91-89864-12-2

DOI: <https://doi.org/10.48335/9789189864146>

WEBB: <https://www.nordicom.gu.se/sv/publikationer/mediebarometern-2024>

Nordicom
Göteborgs universitet
Box 713
SE 405 30 Göteborg

OMSLAGSFOTO: Scandinav bildbyrå

Innehåll

INLEDNING	
Förord	4
Om Mediebarometern 2024	5
Resultaten i sammanfattning	6
Definitioner, bakgrundsvariabler och svarsunderlag	8
MEDIEDAGEN	
Mediedagen: Räckvidd för olika medier	10
Mediedagen: Räckvidd för olika grupper	12
Mediedagen: Medietidens fördelning i olika åldersgrupper	14
Mediedagen, -veckan och -månaden: Räckvidd för olika medier	20
LJUDMEDIER	
Radio: Daglig räckvidd	22
Radio: Lyssnartid i befolkningen	26
Radiokanaler: Daglig räckvidd	28
Inspelad musik: Daglig räckvidd	32
Inspelad musik: Lyssnartid i befolkningen	34
RÖRLIG BILD	
Rörlig bild: Daglig räckvidd	36
Rörlig bild: Tittartid i befolkningen	40
Tv-kanaler: Daglig räckvidd	42
Strömningstjänster: Daglig räckvidd	46
TEXTMEDIER	
Dagstidning: Daglig räckvidd	50
Morgontidning: Daglig räckvidd	54
Morgontidning: Läsartid i befolkningen	58
Kvällstidning: Daglig räckvidd	60
Kvällstidning: Läsartid i befolkningen	64
Tidskrift: Daglig räckvidd	66
Tidskrift: Läsartid i befolkningen	70
Tidskriftsgenrer: Daglig räckvidd	72
Bok: Daglig räckvidd	76
Bok: Läsar- och lyssnartid i befolkningen	80
Bokgenrer: Daglig räckvidd	82
SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER	
Sociala nätverkstjänster: Daglig räckvidd	86
Sociala nätverkstjänster: Användartid i befolkningen	90
NYHETER	
Nyheter: Daglig räckvidd	92
Nyheter i sociala nätverkstjänster: Daglig räckvidd	96
TILLGÅNG TILL MEDIER	
Medieteknik: Tillgång i hushållet	100
Prenumeration dagstidning: Tillgång i hushållet	104
Prenumeration tidskrifter och böcker: Tillgång i hushållet	108
Abonnemang ljud- och bildmedier: Tillgång i hushållet	112
Profil i sociala nätverkstjänster: Tillgång i befolkningen	116
AVSLUTNING	
Teknisk rapport	120

Förord

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 2024 – till den 46:e i ordningen.

Mediebarometern 2024 syftar till att spegla medieanvändningen under hela fjolåret. 2024 var ett år som präglades av ekonomisk lågkonjunktur och en fortsatt säkerhetspolitisk oro i vår omvärld. Höga priser och höga räntor – i alla fall i inledningen av året – hade en dämpande effekt på konsumtionen. Det gällde också på medieområdet, vilket återspeglas i de resultat som presenteras i rapporten. Tillgången till olika medietekniker och betaltjänster för medier låg huvudsakligen still under 2024. Också när det gäller räckvidden för olika medier och medieinnehåll noteras i de flesta fall endast små eller inga förändringar jämfört med året före.

Mediebarometern är en oberoende och fritt tillgänglig undersökning. Alla resultat redovisas offentligt och utan kostnad och svarsunderlaget görs också tillgängligt för forskning. Grundanslaget till Mediebarometern kommer från Kulturdepartementet och är en del i Nordicoms mångåriga uppdrag att kartlägga den svenska medieutvecklingen. Men genomförandet av Mediebarometern möjliggörs också av stöd från en rad externa intressenter och bidragsgivare. Intressenter i 2024 års undersökning är Bonnier News, Göteborgs-Posten, Mediemyndigheten, Sveriges Radio, Sveriges Television och Sveriges Utbildningsradio. Bidragsgivare är Dentsu, 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 2024. 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 2025

Jonas Ohlsson
Föreståndare vid Nordicom



Om Mediebarometern 2024

SCANDINAV BILDBYRÅ

Vad mäts i undersökningen?

Mediebarometern 2024 är en enkätundersökning 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 2024 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 2024 bygger på ett stratifierat slumpmässigt urval av den svenska befolkningen i åldern 9 till 85 år. Urvalet är draget från Navet (Skatteverkets system för distribution av folkbokföringsuppgifter till samhället) och inkluderar både svenska medborgare och personer med utländskt medborgarskap boende i Sverige. Antalet svarande i Mediebarometern 2024 uppgår till 6 021 personer.

Hur har undersökningen gått till?

Mediebarometern 2024 har genomförts som en kombinerad webb- och telefonundersökning, men där svaren primärt samlats in via webben. De personer som slumpmässigt valts ut att delta har inledningsvis kontaktats via brev med inloggningsuppgifter till en webbenkät samt en QR-kod som kan scannas för att komma direkt till webbenkäten. Det fanns även möjlighet att ringa

in till fältföretaget för att besvara enkäten över telefon. Till personer med tillgängliga mobilnummer, och som inte redan hade svarat eller avböjt sin medverkan, skickades upp till två påminnelser via sms med en länk till webbenkäten.

När genomfördes undersökningen?

Mediebarometern 2024 har som ambition att spegla medieanvändningen under hela året och under samtliga sju veckodagar. Undersökningen genomfördes under perioderna slutet av januari till juni och slutet av augusti till december 2024.

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. 9).

Hur representativa är resultaten?

Mediebarometern 2024 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 eftergymnasial utbildning överrepresenterade medan andelen utan eftergymnasial utbildning är underrepresenterade. Eftersom undersökningen enbart genomförs på svenska finns det även en överrepresentation av svensktalande personer bland de svarande.

Resultaten i sammanfattning



SCANDINAV BILDBYRÅ

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

Av alla olika medieslag var rörlig bild det som allra flest tog del av under 2024. En genomsnittlig dag tittade inte mindre än 96 procent av befolkningen på rörlig bild i någon form. Det inkluderar tablålagd och strömmad tv, webb-tv och videoklipp samt dvd eller annat rörligt innehåll via internet/webb-tv. Något färre, 84 procent, använde sociala nätverkstjänster. De sociala nätverkstjänsterna hade därmed en högre daglig räckvidd än både radion och dagstidningen vilka, när också användning online inkluderas, hade en räckvidd på 78 respektive 66 procent.

Bilradio fortfarande det vanligaste sättet att lyssna på radio

Under 2024 lyssnade 54 procent av befolkningen på radio i bilen en genomsnittlig dag. Bilradio var därmed det vanligaste sättet att lyssna på radio. En tredjedel, 33 procent, lyssnade på radio i traditionell radioapparat. Sett till befolkningen som helhet var lyssnandet via internet mindre utbrett. 29 procent lyssnade på podcast eller radio i efterhand och 23 procent på direktsänd webbradio. Av hela befolkningen var det 42 procent som lyssnade på direktsänd radio mer än 30 minuter en vanlig dag, medan 27 procent lyssnade upp till 30 minuter. Motsvarande andelar för podcast/radio i efterhand var 22 respektive 7 procent.

Nästan lika många såg på Youtube som på tablålagd tv

En vanlig dag 2024 tittade i genomsnitt 96 procent av befolkningen 9 till 85 år på rörlig bild i någon form. 90 procent tittade på tv. Tv inkluderar tablålagd tv liksom strömmad tv, samt annat

rörligt innehåll online. Den dagliga räckvidden för strömmad tv var 67 procent medan räckvidden för tablålagd tv var 51 procent. Något färre – 47 procent – tittade på Youtube en vanlig dag och 27 procent tittade på annat rörligt innehåll online. Sett till hela befolkningen tittade 47 procent på strömmad tv mer än en timme en genomsnittlig dag, medan 27 procent tittade upp till en timme. Motsvarande andelar för tablålagd tv var 39 respektive 12 procent. Vad gäller tiden som ägnades åt att titta på Youtube bland befolkningen var det 16 procent som tittade mer än en timme och 30 procent som tittade upp till en timme en vanlig dag.

Två tredjedelar läste dagstidning en vanlig dag – det digitala läsandet dominerade

66 procent av befolkningen läste dagstidning en genomsnittlig dag 2024. 58 procent läste tidningen digitalt och 20 procent läste på papper. Flest – 53 procent – läste morgontidning. Fler läste morgontidningen digitalt, 42 procent, än på papper, 18 procent. För kvällstidning uppgick den dagliga räckvidden till 43 procent. Här var de digitala läsarna i klar majoritet. Andelen av befolkningen som la mer än 15 minuter på att läsa en digital morgontidning en genomsnittlig dag låg på 28 procent, medan 14 procent läste upp till 15 minuter. Vad gäller läsning av tryckt morgontidning var det 13 procent som la mer än 15 på läsning en vanlig dag och 5 procent som läste i upp till 15 minuter. Den digitala kvällstidningen lästes i mer än 15 minuter av nästan en fjärdedel av Sveriges befolkning en vanlig dag. Tiden som lades på att läsa tryckt kvällstidning var däremot mycket låg. Enbart 2 procent läste i mer än 15 minuter och lika stor andel av befolkningen läste i upp till 15 minuter.

35% av befolkningen läste tidskrift – huvud- delen läste på papper

En genomsnittlig dag 2024 läste 35 procent av befolkningen någon tidskrift. 22 procent läste tidskrift på papper och 18 procent läste digitalt. Ökas tidsintervallet till läsning den senaste veckan steg räckvidden för tidskrift till 50 procent. Störst andel läsare, 18 procent per dag, hade veckotidning och månadsmagasin. Sett till hela befolkningen var det 15 procent som la mer än 15 minuter på att läsa en tryckt tidskrift en vanlig dag, medan 7 procent la upp till 15 minuter. Andelen som läste en digital tidskrift mer än 15 minuter av sin dag var 2024 drygt 10 procent och 6 procent läste upp till 15 minuter.

Över hälften tog del av en bok

Under en genomsnittlig dag 2024 uppgick andelen bokläsare i befolkningen till 51 procent. Skönlitteratur var den vanligast lästa genren, följt av lärobok och fackbok. 38 procent av befolkningen läste tryckt bok. 15 procent lyssnade på ljudbok och 7 procent läste e-bok. Tiden befolkningen la en vanlig dag på de olika formaten av bokläsning varierade. 17 procent la mer än 30 minuter på att läsa en tryckt bok, medan drygt 10 procent la upp till 30 minuter på det. 12 procent av svenskarna ägnade sig åt att lyssna på ljudbok i mer än 30 minuter en genomsnittlig dag, men bara 3 procent la upp till 30 minuter på det. Än mindre var andelen som la mer än 30 minuter av sin dag på att läsa e-bok, nämligen 5 procent, och 2 procent läste e-bok i upp till 30 minuter.

Facebook var den mest använda sociala nätverkstjänsten – förutom bland ungdomar och barn

Det fanns en betydande åldersskillnad i användningen av de olika sociala nätverkstjänsterna. Högst andel användare fanns i åldersgruppen 15 till 24 år, 96 procent. Lägst andel fanns i gruppen 65 till 85 år, 69 procent. Facebook var den vanligaste plattformen i åldersgrupperna över 25 år, medan Snapchat, Instagram och TikTok var de mest använda tjänsterna i åldersgruppen 15 till 24 år. Åldersskillnaderna var särskilt tydliga för Snapchat och TikTok. Sett till hela befolkningen var det 16 procent som la mer än två timmar på sociala nätverkstjänster en vanlig dag under 2024 och en lika stor andel la mellan 1 och 2 timmar. Andelen av befolkningen som ägnade 30 minuter till en timme på sociala nätverkstjänster en genomsnittlig dag var 21 procent, medan 30 procent la upp till en halvtimme på det.

SVT var den mest använda nyhetstjänsten

51 procent tog del av nyheter från Sveriges Television en genomsnittlig dag 2024. SVT var därmed den mest använda nyhetsförmedlaren i befolkningen som helhet. 41 procent tog del av nyheter från Sveriges Radio och 33 procent från någon morgontidning. För nyhetsutbudet från såväl SVT och SR som morgonpressen var räckvidden väsentligt högre i den äldre delen av befolkningen än vad den var i den yngre.

En av fem tog del av nyheter via Facebook

22 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 barn och ungdomar var TikTok den mest använda källan för nyheter bland de sociala nätverkstjänsterna.

Tillgången till smartphone i det närmaste total

Under 2024 hade 98 procent av befolkningen tillgång till smartphone. Med det var smartphone den mest spridda medietekniken i Sverige, före både tv och bärbar dator. Barn, 9 till 14 år, hade hög tillgång till surfplattor och mediaspelare medan de äldsta, 65 till 85 år hade hög tillgång till radioapparater.

Halva befolkningen hade prenumererad dagstidning

50 procent av befolkningen hade under 2024 tillgång till prenumererad dagstidning i sitt hushåll. 47 procent hade tillgång till prenumererad morgontidning. De flesta, 42 procent, hade digital morgontidningsprenumeration och 20 procent hade tillgång till prenumererad morgontidning på papper. 10 procent av befolkningen hade tillgång till prenumerering på digital plus-tjänst från någon kvällstidning.

Tre fjärdedelar av befolkningen hade tillgång till strömningstjänst för tv

Under 2024 hade 75 procent tillgång till abonnerad strömningstjänst för tv (till exempel Netflix). 70 procent hade tillgång till abonnerad strömningstjänst för musik eller podcast (till exempel Spotify). Tillgången var högst i åldersgruppen 15 till 24 år och lägst i åldersgruppen 65 till 85 år. 52 procent av befolkningen hade tillgång till kanalpaket för tv.

Definitioner, bakgrundsvariabler och svarsunderlag

SCANDINAV BILDBYRÅ

Definitioner

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

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.

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

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

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

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

Tv: Avser både tablålagd tv och strömmad tv/video on-demand som till exempel SVT play och Netflix, samt annat rörligt innehåll online.

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

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

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.

Sociala nätverkstjänster: Avser alla typer av sociala nätverkstjänster på internet, inkl. till exempel Facebook, Instagram, Snapchat, X (f.d. Twitter), LinkedIn och TikTok.

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 2024 som avses. I rapporten används "en vanlig dag" och "en genomsnittlig dag" synonymt i redovisningen av den dagliga räckvidden.

Bakgrundsvariabler

Kön: I rapporten används en tvådelad könsvariabel: Flicka/Kvinna och Pojke/Man. Variabeln bygger på en formulärfråga om svarspersonernas kön med svarsalternativen: Kvinna, man och annat. På grund av lågt antal svarspersoner som angett annat kommer den gruppen inte att särredovisas i rapporten.

Ålder: Resultaten i rapporten avser befolkningen 9 till 85 år under 2024. I rapporten används omväxlande en fem- respektive niodelad åldersindelning. Åldersvariablerna bygger på svarsdata.

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.

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).

Antal svarande i olika undergrupper

Mediebarometern 2024 bygger på svar från totalt 6 021 personer. I tabellen nedan redovisas antalet svarspersoner i respektive undergrupp.

Antal svarande i olika undergrupper 2024

	9–85 år	9–14 år	15–24 år	25–44 år	45–64 år	65–85 år
Totalt	6 021	499	744	1 832	1 644	1 302
Kvinna	2 957	230	364	913	788	662
Man	3 017	261	363	906	849	638
Annat*	47	-	-	-	-	-
9–14 år	499	499	0	0	0	0
15–19 år	420	0	420	0	0	0
20–24 år	324	0	324	0	0	0
25–34 år	518	0	0	518	0	0
35–44 år	1 314	0	0	1 314	0	0
45–54 år	531	0	0	0	531	0
55–64 år	1 113	0	0	0	1 113	0
65–74 år	641	0	0	0	0	641
75–85 år	661	0	0	0	0	661
Ej högskola (25–85 år)	2 164	0	0	619	814	731
Högskola (25–85 år)	2 614	0	0	1 213	830	571
Storstad	2 266	181	267	678	640	500
Stad	2 458	210	299	753	673	523
Landsbygd	1 297	108	178	401	331	279

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Samtliga variabler bygger på svarsdata.

*På grund av lågt antal svarspersoner i denna grupp särredovisas inte den i rapporten.



MEDIEDAGEN

Räckvidd för olika medier

SCANDINAV BILDBYRÅ

Under 2024 såg 96% av befolkningen på rörlig bild i någon form en vanlig dag.

84% använde sociala nätverkstjänster.

78% lyssnade på radio i någon form och 63% lyssnade på musik.

66% läste dagstidning – antingen digitalt eller på papper.

51% läste eller lyssnade på bok.

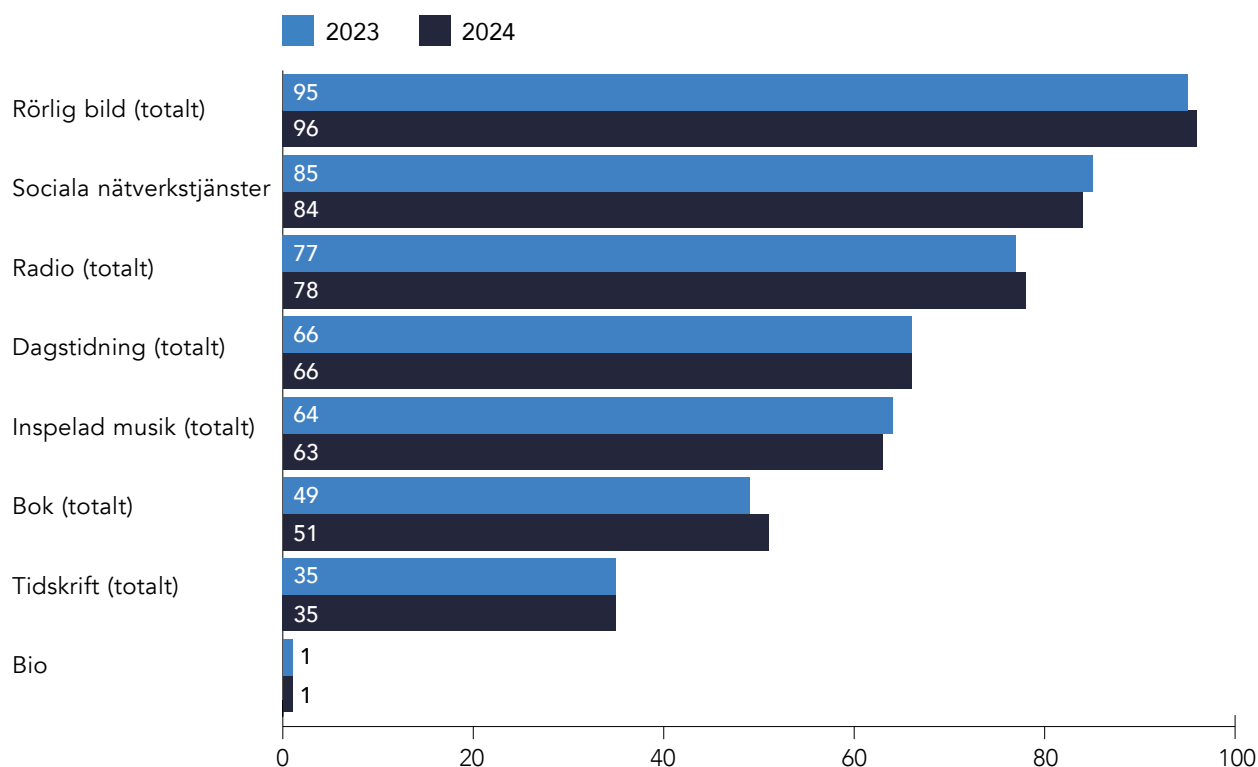
Mediebarometerns mätningar av olika mediers räckvidd i befolkningen 9 till 85 år visar att användningen av dessa medier var mer eller mindre oförändrad mellan 2023 och 2024. En vanlig dag 2024 tittade 96 procent av befolkningen mellan 9 till 85 år på rörlig bild i någon form. Det inkluderar både traditionell tablålagd tv och strömmad tv eller video-on-demand, webb-tv och online video (inklusive Youtube). 2023 låg andelen på 95 procent.

Inte långt därefter kom användning av sociala nätverkstjänster. Andelen som tog del av sociala nätverkstjänster var 84 procent 2024 och 2023 låg andelen på 85 procent. Radio i någon form lyssnade 78 procent av befolkningen på 2024. 2023 var andelen 77 procent. I mätningen ingår lyssnande på traditionell fm-radio och bilradio samt direktsänd webbradio och podcast/radio i efterhand via digitala plattformar.

Vårt äldsta nyhetsmedium, dagstidningen, hade 2024 en daglig räckvidd på 66 procent. Det är samma andel som konstaterades 2023. Siffrorna antyder en stabilisering efter en lång period av minskad räckvidd för dagstidningen under 2000-talet. Som jämförelse kan nämnas att andelen dagstidningsläsare i åldersgruppen 9 till 79 år var hela 85 procent år 2000 och 2015 hade andelen sjunkit till 64 procent. Också här ingår digitala publikationsformer som e-tidningar, appar och webbsidor. När det gäller övriga textbaserade medieformer läste (eller lyssnade) 51 procent på bok 2024 medan 35 procent läste tidskrift. Den långsiktiga trenden för böcker har varit något växande, vilket tyder på att boken har en stark ställning, även i en digitaliserad värld. För tidskrifter noteras däremot en totalt sett minskad räckvidd sedan början av 2000-talet då räckvidden för tidskrifter låg över 50 procent. För åren 2020 och framåt har räckvidden legat kring 35 till 37 procent. Både för bok och tidskrift avses digitala och tryckta versioner.

För det mer renodlade förströelsemediet inspelad musik var räckvidden 63 procent 2024. År 2023 var motsvarande siffra 64 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.

MEDIEDAGEN Räckvidd för olika medier, 9–85 år, 2023 och 2024 (procent)



Mediebarometern 2023 och 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Med "(totalt)" avses både traditionella och digitala plattformar.

MEDIEDAGEN Räckvidd för olika medier, 9–79 år, 1979–2015, 9–85 år, 2020–2024 (procent)

	1979	1985	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2020*	2021	2022	2023	2024
Rörlig bild (totalt)	76	76	79	84	88	86	86	80	92	93	93	95	96
Sociala nätverkstjänster	..	..	..	..	..	..	35	52	83	83	85	85	84
Radio (totalt)	73	73	78	80	80	74	70	69	75	76	78	77	78
Dagstidning (totalt)	..	..	..	80	85	81	75	65	68	68	73	66	66
Inspelad musik (totalt)	..	..	..	..	..	43	40	38	61	59	58	64	63
Bok (totalt)	29	31	34	44	39	38	36	36	45	45	48	49	51
Tidskrift (totalt)	..	..	..	49	54	41	34	32	36	36	37	35	35
Text-tv (totalt)	..	..	..	23	31	29	23	21	15	15	15	14	..
Bio	..	..	..	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1

Mediebarometern 1979–2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Med "(totalt)" avses både traditionella och digitala plattformar.

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



MEDIEDAGEN

Räckvidd för olika grupper

SCANDINAV BILDBYRÅ

Under 2024 tog 95% av kvinnorna och 97% av männen del av rörlig bild en vanlig dag. I samtliga åldersgrupper var räckvidden för rörlig bild över 90%.

Sociala nätverkstjänster var populärare bland kvinnor än bland män. 88% av kvinnorna och 81% av männen var användare en vanlig dag.

Över hälften – 59% – av kvinnorna läste eller lyssnade på en bok. Motsvarande andel bland männen var 43%.

Youtube hade särskilt hög räckvidd bland ungdomarna, 15 till 24 år, 81%. Bland de äldsta i befolkningen använde 19% Youtube.

Bland de över 65 år läste 68% en digital dagstidning och 44% läste en dagstidning på papper.

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 åren 2020 till 2022, särskilt på de digitala plattformarna. Under 2023 och 2024 har medieanvändningen legat kvar på samma höga nivå. I avseende på dagstidningar noteras dock att andelen som läst någon dagstidning på papper minskade 2024 medan andelen som tagit del av en digital dagstidning ökade. Resultatet avser framför allt åldersgrupperna 45 till 64 år och 65 till 85 år.

Medan kvinnor och män använde tablålagd och strömmad tv i likartad utsträckning var det betydligt vanligare att män använde Youtube och tog del av inspelad musik. Däremot använde en större andel av kvinnorna sociala nätverkstjänster, läste böcker och läste tryckta tidskrifter jämfört med männen. För digitala tidskrifter var däremot andelen läsare högre bland män än bland kvinnor.

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 läste tryckta dagstidningar, tidskrifter och böcker samt såg på tablålagd tv i större utsträckning än yngre, så är bilden av pensionärernas medieanvändning som "traditionell" inte helt rättvisande 2024. I gruppen 65 till 85 år var till exempel andelen läsare av digital dagstidning, för andra året i rad, högre än andelen som läste tryckt dagstidning. 68 procent läste tidningen digitalt och 44 procent läste papperstidning.

Sociala nätverkstjänster är numera en central del av den dagliga medieanvändningen. Andelen användare av någon sådan tjänst är generellt sett hög bland de under 65 år. Högst användning märks bland de mellan 15 och 24 år, 96 procent. Pensionärernas närvaro på sociala nätverkstjänster har ökat under de senaste åren. En vanlig dag 2024 tog 69 procent del av sociala nätverkstjänster i åldersgruppen 65 till 85 år.

MEDIEDAGEN Räckvidd i olika grupper, 9–85 år, 2024 (procent)

	Totalt	Kvinna	Man	9–14 år	15–24 år	25–44 år	45–64 år	65–85 år
Rörlig bild								
Rörlig bild (totalt)	96	95	97	97	97	94	95	98
Tv (totalt)	90	92	90	87	85	88	92	97
Strömmad tv	67	68	66	75	73	74	66	51
Tablålagd tv	51	52	50	30	26	29	62	90
Youtube	47	35	59	78	81	54	36	19
Ljudmedier								
Radio (totalt)	78	77	80	66	64	77	84	86
Direktsänd radio	70	69	71	61	48	62	79	85
Podcast/radio i efterhand	29	28	30	19	33	42	27	16
Inspelad musik (ej radio/tv)	63	61	66	78	92	76	54	35
Textmedier								
Dagstidning (totalt)	66	65	67	19	36	65	78	87
Digitalt	58	56	60	12	32	62	71	68
På papper	20	21	18	9	6	8	22	44
Bok (totalt)	51	59	43	68	46	49	46	57
Tryckt bok	38	44	32	58	35	34	29	48
Ljudbok	15	19	11	16	11	18	18	11
E-bok	7	8	6	8	11	8	7	4
Tidskrift (totalt)	35	35	34	21	18	26	37	57
Digitalt	18	16	20	9	14	18	20	21
På papper	22	24	20	15	6	11	23	48
Bio	1	1	0	1	1	0	1	0
Sociala nätverkstjänster	84	88	81	76	96	92	85	69

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Med "(totalt)" avses både traditionella och digitala plattformar.



MEDIEDAGEN

Medietidens fördelning i olika åldersgrupper

SCANDINAV BILDBYRÅ

Enkätfrågorna för medietid besvaras genom att respondenten väljer ett av flera fasta svarsalternativ, som består av fördefinierade tidsintervall. Tidsintervallen i svarsalternativen varierar beroende på vilket medium frågan handlar om. För att göra resultaten mer överskådliga har andelarna för vissa svarsalternativ slagits samman.

Letar du efter resultat över befolkningens totala medietid 2024? I årets rapport har vi förändrat hur vi redovisar medietiden. I denna rapport redovisas hur svarsgruppen fördelas över de fasta svarsalternativen, istället för att som tidigare beräkna genomsnittlig tid baserat på de satta tidsintervallen.

I detta och kommande två uppslag visas utvalda resultat inom varje åldersgrupp. Senare i rapporten, under varje avsnitt, redovisas medietidens fördelning för hela befolkningen och uppdelat på undergrupper för varje medium.

Samtliga resultat över medietid redovisas på hela befolkningen. Därmed redovisas i årets rapport inte någon användningstid enbart bland användare av ett enskilt medium.

Tiden som läggs på olika medier under en vanlig dag varierar i olika åldersgrupper. I vissa åldersgrupper är det en stor andel som lägger mycket tid på vissa medier medan det i andra grupper ser annorlunda ut. I de yngre åldersgrupperna, som vuxit upp i det digitala medielandskapet, lägger stora delar av grupperna en inte obetydlig del av sin mediedag på att ta del av sociala nätverkstjänster, såsom Tiktok och Snapchat, men även strömmad tv och Youtube tar upp viss tid av dagen. Att läsa tryckt bok är bland 9 till 14-åringar även en del av mediedagen, medan en stor andel av 15 till 25-åringarna ägnar mycket tid till att lyssna på musik en vanlig dag.

I den mittersta åldersgruppen, 25 till 44 år, märks det att andra saker dominerar i livet, som exempelvis familjeliv. Tiden som läggs på olika medier är generellt kortare. Dock är även här tittande på strömmad tv något som en stor andel lägger viss tid av sin dag på, liksom lyssning av både podcast/radio i efterhand och direktsänd radio.

Bland 45 till 64-åringarna ses ett intressant mönster mot de tre yngre åldersgrupperna. I denna grupp är det fortfarande en betydande andel som tittar på tablålagd tv mer än en timme en vanlig dag, men en ungefär lika stor andel av gruppen lägger motsvarande tid på att titta på strömmad tv. Även om det i denna grupp, liksom i många andra grupper, finns många som inte har ljudbokslyssnande som en del av mediedagen, är det i denna grupp en av tio som lägger mer än en timme på ljudbok en genomsnittlig dag.

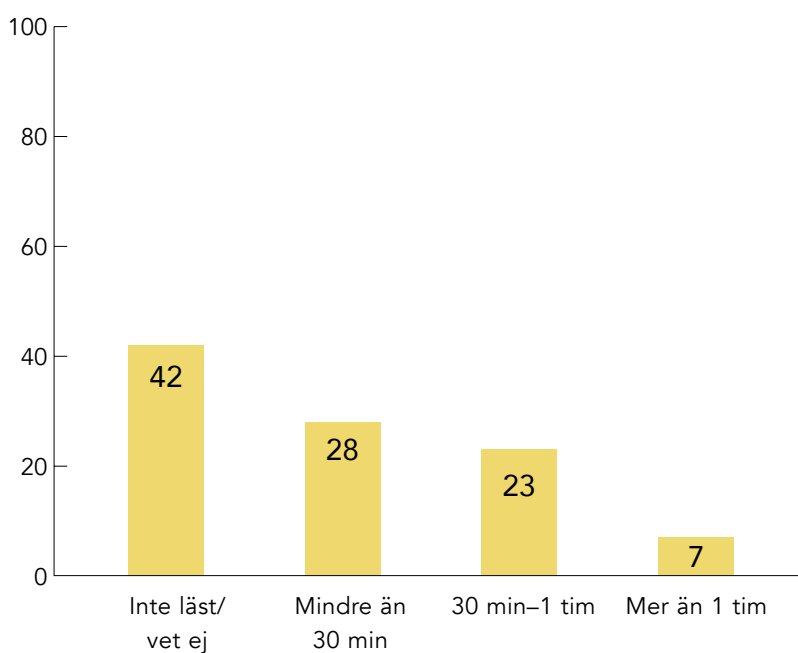
I den äldsta åldersgruppen dominerar fortsatt medietiden en vanlig dag av linjära sändningar, både i radio och i tv. Exempelvis läser nästan tre av fem i åldersgruppen mer än två timmar på tablålagd tv en genomsnittlig dag under 2024. Morgontidning är däremot ett exempel på där många gått över till att ta del av mediet digitalt. Nästan en av fyra i åldersgruppen läste en digital morgontidning i mer än 30 minuter en genomsnittlig dag, och andelen som läste tryckt morgontidning motsvarande tid är lika stor. Värt att notera i detta sammanhang kan vara att i vissa fall är valet att läsa morgontidning digitalt något individen själv inte kan bestämma över, då vissa lokala morgontidningar inte längre distribueras i tryckt form till alla orter i bevakningsområdet utan bara finns tillgängliga i digitalt format.



SCANDINAV BILDBYRÅ

9–14 år

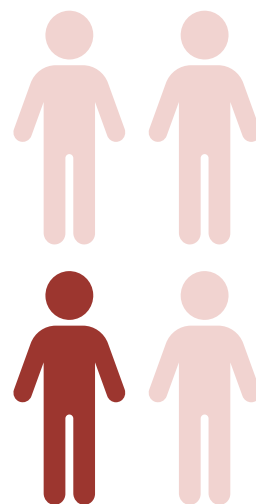
MEDIEDAGEN Läsartid för tryckt bok, 9–14 år, 2024 (procent)



Tre av tio i åldrarna 9 till 14 år läste en tryckt bok mer än 30 minuter en genomsnittlig dag. En ungefär lika stor andel läste i upp till 30 minuter.

48%

tittade på strömmad tv
mer än **1 timme**.

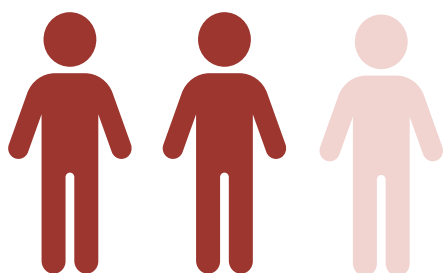


En av fyra använde
sociala nätverkstjänster
2 timmar eller mer.



SCANDINAV BILDBYRÅ

15–24 år

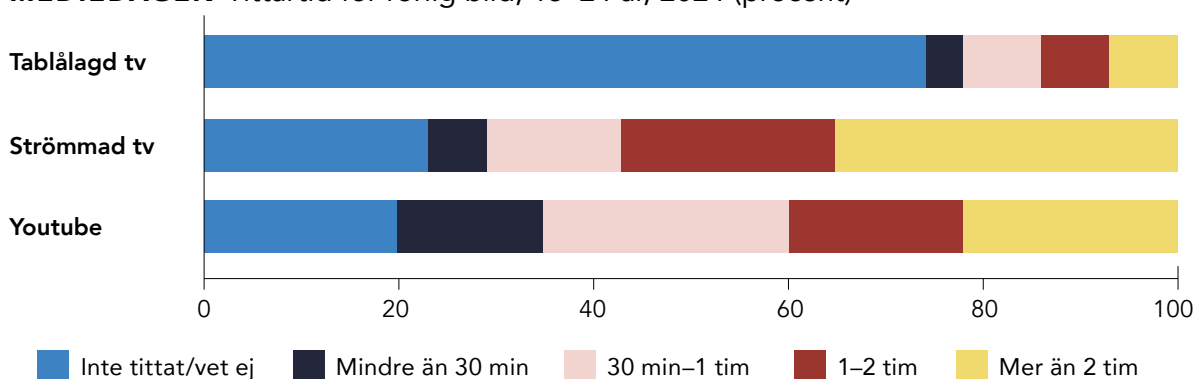


Två av tre
lyssnade på musik
mer än **1 timme**.

28%

lade mer än **3 timmar**
på sociala nätverkstjänster.

MEDIEDAGEN Tittartid för rörlig bild, 15–24 år, 2024 (procent)



Drygt en av tre tittade på strömmad tv i mer än 2 timmar en vanlig dag, medan motsvarande andel för Youtube var 22 procent. För tablålagd tv var andelen icke-tittare 74 procent.

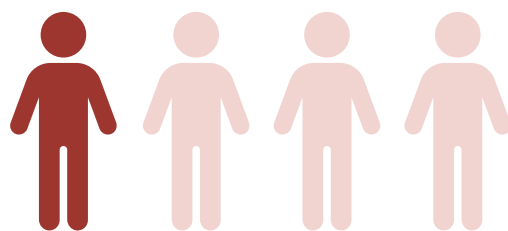


SCANDINAV BILDBYRÅ

25–44 år

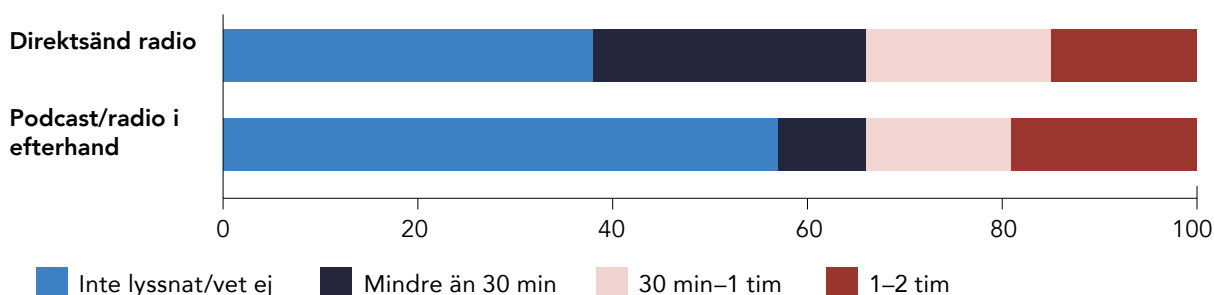
55%

tittade på strömmad tv mer än **1 timme**.



En av **fyra** tog del av en digital kvällstidning i mer än **15 minuter**.

MEDIEDAGEN Lyssnartid för direktsänd radio och podcast/radio i efterhand, 25–44 år, 2024 (procent)



En av tre lyssnade på podcast/radio i efterhand i mer än 30 minuter en genomsnittlig dag. En lika stor andel av åldersgruppen lyssnade på direktsänd radio under samma tidslängd.



SCANDINAV BILDBYRÅ

45–64 år

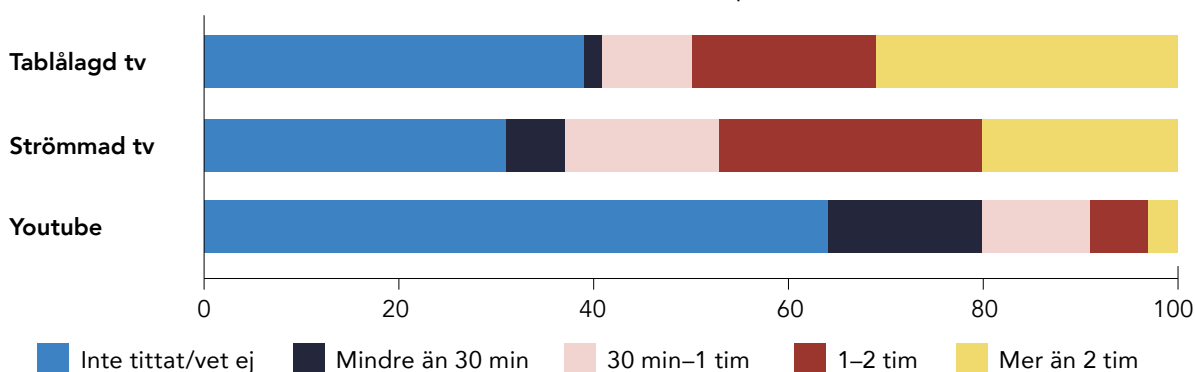


En av tio lyssnade på ljudbok i mer än **1 timme**.

37%

ägnade mer än **15 min** åt att läsa morgontidning digitalt.

MEDIEDAGEN Tittartid för rörlig bild, 45–64 år, 2024 (procent)



En av två tittade mer än 1 timme på tablålagd tv en vanlig dag och en ungefär lika stor andel tittade lika länge på strömmad tv. Youtube-tittandet var däremot lägre i åldersgruppen.

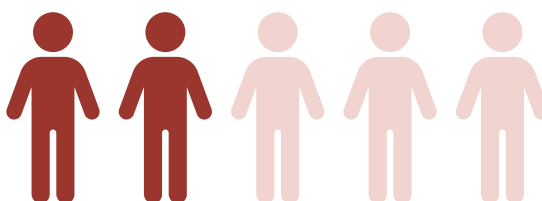


SCANDINAV BILDBYRÅ

65–85 år

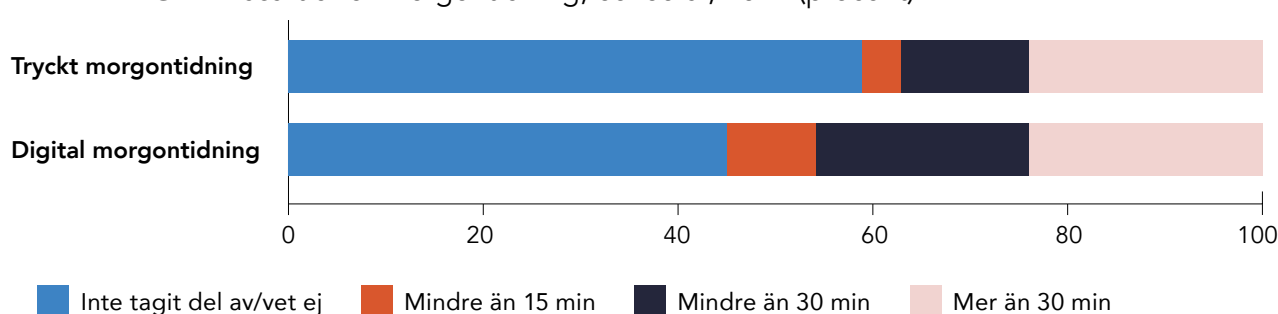
57%

tittade på tablålagd tv
mer än **2 timmar**.



Två av fem lyssnade
mer än **1 timme** på
direktsänd radio.

MEDIEDAGEN Läsartid för morgontidning, 65–85 år, 2024 (procent)



Drygt en av fyra ägnade mer än 30 minuter åt att läsa tryckta morgontidningar och en lika stor andel av 65–85 åringarna ägnade mer än 30 minuter åt de digitala versionerna.

MEDIEDAGEN, -VECKAN OCH -MÅNADEN

Räckvidd för olika medier



SCANDINAV BILDBYRÅ

En genomsnittlig vecka 2024 tittade 99% procent av befolkningen 9 till 85 år på rörlig bild i någon form.

88% lyssnade på radio i någon form under en genomsnittlig vecka och det inkluderar även podcast.

Sociala nätverkstjänster användes en genomsnittlig vecka av 87%.

77% tog del av en dagstidning en genomsnittlig vecka – digitalt eller på papper.

4% gick på bio en genomsnittlig vecka och 20% 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.

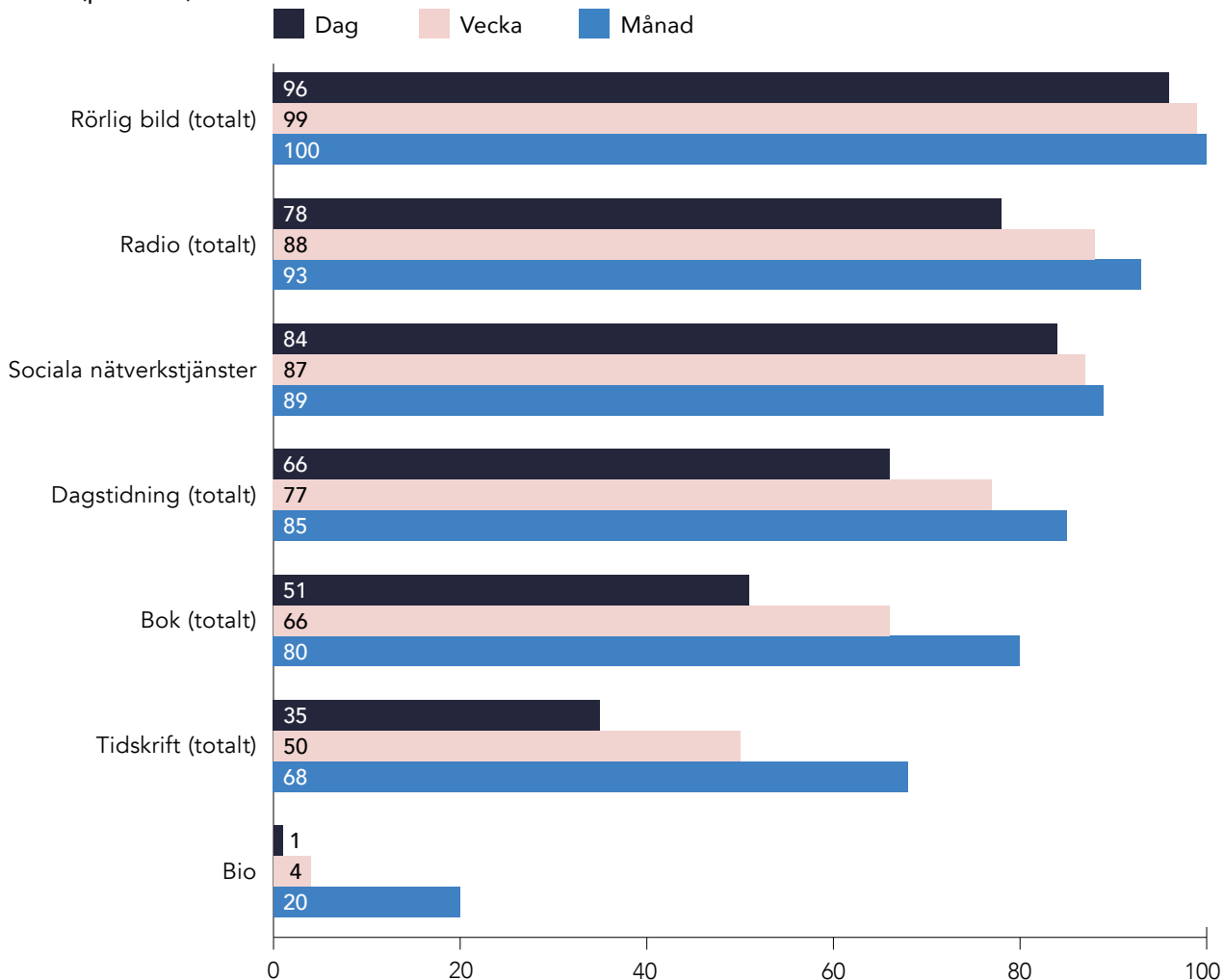
Under 2024 tittade 96 procent av befolkningen 9 till 85 år på rörlig bild i någon form en genomsnittlig dag. Utökas tidsspannet till den senaste veckan ökar andelen till 99 procent. Under en genomsnittlig månad har 100 procent tagit del av rörlig bild. Att räckvidden inte kan öka mycket mellan dag, vecka och månad visar tydligt vilken central, och daglig, plats den rörliga bilden har i det svenska medielandskapet.

För sociala nätverkstjänster uppgick den dagliga räckvidden till 84 procent. Om avgränsningen utökas till den senaste veckan ökade räckvidden med 3 procentenheter. När avgränsningen utökas till senaste månaden tillkom ytterligare 2 procentenheter, 89 procent. 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 för radion.

För dagstidningen var variationen större. Utökas tidsspannet från under gårdagen till senaste veckan ökade räckvidden från 66 till 77 procent. På månadsbasis var räckvidden för dagstidningen 85 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 35 procent en genomsnittlig dag till 50 respektive 68 procent på vecko- respektive månadsbasis. Samma mönster gäller för läsningen av böcker.

Besöksfrekvensen i avseende på bio har återhämtat sig efter den kraftiga nedgång som var en konsekvens av att möjligheterna att se film på biograf var starkt begränsade under pandemiåren 2020 och 2021. Under 2024 uppgav 4 procent att de varit på bio under den senaste veckan och 20 procent hade varit på bio under senaste månaden.

MEDIEDAGEN, -VECKAN OCH -MÅNADEN Räckvidd för olika medier, 9–85 år, 2024 (procent)



Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Med "(totalt)" avses både traditionella och digitala plattformar.

MEDIEVECKAN Räckvidd för olika medier, 9–79 år, 2000–2015, 9–85 år, 2020–2024 (procent)

	2000	2005	2010	2015	2020*	2021	2022	2022	2023	2024
Rörlig bild (totalt)	99	97	97	95	98	94	95	95	94	99
Radio (totalt)	96	92	90	88	88	88	89	89	88	88
Sociala nätverkstjänster	..	..	..	..	87	87	89	89	88	87
Dagstidning (totalt)	95	94	91	83	83	82	85	85	77	77
Bok (totalt)	59	60	57	56	64	63	64	64	64	66
Tidskrift (totalt)	83	71	62	57	58	57	58	58	58	50
Text-tv (totalt)	58	51	40	32	21	20	19	19	17	..
Bio	8	6	7	7	2	2	4	4	4	4

Mediebarometern 2000–2024 (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



SCANDINAV BILDBYRÅ

78% lyssnade på radio i någon form, direktsänd eller som podcast/i efterhand, en vanlig dag 2024.

Flest, 54%, lyssnade på radio i bilen.

33% lyssnade på radio i traditionell radioapparat. För podcast/radio i efterhand och direktsänd webbradio var räckvidden 29% respektive 23%.

Äldre, över 45 år, lyssnade mer på direktsänd radio än yngre – oavsett plattform.

Podcastlyssnandet var vanligast i gruppen 25 till 44 år, bland högutbildade och i storstäderna.

Under en vanlig dag 2024 lyssnade 78 procent av befolkningen mellan 9 och 85 år på radio i någon form. Den allra största andelen, 54 procent, lyssnade på bilradio medan 33 procent lyssnade i traditionell radioapparat (fm). 29 procent lyssnade på podcast eller radio i efterhand, medan 23 procent lyssnade på direktsänd radio via internet (webbradio). Jämförelsen mellan 2023 och 2024 visar enbart små skiftningar mellan olika lyssningsplattformar.

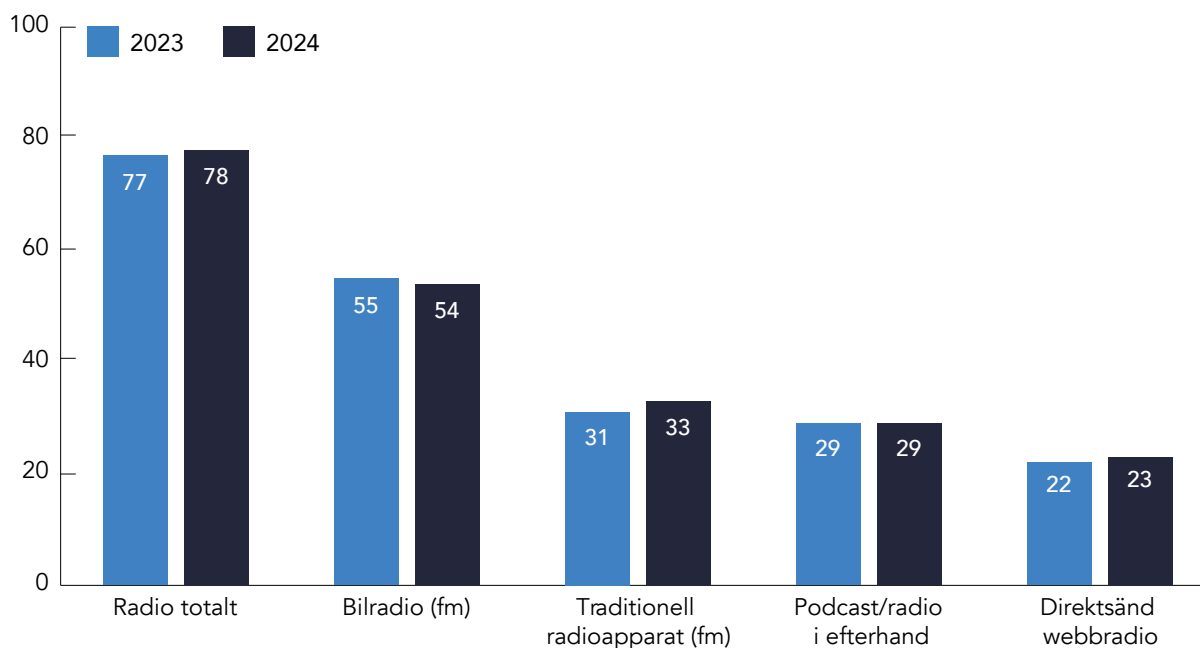
Kvinnors och mäns radiovanor uppvisade små skillnader under 2024. Den största skillnaden mellan könen var att män i högre grad lyssnade på radio i bilen. Män lyssnade också något mer på direktsänd webbradio. När det gäller lyssnandet på radio via traditionell radioapparat och på podcast/radio i efterhand var räckvidden i princip densamma bland kvinnor och män.

Skillnaderna var däremot betydligt större mellan olika åldersgrupper. Radiolyssnandet under 2024 var totalt sett mest utbrett bland personer som var 45 år eller äldre. Största skillnaderna mellan åldersgrupperna fanns för lyssnandet via traditionell radioapparat. Under 2024 lyssnade 66 procent i åldern 65 till 85 år på traditionell radio en vanlig dag. I åldern 15 till 24 år var andelen endast 11 procent. Också lyssnandet på podcast präglades av stora åldersskillnader. Högst var räckvidden i gruppen 25 till 44 år där 42 procent hade lyssnat på podcast en vanlig dag. Lägst var andelen i åldern 65 till 85 år, 16 procent. När det gäller att lyssna på direktsänd webbradio så var det mest utbrett bland de som var äldre än 45 år. I de äldre grupperna var det också högst andel som lyssnade på bilradio.

Lyssnandet på både bilradio och traditionell radioapparat var mer utbrett bland personer utan högskoleutbildning än bland personer med. Podcast hade betydligt fler lyssnare bland högskoleutbildade.

Det totala radiolyssnandet var mer utbrett på landsbygden än i storstäderna. Skillnaden låg huvudsakligen i att en högre andel på landsbygden lyssnade på radio i bilen och i traditionell radioapparat. Räckvidden för att lyssna via digitala plattformar, både podcast och webbradio, var högst i storstäderna.

RADIO Daglig räckvidd, 9–85 år, 2023 och 2024 (procent)



Mediebarometern 2023 och 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

RADIO Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent)

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	78	54	33	29	23
Kvinna	77	51	33	28	21
Man	80	58	34	30	24
9–14 år	66	53	16	19	17
15–24 år	64	41	11	33	12
25–44 år	77	50	18	42	21
45–64 år	84	62	40	27	28
65–85 år	86	59	66	16	26
Ej högskola (25–85 år)	81	61	45	21	24
Högskola (25–85 år)	82	53	33	37	26
Storstad	74	43	29	36	25
Stad	78	55	33	27	22
Landsbygd	81	64	38	25	21

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

Totalt sett var det små skillnader mellan flickor och pojkar i åldersgruppen 9 till 14 år. Att lyssna på radio i bilen var den tveklöst vanligaste formen att lyssna på radio i gruppen, framför allt utanför storstäderna.

I gruppen 15 till 24 år fanns det inga större skillnader mellan kvinnor och män. Bilradio och podcast var de vanligaste sätten att lyssna på radio i åldersgruppen. Yngre personer, 15 till 19 år, lyssnade mest på bilradio medan de i åldern 20 till 24 år lyssnade mest på podcast. Att lyssna via bilradio var betydligt mer utbrett på landsbygden än i städerna.

Även i åldern 25 till 44 år var bilradion det vanligaste sättet att lyssna på radio. Det gällde dock inte i storstäderna. Här hade i stället podcastlyssnandet större räckvidd än i övriga landet, men också den största räckvidden totalt sett.

I åldern 45 till 64 år lyssnade män mer på radio än kvinnor. De lyssnade främst via bilradio. De största skillnaderna mellan män och kvinnor återfanns dock när det gällde podcast och direktsänd webbradio. Skillnader mellan olika utbildningsnivåer och geografiska områden fanns, där personer med högskoleutbildning och boende i städer tenderade att lyssna mer på podcast och webbradio.

I gruppen 65 till 85 år fanns den totalt sett högsta andelen lyssnare på traditionell radioapparat samt den lägsta andelen lyssnare på podcast. Betydligt fler män än kvinnor lyssnade på bilradio. Personer utan högskoleutbildning och lyssnade mer på radio i bilen medan de med högskoleutbildning och boende i storstad lyssnade mer på podcast och webbradio.

RADIO Daglig räckvidd, 9–14 år, 2024 (procent)

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	66	53	16	19	17
Flicka	66	53	16	17	15
Pojke	67	52	15	21	18
Storstad	62	45	11	25	20
Stad	66	56	14	13	14
Landsbygd	69	55	20	19	16

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

RADIO Daglig räckvidd, 15–24 år, 2024 (procent)

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	64	41	11	33	12
Kvinna	63	40	10	37	12
Man	65	44	12	29	12
15–19 år	66	48	13	28	12
20–24 år	60	31	7	41	10
Storstad	53	28	7	32	13
Stad	66	41	6	38	9
Landsbygd	72	53	17	31	12

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

RADIO Daglig räckvidd, 25–44 år, 2024 (procent)

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	77	50	18	42	21
Kvinna	76	49	17	40	21
Man	77	52	20	45	21
25–34 år	70	35	15	47	18
35–44 år	79	57	20	40	23
Ej högskola	75	56	21	36	21
Högskola	77	48	17	46	21
Storstad	75	36	15	51	23
Stad	75	49	19	38	21
Landsbygd	80	66	22	37	20

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

RADIO Daglig räckvidd, 45–64 år, 2024 (procent)

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	84	62	40	27	28
Kvinna	81	57	38	23	25
Man	87	67	41	30	31
45–54 år	83	59	27	34	25
55–64 år	84	64	46	23	30
Ej högskola	82	64	44	19	26
Högskola	86	60	36	34	30
Storstad	82	53	36	33	30
Stad	85	64	40	25	31
Landsbygd	85	68	43	22	25

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

RADIO Daglig räckvidd, 65–85 år, 2024 (procent)

	Totalt	Bilradio	Traditionell radioapparat	Podcast/radio i efterhand	Direktsänd webbradio
Totalt	86	59	66	16	26
Kvinna	84	51	65	18	25
Man	87	67	67	14	28
65–74 år	85	63	60	19	28
75–85 år	86	54	72	13	25
Ej högskola	86	62	68	11	23
Högskola	86	55	64	23	30
Storstad	82	47	63	22	30
Stad	86	60	63	15	25
Landsbygd	88	67	71	12	25

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

RADIO

Lyssnartid i befolkningen



SCANDINAV BILDBYRÅ

Under 2024 lyssnade 42% av befolkningen på direktsänd radio i mer än 30 minuter en vanlig dag.

22% lyssnade mer än 30 minuter på podcast/radio i efterhand.

Åldersgruppen 65 till 85 år var den undergrupp med lägst andel icke-lyssnare på direktsänd radio, men också den grupp med högst andel som lyssnade mer än en timme på direktsänd radio.

Den undergrupp med högst andel som lyssnade mer än en timme på podcast/radio i efterhand var gruppen 25 till 44-åringar, med en andel på 19%.

Under 2024 lyssnade 70 procent av den svenska befolkningen mellan 9 och 85 år på direktsänd radio en vanlig dag. Drygt en femtedel lyssnade mer än en timme. En ungefär lika stor andel lyssnade mellan 30 minuter och en timme och 27 procent uppgav att de lyssnade upp till 30 minuter. Resterande del, ungefär en av tre, lyssnade inte eller visste inte hur länge de lyssnade. Av befolkningen lyssnade 29 procent på podcast/radio i efterhand en genomsnittlig dag. 12 procent lyssnade mer än en timme. Ungefär lika stor andel lyssnade mellan 30 minuter och en timme. En lite lägre andel, 7 procent, lyssnade mindre än 30 minuter och resterande drygt 70 procent lyssnade inte alls eller har uppgett att de inte visste.

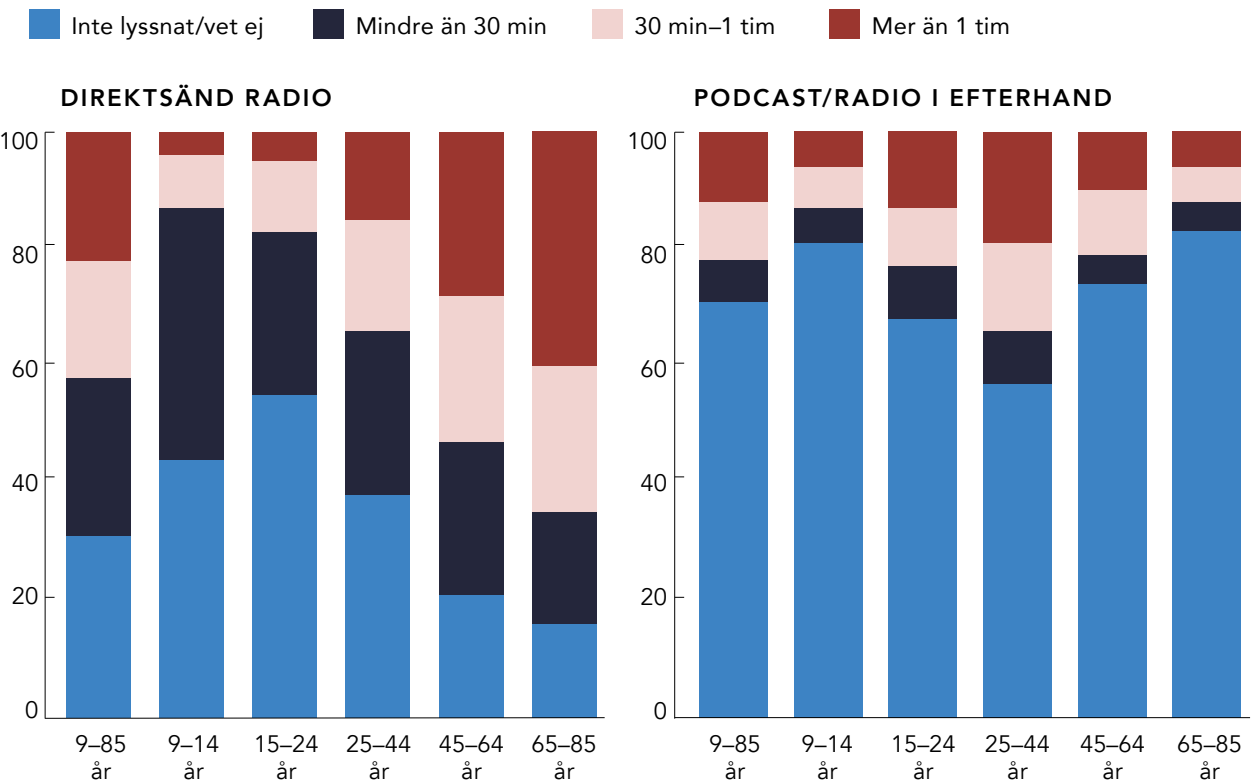
Inga större könsskillnader går att urskilja varken vad gäller lyssnartid på direktsänd radio eller podcast/radio i efterhand.

Bland de äldre åldersgrupperna var andelen som lyssnade på direktsänd radio längre än 30 minuter en vanlig dag större än i de yngre åldersgrupperna. När det gäller lyssning av podcast/radio i efterhand så var andelen som lyssnar längre än 30 minuter lite lägre i de yngre åldersgrupperna, för att sedan vara större i den mittersta åldersgruppen, 25 till 44 år, för att sedan minska igen.

I fråga om utbildningsnivå lyssnade 30 procent av personer utan högskoleutbildning mer än en timme på direktsänd radio en vanlig dag, medan motsvarande andel bland högskoleutbildade var 22 procent. Andelarna som uppgav att de lyssnade upp till 30 minuter var ungefär samma i bägge grupperna. Vad gäller lyssning på podcast/radio i efterhand var mönstret snarare det motsatta, med en högre lyssnartid bland personer med högskoleutbildning jämfört med personer utan.

Vad gäller geografisk hemvist var lyssnartiden på direktsänd radio högre bland personer boende på landsbygd jämfört med boende i stad och storstad. Även här syns motsatt mönster vad gäller podcast/radio i efterhand – andelen med längre lyssnartid återfanns bland personer som bor i storstad jämfört med människor i stad och på landsbygd.

RADIO Fördelning lyssnartid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)



Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

DIREKTSÄND RADIO Fördelning lyssnartid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)

	Inte lyssnat/vet ej	Mindre än 30 min	30 min–1 tim	Mer än 1 tim
Samtliga	31	27	20	22
Kvinna	32	27	19	22
Man	29	27	22	22
9–14 år	44	43	9	4
15–24 år	55	28	12	5
25–44 år	38	28	19	15
45–64 år	21	26	25	28
65–85 år	16	19	25	40
Ej högskola (25–85 år)	24	23	23	30
Högskola (25–85 år)	29	26	23	22
Storstad	39	23	19	19
Stad	31	30	18	21
Landsbygd	26	28	22	24

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

PODCAST/RADIO I EFTERHAND Fördelning lyssnartid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)

	Inte lyssnat/vet ej	Mindre än 30 min	30 min–1 tim	Mer än 1 tim
Samtliga	71	7	10	12
Kvinna	73	6	10	11
Man	71	7	10	12
9–14 år	81	6	7	6
15–24 år	68	9	10	13
25–44 år	57	9	15	19
45–64 år	74	5	11	10
65–85 år	83	5	6	6
Ej högskola (25–85 år)	79	5	7	9
Högskola (25–85 år)	63	8	14	15
Storstad	65	8	13	14
Stad	73	6	10	11
Landsbygd	75	6	9	10

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).



RADIOKANALER

Daglig räckvidd

SCANDINAV BILDBYRÅ

50% lyssnade på någon av SR:s fyra huvudkanaler en vanlig dag 2024 – 31% lyssnade på reklamradio.

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

Räckvidden för SR:s kanalutbud (P1–P4) ökade kraftigt med stigande ålder.

Bland de under 25 år var reklamradions räckvidd högre än SR:s.

P1 var den mest lyssnade kanalen bland högskoleutbildade och i storstäderna – för P4 och reklamradio var det omvänt.

När det kommer till räckvidd för enskilda radiokanaler hade Sveriges Radio (SR) en dominerande position under 2024. 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. Kanaler som hade störst andel lyssnare var P4 och P1 med en daglig räckvidd på 31 respektive 22 procent. För P3 och P2 var andelarna 12 respektive 4 procent. Jämfört med 2023 var räckvidden för SR:s kanaler stabil. 31 procent av befolkningen lyssnade på någon privat reklamradiokanal under 2024, vilket var en minskning med 2 procentenheter jämfört med 2023. 7 procent lyssnade på närradio och 3 procent lyssnade på någon utländsk radiokanal, vilket var oförändrat jämfört med föregående år.

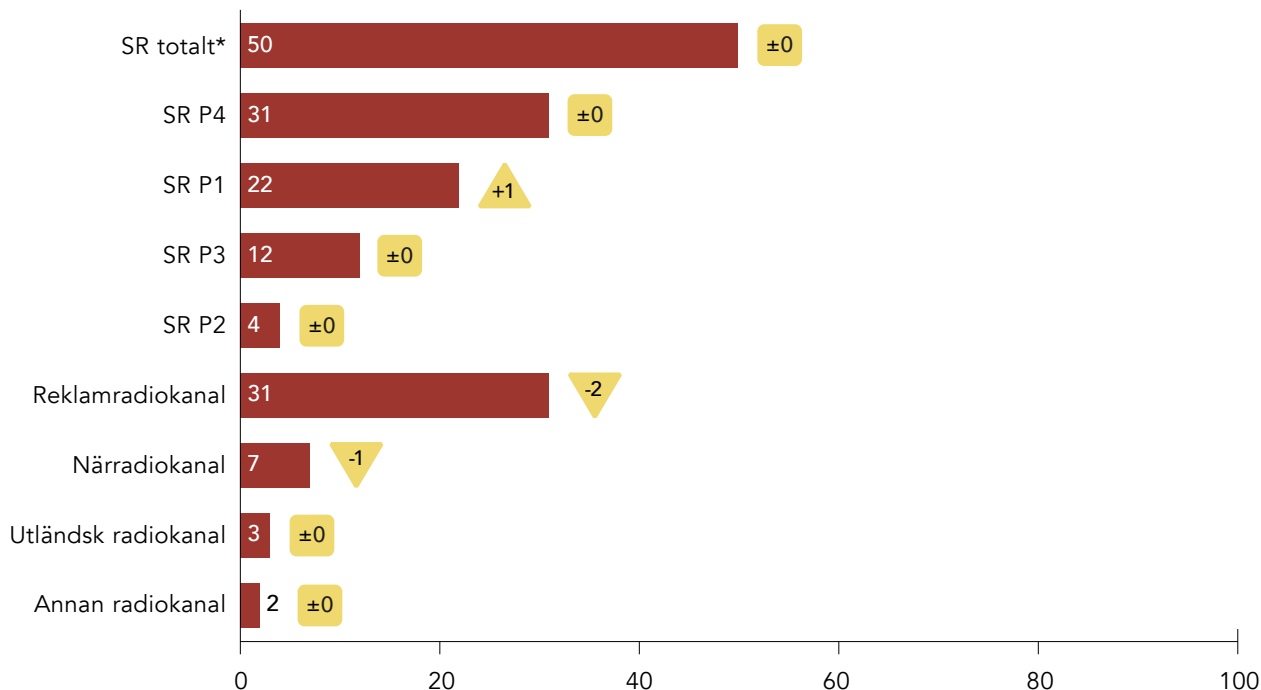
Sammantaget nådde SR fler män än kvinnor under 2024. För P1 och P4 var det en övervikt bland manliga lyssnare, för P2 och P3 fanns det ingen skillnad. För reklamradion var det inte heller någon skillnad i räckvidd mellan kvinnor och män.

Lyssnandet på de svenska radiokanalerna varierar kraftigt mellan olika åldersgrupper. Under 2024 lyssnade 78 procent i åldern 65 till 85 år på någon av SR:s fyra huvudkanaler. I åldern 15 till 24 år var motsvarande andel endast 22 procent. Störst var åldersskillnaderna för SR:s två största kanaler, P4 och P1. Den åldersgrupp som P3 hade högst räckvidd i, var gruppen 25 till 44 år. För den privata reklamradion gällde i stället att lyssnandet var som lägst i den äldsta gruppen, 65 till 85 år. Av de redovisade åldersgrupperna var lyssnande på reklamradion som mest utbredd i åldern mellan 45 och 64 år och i den yngsta åldersgruppen. Under 2024 hade reklamradion betydligt fler lyssnare i barn- och ungdomsgruppen, 9 till 14 år och 15 till 24 år, än SR:s fyra huvudkanaler tillsammans.

Det var ingen större skillnad mellan personer med och utan högskoleutbildning i avseende på den samlade räckvidden för SR:s fyra huvudkanaler. Skillnaderna mellan enskilda kanaler var dock tydliga. För P1 var räckvidden betydligt högre bland personer med högskolestudier. För P4, liksom för reklamradion, rådde 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. I storstäderna hade P1 störst räckvidd, medan P4 hade högst räckvidd på landsbygden.

RADIOKANALER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent samt förändring jämfört med 2023 i procentenheter)



Mediebarometern 2023 och 2024 (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, 2024 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	50	22	4	12	31	31
Kvinna	48	19	4	12	29	31
Man	53	24	5	13	34	31
9–14 år	25	5	2	11	14	37
15–24 år	22	5	2	9	11	29
25–44 år	41	15	2	18	20	33
45–64 år	60	27	5	13	39	39
65–85 år	78	40	10	6	54	18
Ej högskola (25–85 år)	58	19	4	11	44	35
Högskola (25–85 år)	57	32	6	15	29	28
Storstad	47	24	6	13	24	24
Stad	50	20	4	14	31	34
Landsbygd	54	20	3	11	37	36

Mediebarometern 2024 (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.

Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

En vanlig dag 2024 var det en betydligt högre andel av **9 till 14-åringarna** som lyssnade på reklamradio än på någon av SR:s fyra huvudkanaler. Det var ingen stor skillnad mellan pojkar och flickor. Av SR:s kanaler var P4 populärast.

I gruppen **15 till 24 år** var det också fler som lyssnade på reklamradio än SR. Dominansen för reklamradio visavis SR var större i åldern 15 till 19 år än i åldern 20 till 24 år. Reklamradio hade högst räckvidd på landsbygden.

Precis som i ungdomsgruppen var skillnader mellan könen begränsad i gruppen **25 till 44 år**. I den här gruppen var SR störst och för samtliga kanaler utom P3 var det tydlig skillnad mellan yngre och äldre i gruppen. För både P4 och reklamradio var räckvidden klart högre på landsbygden jämfört med i storstäderna.

I åldern **45 till 64 år** var SR:s dominans relativt reklamradio än tydligare och P4 ensam hade lika stor andel lyssnare som reklamradio. För SR var räckvidden högre bland män än kvinnor. Det var inga större skillnader i SR:s totala räckvidd kopplad till utbildning och boende. Reklamradio 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. Reklamradio hade fler lyssnare bland män än bland kvinnor.

RADIOKANALER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2024 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	25	5	2	11	14	37
Flicka	25	4	1	10	14	38
Pojke	26	7	2	11	15	36
Storstad	23	6	1	12	6	29
Stad	27	5	1	13	16	39
Landsbygd	26	5	2	8	19	42

Mediebarometern 2024 (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, 15–24 år, 2024 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	22	5	2	9	11	29
Kvinna	20	4	1	8	10	30
Man	24	6	2	11	13	29
15–19 år	22	5	1	8	13	35
20–24 år	21	5	3	11	8	22
Storstad	17	5	3	9	7	20
Stad	21	4	2	10	9	32
Landsbygd	27	5	1	9	17	36

Mediebarometern 2024 (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, 2024 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	41	15	2	18	20	33
Kvinna	39	13	2	18	18	35
Man	43	17	3	19	22	31
25–34 år	31	9	2	17	12	24
35–44 år	45	17	2	19	23	37
Ej högskola	37	9	2	16	22	41
Högskola	44	18	2	19	19	29
Storstad	38	17	3	17	13	23
Stad	39	13	2	21	18	35
Landsbygd	47	14	2	17	29	42

Mediebarometern 2024 (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, 2024 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	60	27	5	13	39	39
Kvinna	55	23	4	13	35	40
Man	64	31	5	12	43	38
45–54 år	50	23	4	14	30	42
55–64 år	64	28	5	12	43	37
Ej högskola	58	17	2	11	46	42
Högskola	61	37	7	14	32	35
Storstad	59	31	7	13	34	32
Stad	60	27	4	14	39	42
Landsbygd	60	23	3	12	43	41

Mediebarometern 2024 (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, 2024 (procent)

	SR totalt*	SR P1	SR P2	SR P3	SR P4	Reklamradio
Totalt	78	40	10	6	54	18
Kvinna	76	37	9	5	51	16
Man	80	43	10	8	57	21
65–74 år	74	33	6	7	55	24
75–85 år	81	47	13	5	54	13
Ej högskola	76	30	6	5	61	21
Högskola	81	54	14	7	46	15
Storstad	75	44	13	8	46	15
Stad	76	37	8	6	54	23
Landsbygd	81	40	8	5	61	18

Mediebarometern 2024 (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

63% lyssnade på inspelad musik en vanlig dag 2024.

59% lyssnade på strömmad musik – 9% på cd-/vinylskiva eller kassettband.

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

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

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

Sammanlagt uppgick den dagliga räckvidden för inspelad musik till 63 procent under 2024. Under året lyssnade 59 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, vinylskiva eller kassettband, 9 procent. Musik som spelas i radio och tv ingår inte i den här redovisningen.

Musiklyssnandet en genomsnittlig dag 2024 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 när det handlar om musiklyssnande på cd-/vinylskivor eller kassettband.

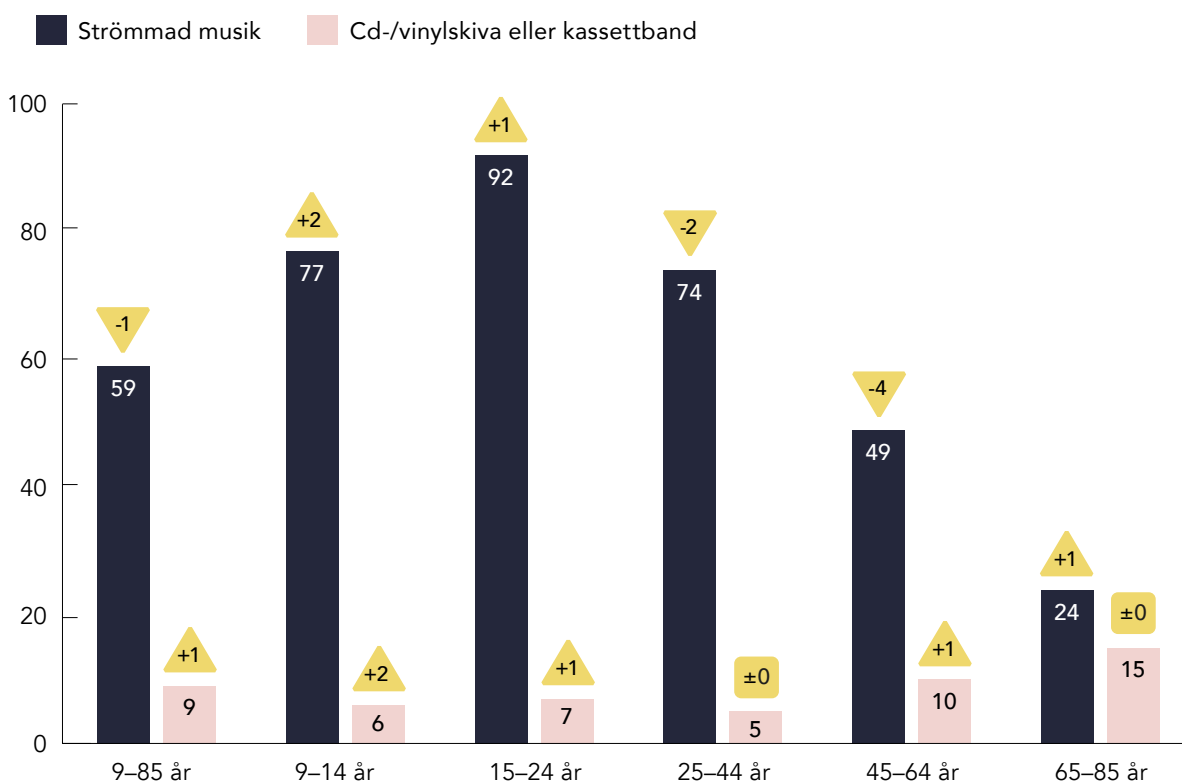
Det fanns stora skillnader mellan de olika åldersgrupperna även om strömmad musik var mycket populärt i samtliga åldersgrupper. Jämfört med föregående år märktes en svag ökning av lyssnande på strömmad musik bland de yngsta, 9 till 14 år medan det bland de mellan 45 och 64 år noterades en minskning. Allra högst var lyssnandet på inspelad musik i åldern 15 till 24 år (92 procent). Därefter minskade räckvidden väsentligt med stigande ålder. Lägst var den i gruppen 65 till 85 år (24 procent). Att lyssna på musik på cd-/vinylskiva eller kassettband ökade med ålder, flest var lyssnarna i åldersgruppen 65 till 85 år, 15 procent hade lyssnat på cd/vinyl eller kassettband en genomsnittlig dag.

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 lyssnandet på musik via skiv- eller kassetinspelningar fanns ingen motsvarande skillnad.

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

VICTROLA RECORD PLAYERS

INSPELAD MUSIK Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent samt förändring jämfört med 2023 i procentenheter)



Mediebarometern 2023 och 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

INSPELAD MUSIK Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent)

	Totalt	Strömmad musik	Cd-/vynylskiva eller kassettband
Totalt	63	59	9
Kvinna	61	57	7
Man	66	61	10
9–14 år	78	77	6
15–24 år	92	92	7
25–44 år	76	74	5
45–64 år	54	49	10
65–85 år	35	24	15
Ej högskola (25–85 år)	51	44	11
Högskola (25–85 år)	63	58	8
Storstad	68	64	9
Stad	63	58	8
Landsbygd	60	54	9

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

INSPELAD MUSIK

Lyssnartid i befolkningen



SCANDINAV BILDBYRÅ

Under en vanlig dag 2024 lyssnade 32% av befolkningen på musik i mer än en timme.

15 till 24-åringar var den undergrupp där högst andel, 43%, lyssnade på musik i mer än två timmar.

Andelen som lyssnade på musik i mer än en timme var högre bland personer boende i storstad, jämfört med boende i stad och på landsbygd.

En genomsnittlig dag lyssnade 63 procent av befolkningen 9 till 85 år på inspelad musik. Nästan var femte person lyssnade på musik i mer än två timmar. En något mindre andel, 15 procent, lyssnade en till två timmar. Drygt en av fem, 22 procent, lyssnade i 30 minuter till en timme på musik. 13 procent uppger att de lyssnade mindre än 30 minuter. Resterande del, en tredjedel av Sveriges befolkning, lyssnade inte eller visste inte hur länge de lyssnade på musik under gårdagen.

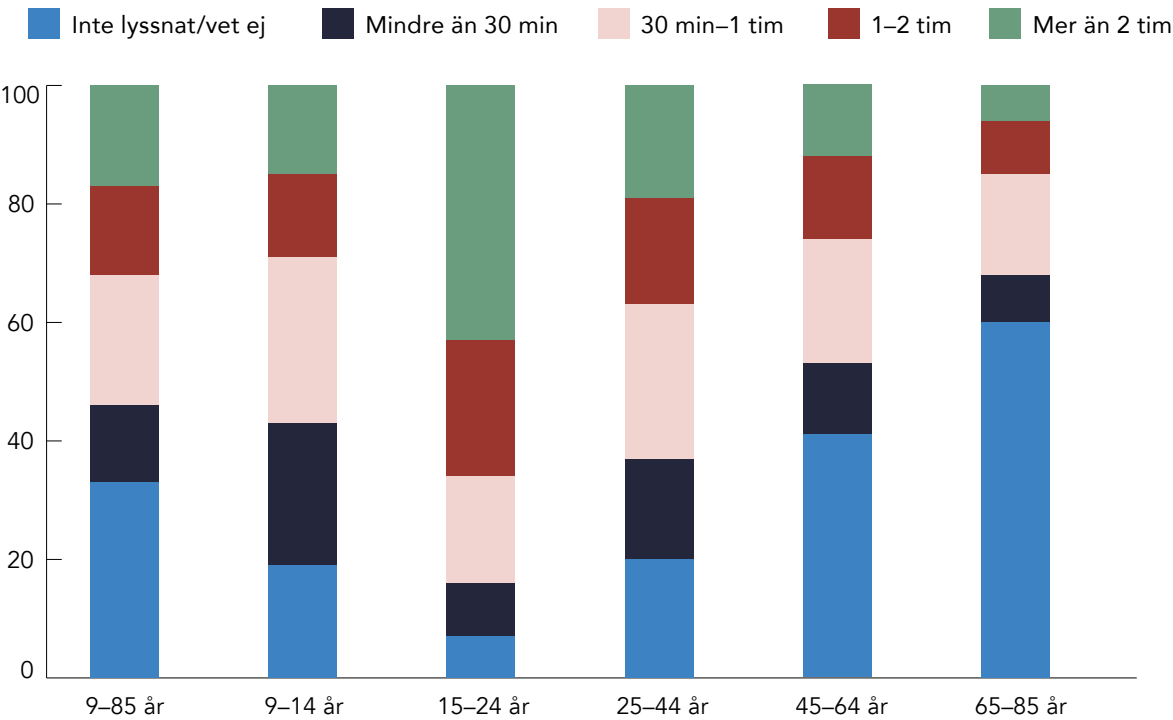
Män lyssnade i något högre utsträckning och ägnade lite längre tid åt inspelad musik en genomsnittlig dag än kvinnor.

En åldersgrupp sticker ut vad gäller lyssnartid på musik – 15 till 24-åringarna. Bland dessa lyssnade drygt fyra av tio på inspelad musik mer än två timmar en vanlig dag. 23 procent av dem lyssnade i en till två timmar. Andelen som inte lyssnade eller som inte visste hur länge de lyssnade på musik under gårdagen var låg i gruppen – enbart 7 procent. Lyssnartiden i åldersgrupperna 9 till 14 år och 25 till 44 år liknar varandra och de har samma andel icke-lyssnare. I de äldre åldersgrupperna var andelen som inte lyssnar eller inte visste hur längre högre och lyssnartiden var lägre. I den äldsta åldersgruppen, 65 till 85 år, lyssnade bara sex procent på inspelad musik i mer än två timmar en genomsnittlig dag, knappt en av tio lyssnade i en till två timmar. En fjärdedel av gruppen lyssnade på inspelad musik i upp till en timme en vanlig dag.

Också mellan olika utbildningsnivåer fanns en viss variation vad gäller om och hur länge människor lyssnade på inspelad musik. Andelen som lyssnade på musik och som la längre tid på musik var högre bland personer med högskoleutbildning jämfört med personer utan.

Vad gäller geografisk hemvist fanns det inga stora skillnader, men lyssningen och andelen som lyssnade längre än 30 minuter en vanlig dag var något högre bland storstadsbor än bland personer boende i stad eller på landsbygd.

INSPELAD MUSIK Fördelning lyssnartid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)



Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

INSPELAD MUSIK Fördelning lyssnartid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)

	Inte lyssnat/ vet ej	Mindre än 30 min	30 min–1 tim	1–2 tim	Mer än 2 tim
Samtliga	33	13	22	15	17
Kvinna	37	13	20	14	16
Man	29	14	23	16	18
9–14 år	19	24	28	14	15
15–24 år	7	9	18	23	43
25–44 år	20	17	26	18	19
45–64 år	41	12	21	14	12
65–85 år	60	8	17	9	6
Ej högskola (25–85 år)	45	10	19	14	12
Högskola (25–85 år)	34	14	24	15	13
Storstad	27	14	24	17	18
Stad	34	14	21	15	16
Landsbygd	37	12	21	14	16

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

RÖRLIG BILD

Daglig räckvidd



SCANDINAV BILDBYRÅ

96% tittade på rörlig bild i någon form en vanlig dag 2024.

Strömmad tv var vanligast, 67% såg på det – för tablålagd tv var räckvidden 51%.

Tablålagd tv hade högst räckvidd i åldersgruppen 65 till 85 år, 90% – för strömmad tv var räckvidden 51%.

Räckvidden för Youtube var högre bland män, 59% än bland kvinnor 35%.

Youtubes dagliga räckvidd var 81% bland 15 till 24-åringar – i åldern 65 till 85 år var den 19%.

En vanlig dag 2024 tittade i genomsnitt 96 procent av befolkningen 9 till 85 år på rörlig bild i någon form. 90 procent tittade på tv. Tv inkluderar tablålagd tv och strömmad tv eller så kallad video-on-demand (VOD), samt annat rörligt innehåll online. Medan 67 procent i befolkningen mellan 9 och 85 år hade sett strömmad tv en genomsnittlig dag, hade halva befolkningen, eller 51 procent, tittat på tablålagd tv. 47 procent hade tittat på Youtube en vanlig dag och 27 procent hade sett på annat rörligt innehåll online.

Jämfört med föregående år var den totala räckvidden för strömmad tv svagt ökande, +2 procentenheter. Räckvidden för tablålagd tv och Youtube låg på samma nivå 2024 som 2023.

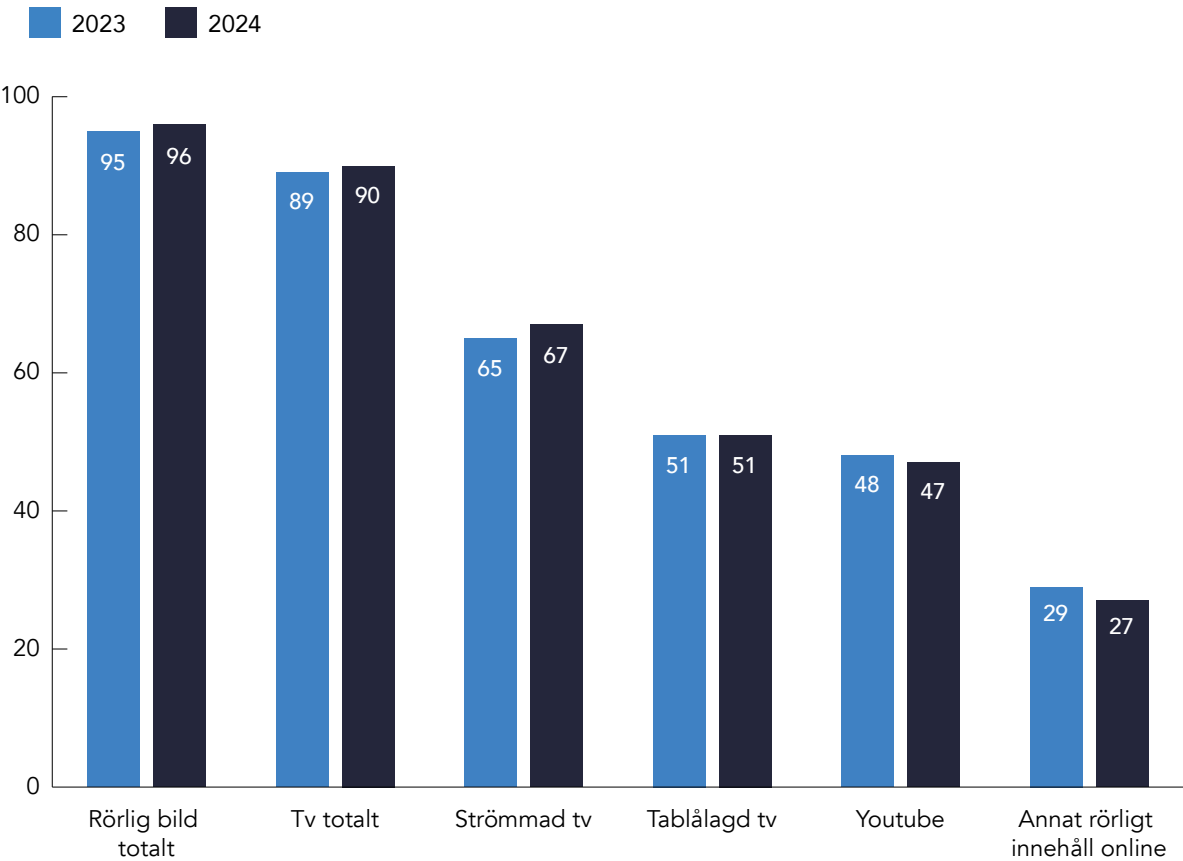
Sett till den samlade räckvidden för rörlig bild var skillnaden mellan kvinnor och män små. När det kommer till tv-mediet tittade kvinnor i lite större utsträckning på strömmad tv och tablålagd tv. Däremot var det en betydligt högre andel av männen som tittade på Youtube jämfört med kvinnorna.

Också uppdelat i åldersgrupper var skillnaderna i det samlade tittandet på rörlig bild relativt små. Valet av plattform för tv-tittande var däremot tydligt kopplat till ålder. I åldersgrupperna under 65 år var det i samtliga fall fler som tittade på strömmad än på tablålagd tv en vanlig dag 2024. I den äldsta gruppen, 65 till 85 år, gällde i stället det omvända. Bland dem tittade 90 procent på tablålagd tv en vanlig dag, medan 51 procent såg på strömmad tv. Också Youtubes räckvidd varierade kraftigt mellan åldersgrupperna och minskade med ökad ålder. Under 2024 tittade 81 procent av 15 till 24-åringar på Youtube en vanlig dag, medan andelen i åldern 65 till 85 var endast 19 procent.

När det kommer till utbildningsnivå var tittandet på strömmad tv mer utbrett bland personer med högskoleutbildning, medan tittandet på tablålagd tv var mer utbrett bland personer utan högskoleutbildning. Ändå var den totala räckvidden för tv-mediet nära densamma i båda grupperna. Inte heller för Youtubes räckvidd fanns det några stora skillnader avseende utbildningsnivå.

Det totala tittandet på rörlig bild varierade inte heller mellan olika delar av landet. Dock var tittandet lägre i landsbygd på strömmad tv medan tittandet på tablålagd tv var lägst i storstad.

RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 9–85 år, 2023 och 2024 (procent)



Mediebarometern 2023 och 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent)

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... strömmad	... tablålagd	Youtube
Totalt	96	90	67	51	47
Kvinna	95	92	68	52	35
Man	97	90	66	50	59
9–14 år	97	87	75	30	78
15–24 år	97	85	73	26	81
25–44 år	94	88	74	29	54
45–64 år	95	92	66	62	36
65–85 år	98	97	51	90	19
Ej högskola (25–85 år)	96	93	60	68	37
Högskola (25–85 år)	95	91	69	49	40
Storstad	96	91	69	47	48
Stad	96	91	68	53	46
Landsbygd	95	90	64	53	47

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga former av rörlig bild, inte bara de som anges i tabellen.

Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldern 9 till 14 år var räckvidden för strömmad tv högre bland flickor än bland pojkar under en vanlig dag 2024. Dock var det fler pojkar än flickor som tittade på Youtube. För tablålagd tv fanns inga skillnader mellan flickor och pojkar.

I gruppen 15 till 24 år tittade kvinnor i större utsträckning på strömmad tv jämfört med männen i gruppen. Däremot såg betydligt fler män på Youtube. Det var små variationer utifrån boendeort.

Mönstren bland barn och ungdomar upprepas i gruppen 25 till 44 år. Avsevärt fler män än kvinnor tittade på Youtube samtidigt som en högre andel av kvinnorna såg på strömmad tv. De utan högskoleutbildning tittade i större utsträckning på Youtube än högskoleutbildade.

Att tittandet på Youtube var högre bland män var fallet även i åldrarna 45 till 64 och 65 till 85. I gruppen 45 till 64 år var skillnaderna mellan könen små för tv-mediet. Sett till utbildningsnivå hade tablålagd tv högre räckvidd bland de utan högskoleutbildning. Tittandet på strömmad tv var lägst på landsbygden.

I den äldsta gruppen 65 till 85 år tittade män i högre grad än kvinnor på strömmad tv och Youtube. Det fanns skillnader mellan yngre och äldre inom åldersgruppen där de under 75 år tittade på strömmad tv och Youtube i större utsträckning än de mellan 75 och 85 år. Det var en högre andel utan högskoleutbildning som tittade på tablålagd tv. Boende i städer tittade mer på strömmad tv jämfört med de som bor på landsbygden.

RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 9–14 år, 2024 (procent)

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... strömmad	... tablålagd	Youtube
Totalt	97	87	75	30	78
Flicka	97	92	81	31	70
Pojke	97	83	70	30	85
Storstad	96	90	77	28	74
Stad	98	87	81	26	76
Landsbygd	96	85	71	34	81

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga former av rörlig bild, inte bara de som anges i tabellen.

RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 15–24 år, 2024 (procent)

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... strömmad	... tablålagd	Youtube
Totalt	97	85	73	26	81
Kvinna	96	88	80	27	72
Man	97	84	67	26	90
15–19 år	96	85	73	29	81
20–24 år	97	85	73	23	81
Storstad	96	85	71	27	80
Stad	97	86	75	21	80
Landsbygd	96	85	73	30	83

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga former av rörlig bild, inte bara de som anges i tabellen.

RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 25–44 år, 2024 (procent)

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... strömmad	... tablålagd	Youtube
Totalt	94	88	74	29	54
Kvinna	92	88	77	30	39
Man	96	88	72	29	70
25–34 år	97	87	76	22	66
35–44 år	94	88	73	32	50
Ej högskola	95	87	70	35	62
Högskola	94	88	76	27	50
Storstad	94	88	74	25	55
Stad	95	89	75	32	55
Landsbygd	94	86	74	32	53

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga former av rörlig bild, inte bara de som anges i tabellen.

RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 45–64 år, 2024 (procent)

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... strömmad	... tablålagd	Youtube
Totalt	95	92	66	62	36
Kvinna	94	93	66	64	22
Man	96	91	66	61	49
45–54 år	94	89	70	44	44
55–64 år	95	93	64	71	32
Ej högskola	95	93	62	70	35
Högskola	94	90	70	54	38
Storstad	95	92	70	58	39
Stad	96	93	69	68	37
Landsbygd	94	91	61	62	33

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga former av rörlig bild, inte bara de som anges i tabellen.

RÖRLIG BILD Daglig räckvidd, 65–85 år, 2024 (procent)

	Rörlig bild totalt*	Tv totalt	... strömmad	... tablålagd	Youtube
Totalt	98	97	51	90	19
Kvinna	98	97	47	91	12
Man	98	97	55	89	27
65–74 år	98	96	58	85	24
75–85 år	98	97	44	94	15
Ej högskola	98	97	49	92	18
Högskola	97	96	53	87	20
Storstad	98	96	56	86	18
Stad	99	98	52	91	17
Landsbygd	97	96	47	91	22

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga former av rörlig bild, inte bara de som anges i tabellen.

RÖRLIG BILD

Tittartid i befolkningen



SCANDINAV BILDBYRÅ

Nästan halva Sveriges befolkning, 47%, tittade mer än en timme på strömmad tv en genomsnittlig dag 2024.

Sett till hela befolkningen var det ungefär två av fem som tittade på tablålagd tv i mer än en timme.

16% tittade på Youtube mer än en timme.

I den äldsta åldersgruppen, 65 till 85 år, tittade nästan 80% på tablålagd tv mer än en timme, ungefär lika stor andel tittade inte alls på Youtube.

En genomsnittlig dag 2024 tittade 67 procent av befolkningen 9 till 85 år på strömmad tv. En stor andel, 47 procent, tittade mer än en timme. Motsvarande för tablålagd tv var att 51 procent hade tittat och andelen som tittade mer än en timme på tablålagd tv var 39 procent. För strömmad tv var det även drygt 15 procent som tittade i 30 minuter upp till en timme. Motsvarande andel för tablålagd tv var lägre. 47 procent hade tittat på Youtube en vanlig dag. Vad gäller fördelningen över tittartid för Youtube hade 16 procent tittat mer än en timme. Däremot var det nästan en av tre i befolkningen som tittade mindre än en timme.

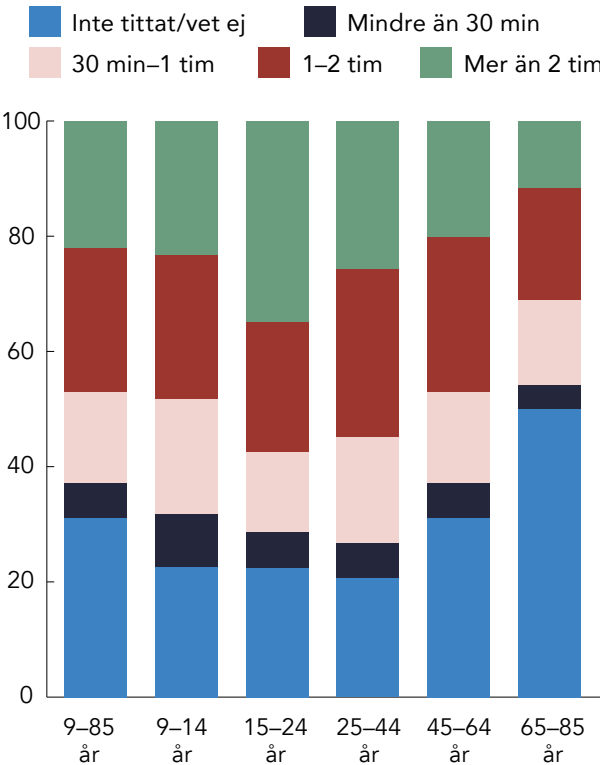
Både vad gäller strömmad och tablålagd tv tittade män lite kortare tid jämfört med kvinnor. Större könsskillnader går att se för Youtube, där män tittade i både högre utsträckning och under en längre tid jämfört med kvinnor.

I alla åldersgrupper förutom den äldsta var tittartiden på strömmad tv hög. 15 till 24-åringar var den åldersgrupp där störst andel tittade mer än två timmar en vanlig dag – 35 procent. I den äldsta åldersgruppen var andelen som tittade på strömmad tv lägre och även andelen som tittade mer än en timme var lägre än övriga åldersgrupper. Vad gäller tablålagd tv ser mönstret annorlunda ut. Den äldsta åldersgruppen tittade i stor utsträckning och nästan sex av tio tittade mer än två timmar en vanlig dag. 45 till 64-åringarna tittade i lite mindre utsträckning och lite kortare tid. De tre övriga åldersgrupperna hade liknande fördelning över tittartid på tablålagd tv, ungefär sju av tio tittade inte alls eller visste inte sin tittartid. Andelen som tittade och tittade länge på Youtube var högst i de två yngsta åldersgrupperna, för att sedan minska med stigande ålder.

Personer med högskoleutbildning tittade på strömmad tv i lite högre utsträckning och tittade lite längre, än personer utan högskoleutbildning. Motsatta tendenser går att se för tittartiden på tablålagd tv. Fördelningen över tittartid för Youtube var däremot relativt lika oavsett utbildningsnivå.

Tittartiden för strömmad tv var något högre bland personer boende i storstad, följt av boende i stad och slutligen personer i landsbygd. Vad gäller tiden som ägnades åt tablålagd tv var den ungefär på samma nivå bland boende i stad och på landsbygd men bland storstadsbor var andelen tittare lägre och även andelen som tittade mer än två timmar. Vad gäller geografisk hemvist och fördelning av tittartid på Youtube var det inga stora skillnader.

STRÖMMAD TV Fördelning tittartid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)



Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

STRÖMMAD TV Fördelning tittartid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)

	Inte tittat/vet ej	Mindre än 30 min	30 min–1 tim	1–2 tim	Mer än 2 tim
Samtliga	31	6	16	25	22
Kvinna	31	5	15	25	24
Man	30	7	18	25	20
9–14 år	23	9	20	25	23
15–24 år	23	6	14	22	35
25–44 år	21	6	18	29	26
45–64 år	31	6	16	27	20
65–85 år	50	4	15	19	12
Ej högskola (25–85 år)	38	5	13	23	21
Högskola (25–85 år)	28	6	19	28	19
Storstad	28	6	16	26	24
Stad	29	6	18	25	22
Landsbygd	35	5	15	25	20

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

TABLÅLAGD TV Fördelning tittartid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)

	Inte tittat/vet ej	Mindre än 30 min	30 min–1 tim	1–2 tim	Mer än 2 tim
Samtliga	49	3	9	14	25
Kvinna	49	2	8	15	26
Man	50	3	9	14	24
9–14 år	71	6	8	8	7
15–24 år	74	4	8	7	7
25–44 år	71	3	8	10	8
45–64 år	39	2	9	19	31
65–85 år	11	2	9	21	57
Ej högskola (25–85 år)	33	2	8	17	40
Högskola (25–85 år)	52	3	9	16	20
Storstad	54	3	9	13	21
Stad	47	3	9	14	27
Landsbygd	47	2	8	16	27

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

YOUTUBE Fördelning tittartid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)

	Inte tittat/vet ej	Mindre än 30 min	30 min–1 tim	1–2 tim	Mer än 2 tim
Samtliga	54	16	14	9	7
Kvinna	66	13	11	6	4
Man	43	18	17	12	10
9–14 år	23	21	24	19	13
15–24 år	20	15	25	18	22
25–44 år	46	18	17	11	8
45–64 år	64	16	11	6	3
65–85 år	81	10	6	2	1
Ej högskola (25–85 år)	64	13	11	7	5
Högskola (25–85 år)	61	17	12	6	4
Storstad	53	18	13	8	8
Stad	54	15	14	10	7
Landsbygd	54	15	15	9	7

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).



TV-KANALER

Daglig räckvidd

SCANDINAV BILDBYRÅ

42% tittade på någon av SVT:s tv-kanaler en vanlig dag 2024.

Bland SVT:s kanaler var räckvidden 39% för SVT1 – 24% tittade på SVT2. 37% av befolkningen tittade på TV4.

Fler män än kvinnor tittade på SVT2.

Räckvidden för SVT1, SVT2 och TV4 ökade kraftigt efter 44 års ålder.

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

Med en daglig räckvidd på 39 procent i befolkningen 9 till 85 år var SVT1 den tablålagda tv-kanal som hade landets största andel tittare under en genomsnittlig dag 2024. Nästan lika stor räckvidd – 37 procent – hade TV4. Tredjeplatsen intogs av SVT2 med 24 procent och fjärdeplatsen av Kanal 5 med 13 procent. Ingen annan tablålagd kanal nådde under 2024 en daglig räckvidd över 10 procent av befolkningen. Public service-bolaget Sveriges Televisions (SVT) totalt fem tv-kanaler hade under 2024 en samlad räckvidd på 42 procent. Förändringarna mellan 2023 och 2024 var små eller obefintliga för nästan alla kanaler.

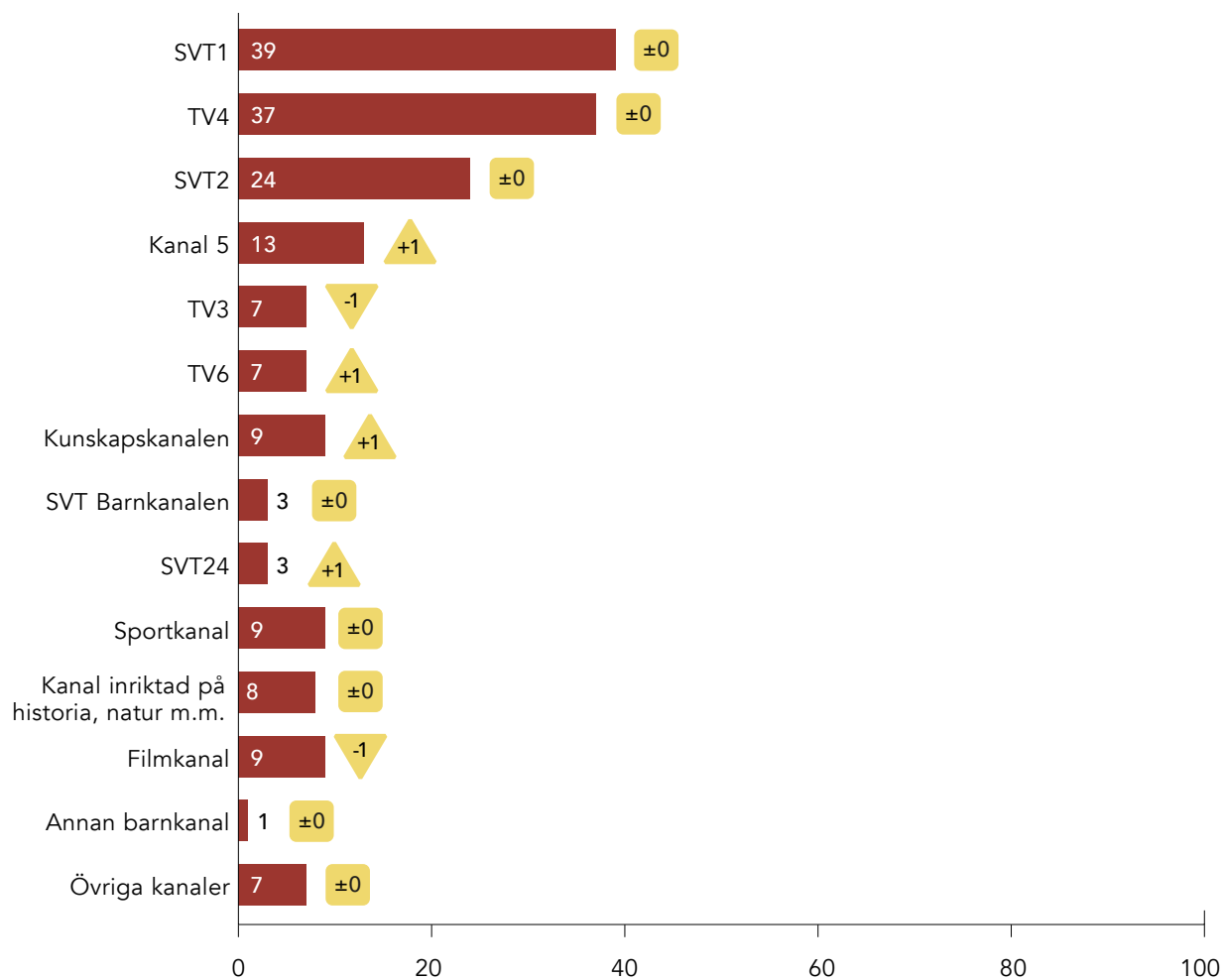
Det sammantagna tittandet på SVT:s kanaler varierade i liten utsträckning mellan kvinnor och män. Det gällde också för SVT1. Men fler män än kvinnor tittade på SVT2. För den största kommersiella tv-kanalen TV4 gällde det omvända, här var tittandet något mer utbrett bland kvinnor.

Räckvidden för SVT:s samlade tablålagda kanalutbud varierade under 2024 kraftigt mellan åldrarna. Högst räckvidd – 85 procent – uppmättes i gruppen 65 till 85 år. Lägst – 15 procent – var räckvidden i åldern 15 till 24 år. Räckvidden för SVT1, SVT2 och TV4 ökade markant från åldersgruppen 25 till 44 år och var som störst bland de mellan 65 och 85 år. För Kunskapskanalen (som sänds i samverkan mellan SVT och Sveriges Utbildningsradio, UR) noterades också en tydlig ökning av räckvidden med tittarnas ålder. Kunskapskanalens dagliga räckvidd var 25 procent i åldern 65 till 85 år, vilket kan jämföras med 2 procent i alla åldersgrupper 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 men även SVT1.

TV4 och SVT1 hade under 2024 en lägre räckvidd i storstäderna jämfört med i övriga landet. För SVT:s övriga kanaler fanns inte motsvarande geografisk skillnad.

TV-KANALER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent samt förändring jämfört med 2023 i procentenheter)



Mediebarometern 2023 och 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

TV-KANALER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	42	39	24	9	3	3	37
Kvinna	43	39	20	9	4	2	38
Man	42	40	28	10	2	3	36
9–14 år	18	13	4	2	7	0	17
15–24 år	15	13	5	2	2	1	18
25–44 år	21	18	8	2	5	1	20
45–64 år	53	49	33	10	2	3	47
65–85 år	85	82	54	25	1	7	68
Ej högskola (25–85 år)	58	54	34	14	3	5	54
Högskola (25–85 år)	43	40	25	9	3	2	32
Storstad	39	36	23	8	3	3	31
Stad	45	42	26	9	3	3	39
Landsbygd	44	41	23	11	3	3	41

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Kunskapskanalen.

Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

Under 2024 tittade flickor och pojkar i åldern 9 till 14 år i ungefär lika liten utsträckning på SVT:s kanaler och på TV4. Barn på landsbygden tittade mer på SVT:s kanaler och TV4 än barn i städer och storstäder.

I gruppen 15 till 24 år var tablå-tv-tittandet generellt lågt och skillnaderna mellan kanalerna små. En större andel tittade på TV4 än SVT kanaler tillsammans. TV4 var populär hos unga kvinnor och boende på landsbygd.

I åldern 25 till 44 år var också tittandet lågt och skillnaderna små. Störst skillnader finns mellan yngre och äldre i gruppen, där SVT1 och TV4 hade fler tittare bland dem över 35 år. Fler tittade

på TV4 bland de utan högskolestudier och bland boende utanför storstäderna.

I gruppen 45 till 64 år var det fler män än kvinnor som tittade på SVT2. Den äldre delen av gruppen tittade i högre grad på SVT1, SVT2 och TV4 än den yngre. SVT1, SVT2, Kunskapskanalen och TV4 hade en högre räckvidd bland ej högskoleutbildade, i synnerhet TV4. Utanför storstäderna var räckvidden för TV4 högre.

SVT2:s högre räckvidd bland män fanns också i gruppen 65 till 85 år. I åldersgruppen tittade den äldre halvan på SVT1, SVT2, Kunskapskanalen i större utsträckning än den yngre halvan. Räckvidden för TV4 var högre i landsbygd än i storstad.

TV-KANALER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2024 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	18	13	4	2	7	0	17
Flicka	19	13	3	3	9	0	16
Pojke	18	14	5	1	7	0	18
Storstad	16	13	6	1	6	0	17
Stad	14	11	3	1	5	0	13
Landsbygd	22	15	4	3	10	1	19

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Kunskapskanalen.

TV-KANALER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2024 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	15	13	5	2	2	1	18
Kvinna	16	13	4	2	4	1	21
Man	14	13	7	2	1	1	16
15–19 år	16	12	6	2	3	1	19
20–24 år	13	13	4	2	1	1	16
Storstad	17	13	5	2	2	1	15
Stad	11	10	5	2	2	1	17
Landsbygd	16	14	5	2	2	1	22

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Kunskapskanalen.

TV-KANALER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2024 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	21	18	8	2	5	1	20
Kvinna	21	18	6	2	6	1	21
Man	20	18	10	2	4	1	19
25–34 år	14	12	4	2	3	1	15
35–44 år	23	20	9	3	5	1	22
Ej högskola	22	19	10	5	5	1	26
Högskola	20	18	7	1	4	1	17
Storstad	18	16	8	2	4	1	15
Stad	22	19	8	2	5	0	22
Landsbygd	22	19	8	3	5	1	24

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Kunskapskanalen.

TV-KANALER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2024 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	53	49	33	10	2	3	47
Kvinna	53	49	28	9	2	3	47
Man	53	50	38	11	2	3	46
45–54 år	34	31	21	3	2	2	31
55–64 år	62	58	39	13	2	4	54
Ej högskola	58	55	36	12	2	4	57
Högskola	48	44	30	8	2	2	36
Storstad	51	46	34	10	3	3	38
Stad	58	54	37	10	1	3	52
Landsbygd	51	48	30	10	2	3	50

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Kunskapskanalen.

TV-KANALER Daglig räckvidd, 65–85 år, 2024 (procent)

	SVT totalt	SVT1	SVT2	KK*	SVTB	SVT24	TV4
Totalt	85	82	54	25	1	7	68
Kvinna	84	81	47	24	2	6	69
Man	86	83	61	26	1	9	67
65–74 år	79	75	46	21	1	5	66
75–85 år	91	89	62	29	1	10	69
Ej högskola	87	83	52	24	1	8	74
Högskola	83	80	57	27	1	6	59
Storstad	82	77	54	23	1	6	62
Stad	88	85	59	22	2	9	68
Landsbygd	86	83	50	28	1	7	71

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Kunskapskanalen.

STRÖMNINGSTJÄNSTER

Daglig räckvidd



CARD MARPL

67% av befolkningen tittade på strömmad tv en vanlig dag 2024.

SVT play var den mest använda strömningstjänsten med en daglig räckvidd på 33%.

Räckvidden för Netflix var 32%.

Netflix hade högst räckvidd i befolkningen yngre än 45 år – SVT plays räckvidd var över 30% i befolkningen utom i gruppen 15 till 24 år.

Både Netflix och SVT play hade flest tittare bland högutbildade.

En genomsnittlig dag 2024 tittade 67 procent av befolkningen 9 till 85 år på någon strömningstjänst för rörlig bild. Högst daglig räckvidd, 33 procent, hade SVT play, följt av Netflix med 32 procent. Räckvidden för TV4 play var 22 procent och räckvidden för Max och Viaplay var 13 respektive 10 procent.

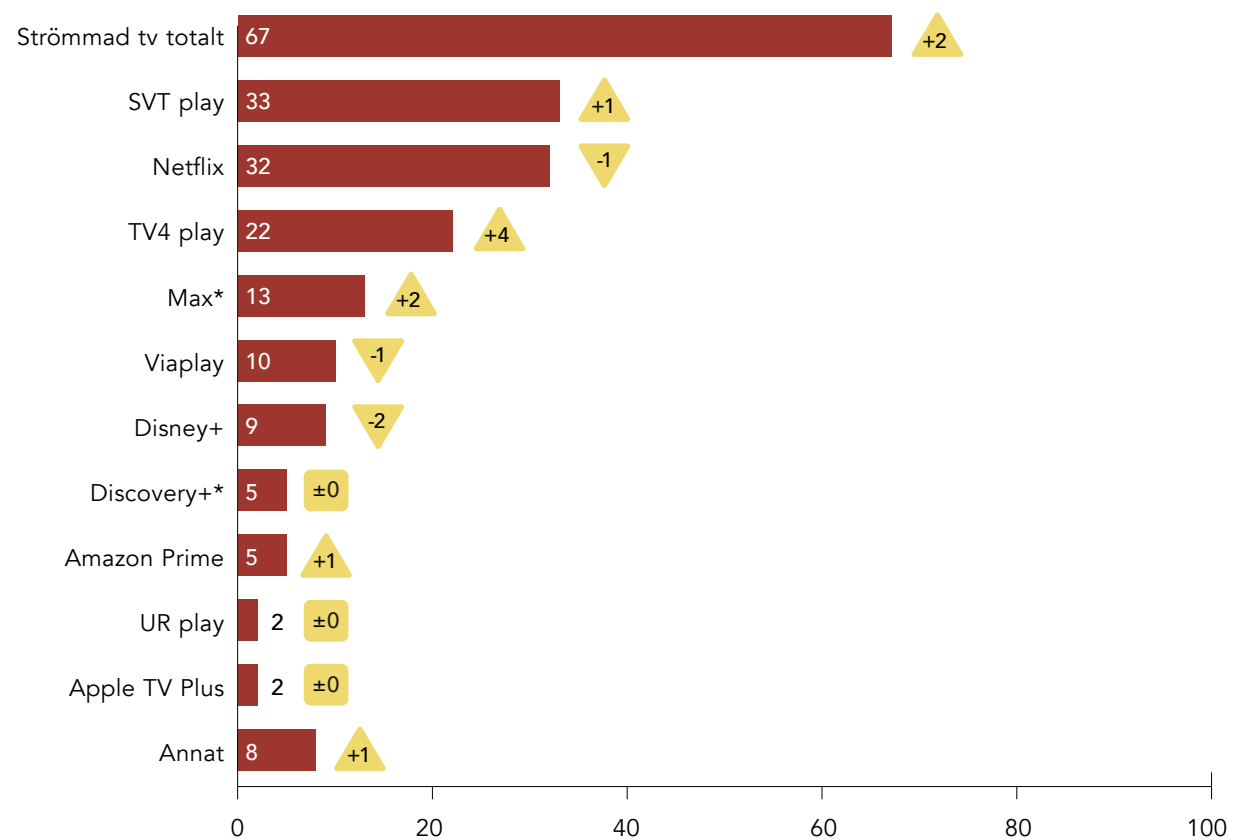
Även om skillnaderna för de olika strömningstjänsternas räckvidd var mycket små mellan 2023 och 2024 förändrades rangordningen av de mest populära strömningstjänsterna. SVT play gick om Netflix och blev den mest använda tjänsten en vanlig dag. För TV4 play noterades den största ökningen från 18 till 22 procent. Även Max stärkte sin position under 2024, även om ökningen på 2 procentenheter från 11 till 13 procent är blygsam. Disney+ minskade sin räckvidd något, från 11 till 9 procent. Räckvidden för övriga tjänster var närapå oförändrad mellan åren.

Kvinnor och män tittade ungefär lika mycket på SVT play, däremot tittade kvinnor på TV4 play i större utsträckning än män, 25 procent, jämfört med 19 procent bland männen. Kvinnorna såg också på Netflix i större utsträckning än män. Andelarna var 34 respektive 30 procent.

Åldersmässigt var räckvidden för strömningstjänster högst bland de under 45 år. Omkring 75 procent av dem tog del av någon strömningstjänst en genomsnittlig dag. Lägst andel tittare fanns bland de äldsta. Andelen var 51 procent bland de mellan 65 och 85 år. Netflix var särskilt populärt hos unga, medan SVT play hade en starkare position bland äldre. Disney+ har en tydlig målgrupp bland yngre tittare. Tjänsten nådde 19 procent av såväl 9 till 14-åringar som 15 till 24-åringar. Endast 1 procent av 65 till 85-åringarna tog del av Disney+ en vanlig dag.

Utbildningsnivå verkar påverka streamingvanor, särskilt SVT play, som hade en räckvidd på 40 procent bland högskoleutbildade jämfört med 30 procent bland de utan högskola. Räckvidden för Max var högre i storstäder än på landsbygden.

STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent samt förändring jämfört med 2023 i procentenheter)



Mediebarometern 2023 och 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Frågan om Discovery+ ställdes bara till de respondenter som besvarade undersökningen under våren 2024. Därefter ingick Discovery+ i "Max (inkl Discovery Plus)".

STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent)

	Totalt*	SVT play	Netflix	TV4 play	Max	Viaplay	Disney+
Totalt	67	33	32	22	13	10	9
Kvinna	68	34	34	25	11	9	9
Man	66	33	30	19	14	12	9
9–14 år	75	31	47	17	14	10	19
15–24 år	73	20	48	20	19	18	19
25–44 år	74	35	40	21	16	10	12
45–64 år	66	37	28	25	12	10	6
65–85 år	51	36	12	22	5	7	1
Ej högskola (25–85 år)	60	30	25	24	10	10	6
Högskola (25–85 år)	69	40	31	21	13	8	7
Storstad	69	36	34	20	15	9	11
Stad	68	35	32	23	12	12	8
Landsbygd	64	30	30	22	11	11	9

Mediebarometern 2024 (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 2024 än vad pojkar gjorde. Det gäller Netflix och SVT play, för de andra tjänsterna var skillnaderna mycket små men med en något högre räckvidd bland pojkar än bland flickor.

Under 2024 tittade kvinnor i åldern 15 till 24 år mer på strömmad tv än vad män gjorde. Kvinnor tittade i högre grad på alla redovisade tjänster utom Viaplay. Att se på Netflix var betydligt mer utbrett bland de under 20 år än de över.

I gruppen 25 till 44 år var skillnaden mellan kvinnor och män mindre jämfört med de yngre grupperna. Dock såg kvinnor i större utsträckning än män på Netflix, SVT play och TV4 play. I jämförelse med de andra tjänsterna hade SVT play högre andel tittare med högskoleutbildning i den

här åldersgruppen. TV4 play hade lägre andel tittare i storstäder.

I åldersgruppen 45 till 64 år var skillnaderna i tittandet mellan könen små. Kvinnor hade en något högre andel tittare på TV4 play medan männen hade en något högre andel som tittat på Max. Fler högskoleutbildade och boende i stad eller storstad tittade på SVT play. Även Max hade högre andel tittare i storstäderna.

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 minst betydelse för räckvidden för strömmad tv, med undantag för SVT play. För SVT play var andelen tittare lägre på landsbygden.

STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2024 (procent)

	Totalt*	SVT play	Netflix	TV4 play	Max	Viaplay
Totalt	75	31	47	17	14	10
Flicka	81	37	56	15	12	8
Pojke	70	25	41	18	15	10
Storstad	77	30	50	18	14	9
Stad	81	27	52	15	16	11
Landsbygd	71	33	43	17	12	9

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga strömningstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2024 (procent)

	Totalt*	SVT play	Netflix	TV4 play	Max	Viaplay
Totalt	73	20	48	20	19	18
Kvinna	80	26	53	27	22	18
Man	67	15	46	14	16	19
15–19 år	73	21	55	19	17	18
20–24 år	73	20	40	22	21	19
Storstad	71	22	47	17	19	15
Stad	75	20	50	23	18	21
Landsbygd	73	19	49	21	19	19

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga strömningstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2024 (procent)

	Totalt*	SVT play	Netflix	TV4 play	Max	Viaplay
Totalt	74	35	40	21	16	10
Kvinna	77	36	43	25	14	10
Man	72	33	36	18	17	11
25–34 år	76	32	39	20	23	11
35–44 år	73	36	40	21	13	10
Ej högskola	70	26	41	22	14	13
Högskola	76	39	39	21	17	9
Storstad	74	35	40	17	18	9
Stad	75	37	40	24	15	10
Landsbygd	74	32	39	23	15	13

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga strömningstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2024 (procent)

	Totalt*	SVT play	Netflix	TV4 play	Max	Viaplay
Totalt	66	37	28	25	12	10
Kvinna	66	37	28	29	9	9
Man	66	36	28	21	15	12
45–54 år	70	35	35	23	19	10
55–64 år	64	38	24	26	9	10
Ej högskola	62	31	26	26	12	12
Högskola	70	42	30	23	13	8
Storstad	70	40	31	25	16	7
Stad	69	41	28	24	11	13
Landsbygd	61	31	25	25	11	11

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga strömningstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

STRÖMNINGSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 65–85 år, 2024 (procent)

	Totalt*	SVT play	Netflix	TV4 play	Max	Viaplay
Totalt	51	36	12	22	5	7
Kvinna	47	32	11	22	3	5
Man	55	40	12	23	6	9
65–74 år	58	39	16	27	5	7
75–85 år	44	32	8	17	4	6
Ej högskola	49	31	10	23	4	7
Högskola	53	41	14	20	5	7
Storstad	56	41	15	21	5	7
Stad	52	38	9	23	5	7
Landsbygd	47	30	11	22	4	6

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga strömningstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

DAGSTIDNING

Daglig räckvidd



SCANDINAV BILDBYRÅ

66% i åldern 9 till 85 år läste någon dagstidning, digitalt eller på papper, en vanlig dag 2024.

58% läste dagstidning digitalt – 20% läste på papper.

Högst räckvidd hade dagstidningen i åldern 65 till 85 år, 87%.

Den digitala tidningens räckvidd var högst i åldersgruppen 45 till 64 år, 71%.

Papperstidningens räckvidd var högst i åldersgruppen 65 till 85 år, 44%.

Under 2024 tog 66 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. Mellan 2023 och 2024 ökade den digitala dagstidningsläsningen medan läsningen av papperstidningar fortsatte att minska. Den digitala räckvidden steg med 2 procentenheter till 58 procent, medan pappersläsningen sjönk med 2 procentenheter till 20 procent. Detta innebär att den positiva utvecklingen för digitala dagstidningar, som setts under tidigare år, fortsätter, medan räckvidden för papperstidningar fortsätter att minska.

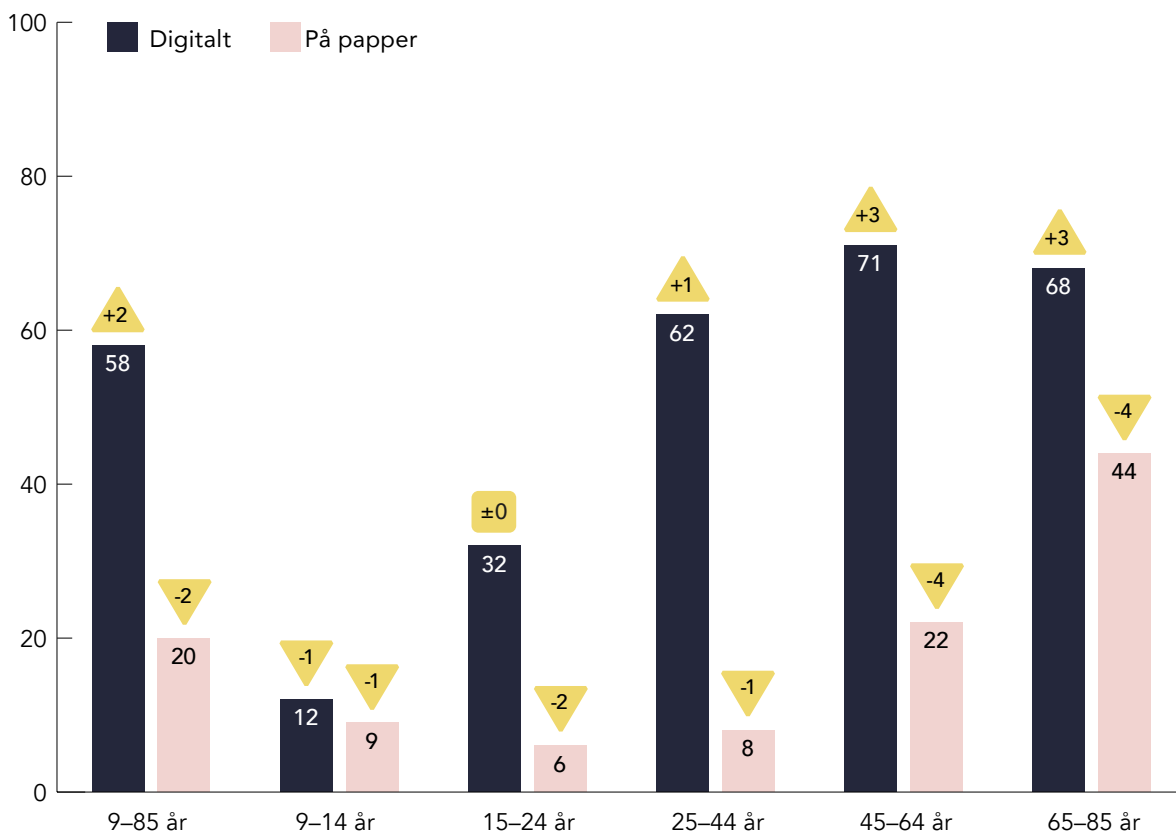
Bakom utfallet för befolkningen som helhet döljer sig stora skillnader mellan olika grupper. Män tog del av digitala dagstidningar i något större utsträckning än kvinnor medan kvinnor läste på papper i något större utsträckning än män.

Dagstidningens räckvidd ökade med stigande ålder. Sambandet med ålder gällde både för läsning digitalt och på papper. I samtliga åldersgrupper lästes dagstidningen digitalt i större utsträckning än på papper. I åldersgruppen 65 till 85 år lästes den digitala tidningen i något lägre utsträckning än åldersgruppen närmast under. I samma åldersgrupp var läsningen av tidningen på papper avsevärt högre än i de övriga åldersgrupperna. Sett över tid har dock andelen läsare av papperstidningar minskat bland de äldsta. Bland personer under 45 år var andelen läsare av papperstidningar under 10 procent.

Den samlade räckvidden för dagstidningen var högre bland personer med högskoleutbildning än bland personer utan. Skillnaden förklaras uteslutande av en högre räckvidd för den digitala dagstidningen bland högskoleutbildade. När det gäller räckvidden för tryckta dagstidningar var läsning något högre bland de utan högskoleutbildning.

Den digitala dagstidningens räckvidd var högre i storstad än på landsbygd. För papperstidningen var skillnaderna små med avseende på boendeort.

DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent samt förändring jämfört med 2023 i procentenheter)



Mediebarometern 2023 och 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar.

DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	66	58	20
Kvinna	65	56	21
Man	67	60	18
9–14 år	19	12	9
15–24 år	36	32	6
25–44 år	65	62	8
45–64 år	78	71	22
65–85 år	87	68	44
Ej högskola (25–85 år)	73	62	25
Högskola (25–85 år)	78	70	21
Storstad	68	61	18
Stad	67	60	21
Landsbygd	63	54	20

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar.

Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldern 9 till 14 år var den totala dagstidningsläsningen något högre bland flickor än bland pojkar. En något högre andel av boende i storstad hade tagit del av en dagstidning digitalt eller på papper jämfört med boende utanför storstad.

I gruppen 15 till 24 år var de digitala läsarna i klar majoritet. Det gällde både kvinnor och män. Uppdelat på ålder var läsningen av digitala dagstidningar betydligt högre bland 20 till 24-åringar än bland 15 till 19-åringar. Läsningen av digitala dagstidningar var 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 detsamma. Räckvidden för digitala dagstidningar var högst i gruppens övre åldersspann, 35 till 44 år, bland högskoleutbildade samt bland boende i storstäderna.

I gruppen 45 till 64 år tog män och personer med högskoleutbildning del av digitala dagstidningar i något större utsträckning än kvinnor och personer utan högskoleutbildning. Den digitala räckvidden var högst i städer och storstäder och lägst på landsbygden. Andelen papperstidningsläsare var relativt jämn mellan utbildningsnivåer, men var något vanligare bland kvinnor, personer över 55 år och i städer.

I den äldsta gruppen, 65 till 85 år, var det vanligare att ta del av en digital tidning än en papperstidning. Män tog del av digitala tidningar i större utsträckning än kvinnor. Den yngre halvan av åldersspannet samt personer med högskoleutbildning tog också del av digitala tidningar i förhållandevis hög utsträckning. I avseende på läsning av tryckta tidningar var räckvidden högre bland 75 till 85-åringarna än bland 65 till 74-åringarna samt utanför storstad.

DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 9–14 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	19	12	9
Flicka	22	14	11
Pojke	18	11	8
Storstad	25	16	12
Stad	15	11	7
Landsbygd	18	11	9

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar.

DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 15–24 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	36	32	6
Kvinna	35	31	7
Man	36	34	5
15–19 år	28	25	5
20–24 år	46	42	6
Storstad	39	35	7
Stad	33	32	4
Landsbygd	34	30	6

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar.

DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 25–44 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	65	62	8
Kvinna	65	62	9
Man	66	63	8
25–34 år	54	52	6
35–44 år	70	67	9
Ej högskola	59	56	9
Högskola	69	66	8
Storstad	68	66	7
Stad	64	62	9
Landsbygd	64	59	10

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar.

DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 45–64 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	78	71	22
Kvinna	76	67	24
Man	80	75	20
45–54 år	76	72	13
55–64 år	79	70	26
Ej högskola	74	66	21
Högskola	83	75	23
Storstad	80	75	20
Stad	85	76	26
Landsbygd	72	63	21

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar.

DAGSTIDNING Daglig räckvidd, 65–85 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	87	68	44
Kvinna	84	64	45
Man	90	71	43
65–74 år	85	72	35
75–85 år	88	63	53
Ej högskola	83	64	42
Högskola	91	72	47
Storstad	87	68	40
Stad	89	69	48
Landsbygd	85	66	44

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Dagstidning omfattar morgon-, kvälls- och gratistidningar.

MORGONTIDNING

Daglig räckvidd

SCANDINAV BILDBYRÅ

53% av befolkningen 9 till 85 år läste någon morgontidning, på papper eller digitalt, en vanlig dag 2024.

Det var fler som läste morgontidningen digitalt än på papper.

Både papperstidningen och den digitala tidningen hade högst räckvidd i åldern 65 till 85 år.

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

Räckvidden för digital morgontidning var högre i storstäderna än på landsbygden.

Under 2024 tog 53 procent i åldersgruppen 9 till 85 år del av en morgontidning en genomsnittlig dag. 42 procent tog del av en digital morgontidning, medan 18 procent tog del av en morgontidning på papper. Resultatet visar en fortsatt övergång till digital läsning av morgontidningar, med 2 procentenheters ökning för digital och 2 procentenheters minskning för papperstidning. Som morgontidning räknas här både prenumererade och gratisutdelade nyhetstidningar men inte kvällstidningar (Aftonbladet eller Expressen). De flesta läsarna läste antingen enbart på papper eller enbart digitalt. 7 procent av befolkningen 9 till 85 år läste både någon tryckt och någon digital morgontidning en vanlig dag 2024.

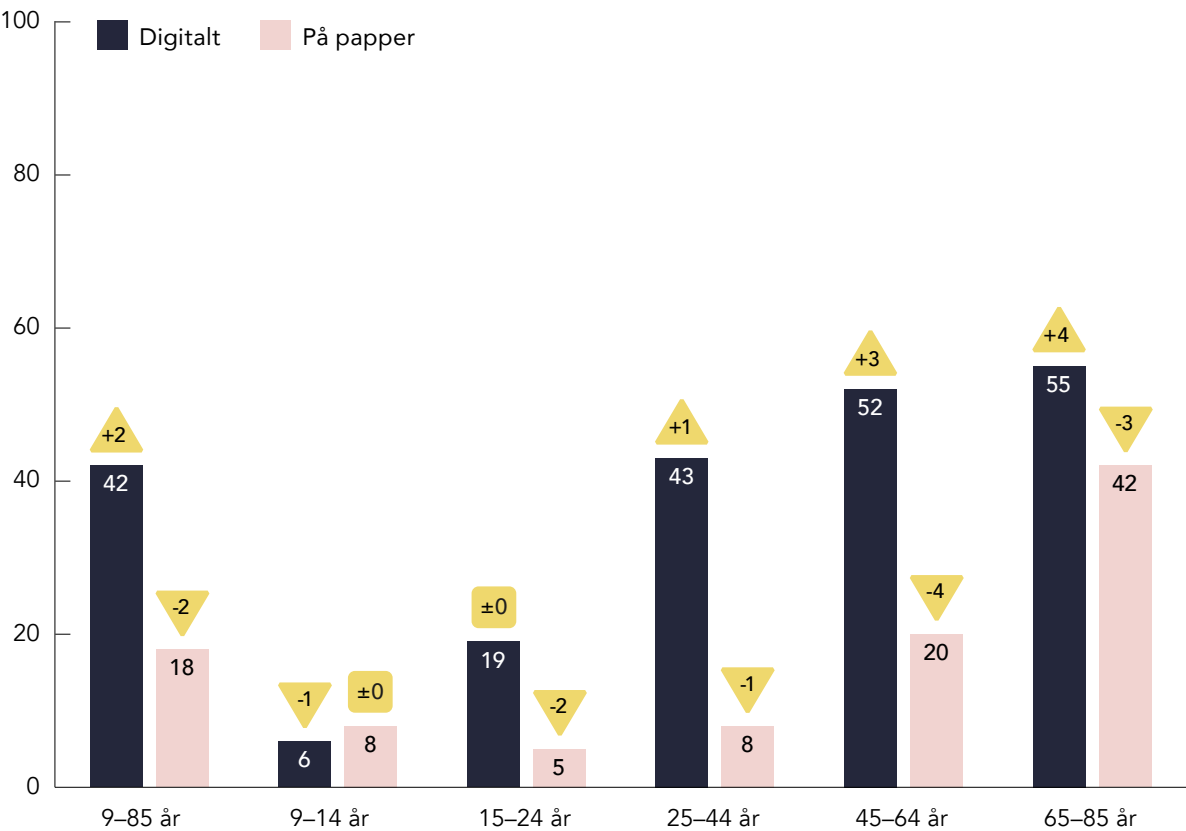
Den samlade räckvidden för morgonpressen var ungefär lika stor bland kvinnor som bland män. Män läste digital morgontidning i något större utsträckning än kvinnor medan kvinnor och män läste papperstidningar i ungefär lika stor utsträckning.

I avseende på räckvidden för morgontidningen fanns ett mycket tydligt positivt samband med ålder. I den äldsta gruppen, 65 till 85 år, var räckvidden 79 procent. Både papperstidningen och den digitala tidningen hade högst räckvidd bland de äldsta. 2023 var det första året som läsning av en digital tidning översteg läsning av en tidning på papper. 2024 års undersökning bekräftar detta trendbrott. 2024 ökade den digitala läsningen med 4 procentenheter medan papperstidningens andel minskade med 3 procentenheter bland 65 till 85-åringarna. För personer under 45 år var räckvidden för papperstidning under 10 procent.

Morgontidningen lästes i större utsträckning av personer med högskoleutbildning. Skillnaden mellan utbildningsnivåerna förklaras av en lägre räckvidd för den digitala läsningen bland personer utan högskoleutbildning. Morgontidningen på papper hade nästan lika hög räckvidd oavsett utbildningsnivå.

Den totala räckvidden för morgontidningen var högre i storstad och städer än på landsbygden. Det gällde särskilt för den digitala tidningen.

MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent samt förändring jämfört med 2023 i procentenheter)



Mediebarometern 2023 och 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar.

MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	53	42	18
Kvinna	52	40	19
Man	54	45	17
9–14 år	13	6	8
15–24 år	23	19	5
25–44 år	47	43	8
45–64 år	64	52	20
65–85 år	79	55	42
Ej högskola (25–85 år)	56	43	23
Högskola (25–85 år)	66	56	20
Storstad	55	46	16
Stad	55	44	20
Landsbygd	49	37	19

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar.

Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldersgruppen 9 till 14 år var räckvidden för morgontidningar 13 procent. Flickor och boende i storstad läste morgontidningar i något större utsträckning än pojkar och boende på landsbygd.

I åldersgruppen 15 till 24 år fanns en markant skillnad mellan de yngre och äldre åldersintervallen. Bland de mellan 15 och 19 år var särskilt den digitala läsningen lägre än i den äldre gruppen, 20 till 24 år. Skillnaderna avseende digital läsning var också markanta mellan boende i storstad och landsbygd.

Även bland 25 till 44-åringarna var andelen läsare av digitala morgontidningar 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.

Bland 45 till 64-åringarna var andelen läsare av en tidning på papper högre i den äldre halvan av gruppen. Betydelsen av utbildningsnivå och boendeort var också tydliga i åldern 45 till 64 år. Den digitala morgontidningen hade en högre räckvidd bland högskoleutbildade och bland boende i städer.

I den äldsta gruppen, 65 till 85 år, var den digitala läsningen något mer utbredd bland män än bland kvinnor. Andelen läsare av en digital tidning var lägre i den äldre halvan av åldersgruppen medan den tryckta tidningen lästes i avsevärt större utsträckning bland gruppens äldsta. Personer som studerat vid högskola läste tidningen digitalt i större utsträckning än andra.

MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 9–14 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	13	6	8
Flicka	16	8	10
Pojke	10	4	7
Storstad	16	6	11
Stad	13	8	6
Landsbygd	11	4	7

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar.

MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 15–24 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	23	19	5
Kvinna	21	16	6
Man	25	23	4
15–19 år	16	13	5
20–24 år	31	27	6
Storstad	26	22	6
Stad	20	19	3
Landsbygd	21	16	6

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar.

MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 25–44 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	47	43	8
Kvinna	47	43	8
Man	48	44	7
25–34 år	39	36	5
35–44 år	51	46	9
Ej högskola	39	33	8
Högskola	52	49	7
Storstad	50	47	6
Stad	47	43	8
Landsbygd	45	39	9

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar.

MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 45–64 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	64	52	20
Kvinna	62	49	23
Man	65	56	18
45–54 år	60	54	12
55–64 år	65	52	24
Ej högskola	55	44	19
Högskola	72	61	22
Storstad	67	58	19
Stad	71	58	24
Landsbygd	56	44	20

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar.

MORGONTIDNING Daglig räckvidd, 65–85 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	79	55	42
Kvinna	76	52	42
Man	82	59	42
65–74 år	75	58	33
75–85 år	83	53	50
Ej högskola	73	49	39
Högskola	86	63	45
Storstad	80	58	37
Stad	81	56	46
Landsbygd	77	51	42

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Morgontidning omfattar både betal- och gratistidningar.

MORGONTIDNING

Läsartid i befolkningen



SCANDINAV BILDBYRÅ

Drygt en av tio läste morgontidning på papper mer än 15 minuter en vanlig dag 2024.

Nästan en tredjedel av Sveriges befolkning läste digital morgontidning mer än 15 minuter.

I gruppen 65 till 85 år läste 24% tryckt liksom digital morgontidning mer än 30 minuter.

Knappt fyra av tio i åldersgrupperna 25 till 44 år och 45 till 64 år läste en digital morgontidning upp till 30 minuter.

Morgontidning i digitalt format lästes av 42 procent av befolkningen 9 till 85 år en genomsnittlig dag 2024. 11 procent läste i mer än 30 minuter, medan 17 procent läste mellan en kvart och 30 minuter. Nästan 15 procent läste upp till 15 minuter medan strax under 60 procent antingen inte läste alls eller visste inte hur länge de läst. För tryckt morgontidning såg fördelningen ut på ett annat sätt. Totalt 18 procent av befolkningen läste en morgontidning på papper en vanlig dag 2024. 7 procent läste längre än 30 minuter. Ungefär samma andel läste i en kvart till 30 minuter, medan 5 procent läste upp till 15 minuter. Över 80 procent tog inte del av en tryckt morgontidning alls eller visste inte hur länge de tagit del av den.

Vad gäller digital morgontidning var det en något högre andel av männen i befolkningen som både läste och som läste mer än 15 minuter en vanlig dag jämfört med kvinnor. Ingen större könsskillnad går att återse vad gäller tryckt morgontidning.

I de tre yngsta åldersgrupperna var det över 90 procent som inte visste hur länge eller som inte alls tagit del av någon tryckt morgontidning under gårdagen. Bland 45 till 64-åringarna hade drygt 5 procent läst upp till 15 minuter och knappt 15 procent hade läst längre än en kvart. Bland 65 till 85-åringar var det istället nästan en av fyra som läste en tryckt morgontidning längre än 30 minuter. Nästan en av fem läste upp till 30 minuter. I den yngsta åldersgruppen var det även för digital morgontidning en stor andel som inte hade läst eller inte visste hur länge. Bland 15 till 24-åringar hade 18 procent läst upp till 30 minuter. I den mellersta åldersgruppen, 25 till 44 år, var det jämfört med tryckt morgontidning en mycket större andel som läst digital morgontidning en vanlig dag och nästan fyra av tio hade läst i upp till 30 minuter. I de två äldsta åldersgrupperna var det drygt hälften som tagit del av en digital morgontidning men personer mellan 65 och 85 år läste lite längre tid jämfört med 45 till 64-åringar.

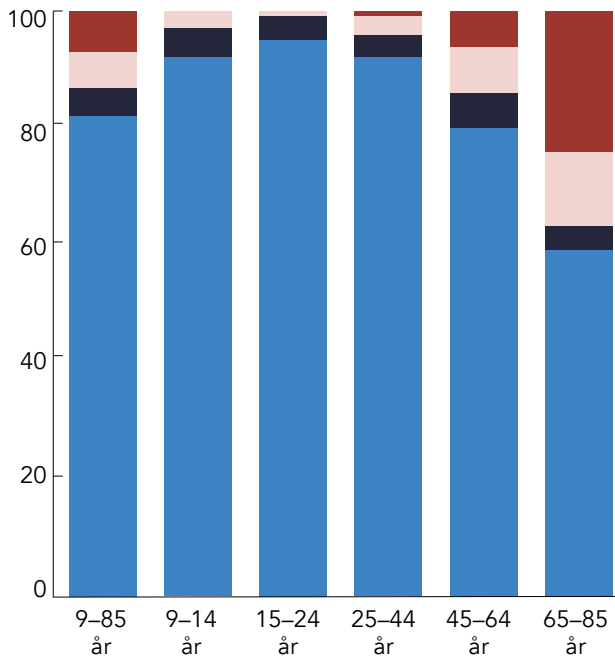
Mellan utbildningsnivåerna fanns det i princip inga skillnader vad gäller fördelning av läsartid för tryckt morgontidning. För digital morgontidning var det en större andel bland personer med högskoleutbildning som läste och som också läste längre tid jämfört med personer utan högskoleutbildning.

I avseende på boendeort och fördelning av läsartid för tryckt morgontidning var det inga stora skillnader. För digital morgontidning var andelen som läste mer än 15 minuter högre bland storstadsbor jämfört med boende i stad och på landsbygd.

MORGONTIDNING Fördelning tid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)

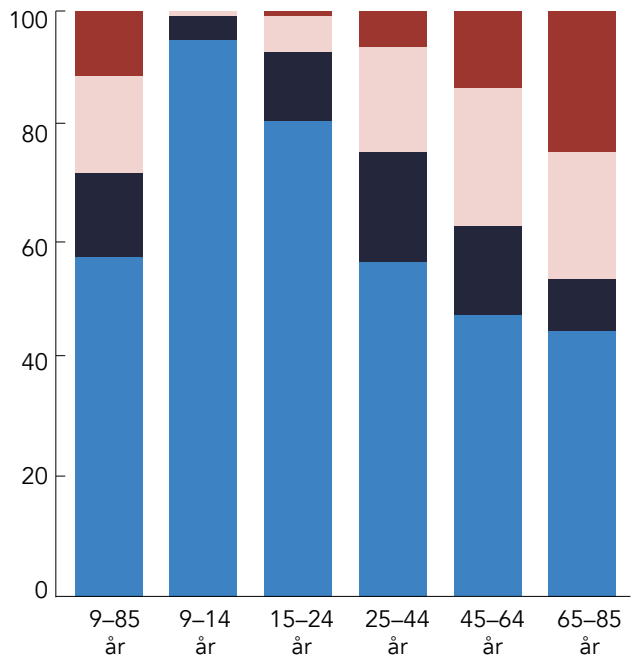
Inte tagit del av/vet ej Mindre än 15 min 15–30 min Mer än 30 min

TRYCKT MORGONTIDNING



Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

DIGITAL MORGONTIDNING



Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

TRYCKT MORGONTIDNING Fördelning tid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)

	Inte tagit del av/vet ej	Mindre än 15 min	15–30 min	Mer än 30 min
Samtliga	82	5	6	7
Kvinna	81	5	6	8
Man	83	4	6	7
9–14 år	92	5	3	0
15–24 år	95	4	1	0
25–44 år	92	4	3	1
45–64 år	80	6	8	6
65–85 år	59	4	13	24
Ej högstskola (25–85 år)	78	5	8	9
Högstskola (25–85 år)	79	5	7	9
Storstad	84	3	5	8
Stad	81	5	7	7
Landsbygd	81	6	6	7

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

DIGITAL MORGONTIDNING Fördelning tid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)

	Inte tagit del av/vet ej	Mindre än 15 min	15–30 min	Mer än 30 min
Samtliga	58	14	17	11
Kvinna	60	14	16	10
Man	55	14	19	12
9–14 år	95	4	1	0
15–24 år	81	12	6	1
25–44 år	57	19	18	6
45–64 år	48	15	24	13
65–85 år	45	9	22	24
Ej högstskola (25–85 år)	58	14	18	10
Högstskola (25–85 år)	44	16	24	16
Storstad	54	12	20	14
Stad	57	16	17	10
Landsbygd	64	13	15	8

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).



KVÄLLSTIDNING

Daglig räckvidd

SCANDINAV BILDBYRÅ

43% i befolkningen 9 till 85 år läste någon kvällstidning en genomsnittlig dag 2024.

Den största andelen, 41%, läste kvällstidningen digitalt – på papper var räckvidden 4%.

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

Kvällstidningen hade högst räckvidd i åldern 45 till 64 – i gruppen tog 50% del av en digital kvällstidning. Lägst var räckvidden bland barn, 9 till 14 år, 10% digitalt och 4% på papper.

Skillnaderna i den dagliga räckvidden är liten i förhållande till utbildningsnivå och boendeort.

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 43 procent del av någon kvällstidning en vanlig dag 2024. Internet spelar en avgörande roll för kvällstidningarnas räckvidd. 41 procent läste tidningen digitalt, vilket var betydligt fler än de 4 procent som läste kvällstidningen på papper. I jämförelse med 2023 märks inga eller små skillnader i läsningen av kvällstidningar.

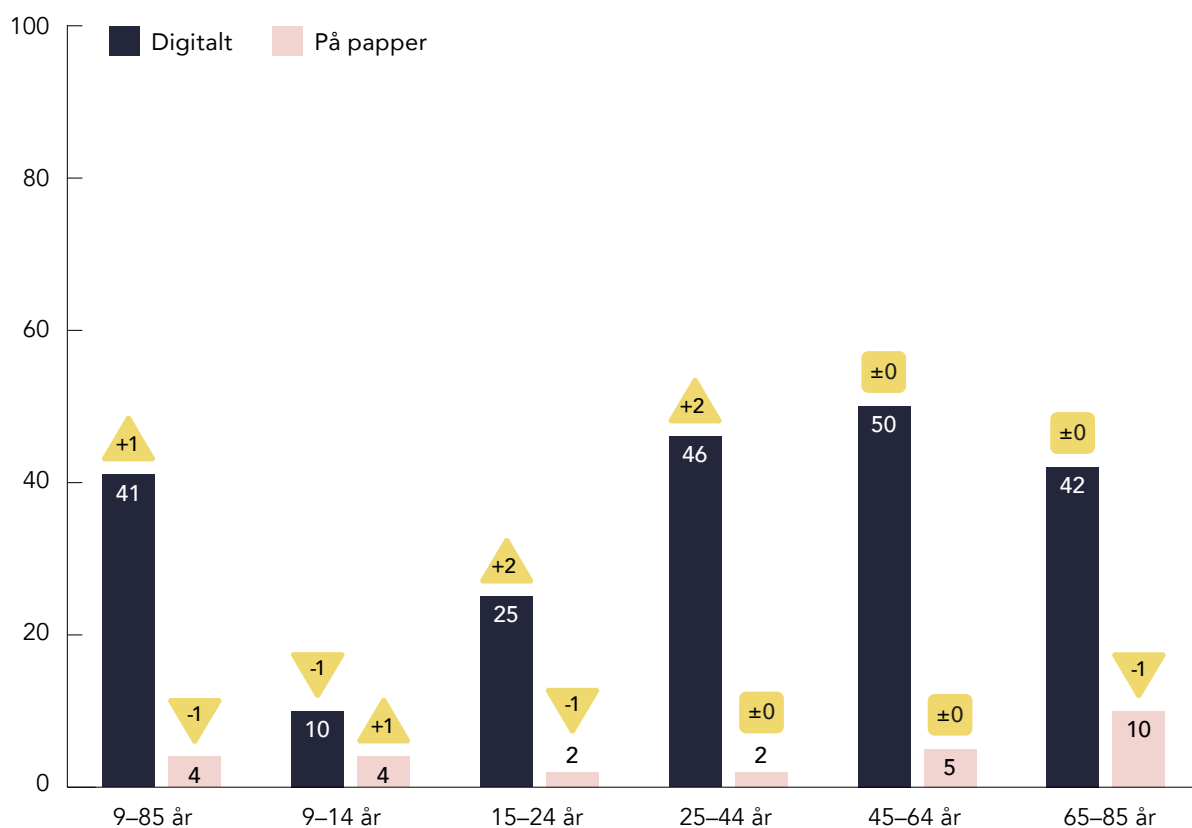
Under 2024 läste 44 procent av männen en kvällstidning en genomsnittlig dag, 42 procent av kvinnorna gjorde detsamma. Något fler män än kvinnor läste en digital kvällstidning.

På samma sätt som för morgontidningen (se s. 54) fanns det ett tydligt samband mellan läsning av kvällstidning och ålder. Sambandet var dock inte helt rakt. Av de redovisade åldersgrupperna var andelen kvällstidningsläsare lägst bland barnen, 13 procent, och högst bland 45 till 64-åringarna, 52 procent. Papperstidningen nådde flest läsare i den äldsta åldersgruppen 65 till 85 år. En vanlig dag läste 10 procent i den åldersgruppen en kvällstidning på papper. I övriga åldersgrupper varierade den dagliga räckvidden mellan 2 och 5 procent.

Det finns små skillnader avseende utbildning, där personer utan högskoleutbildning tenderar att läsa kvällstidningar i något större utsträckning än de med högskoleutbildning.

Kvällstidningar hade en ganska enhetlig räckvidd över olika geografiska områden, även om en något högre andel storstads- och stadsbor läste en digital kvällstidning jämfört med boende på landsbygden.

KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent samt förändring jämfört med 2023 i procentenheter)



Mediebarometern 2023 och 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	43	41	4
Kvinna	42	39	5
Man	44	42	4
9–14 år	13	10	4
15–24 år	26	25	2
25–44 år	46	46	2
45–64 år	52	50	5
65–85 år	48	42	10
Ej högskola (25–85 år)	51	48	6
Högskola (25–85 år)	47	45	4
Storstad	43	41	4
Stad	44	42	5
Landsbygd	41	39	5

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

Kvällstidningsläsningen var under 2024 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 de som var mellan 15 och 24 år läste den äldre halvan av åldersgruppen i högre grad än tonåringarna. Det var små skillnader i avseende på kön och boendeort. Läsningen var huvudsakligen digital, få i gruppen läste papperstidning.

I gruppen 25 till 44 år var kvällstidningsläsningen högre bland 35 till 44-åringarna än bland de mellan 25 och 34 år. Det var små eller inga skillnader i läsning i avseende på kön, utbildningsnivå och boendeort.

I gruppen 45 till 64 år noteras den största skillnaden i avseende på kön. Män läste en kvälls-

tidning i större utsträckning än kvinnor. Personer utan högskoleutbildning var något mer benägna att ta del av kvällstidningar, särskilt digitalt, än de med högskoleutbildning. I övrigt var det små skillnader mellan olika grupper. Människor i städer tenderade att ta del av kvällstidningar i något högre grad än boende på landsbygden.

Bland de äldsta, 65 till 85 år, tog män del av kvällstidningar i större utsträckning än kvinnor, den yngre halvan – 65 till 74-åringarna – läste digitalt i betydligt större utsträckning än de äldsta, 75 till 85 år. Andelen läsare av en kvällstidning på papper var däremot större bland 75 till 85-åringarna. Kvällstidningsläsningen var något mer utbredd i städerna än i storstad och på landsbygd.

KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 9–14 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	13	10	4
Flicka	12	10	4
Pojke	13	10	4
Storstad	18	14	6
Stad	7	6	2
Landsbygd	13	10	5

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 15–24 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	26	25	2
Kvinna	28	25	3
Man	26	25	1
15–19 år	21	19	2
20–24 år	34	32	2
Storstad	27	24	3
Stad	26	25	1
Landsbygd	26	25	2

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 25–44 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	46	46	2
Kvinna	48	47	1
Man	45	45	2
25–34 år	37	37	2
35–44 år	50	49	2
Ej högskola	46	46	2
Högskola	46	46	1
Storstad	46	46	2
Stad	47	47	2
Landsbygd	46	45	2

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 45–64 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	52	50	5
Kvinna	48	45	5
Man	56	55	4
45–54 år	53	51	4
55–64 år	51	49	5
Ej högskola	55	53	5
Högskola	49	47	4
Storstad	52	50	4
Stad	56	53	5
Landsbygd	49	47	5

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

KVÄLLSTIDNING Daglig räckvidd, 65–85 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	48	42	10
Kvinna	45	40	11
Man	51	45	9
65–74 år	51	48	7
75–85 år	45	37	12
Ej högskola	50	44	10
Högskola	45	40	9
Storstad	46	41	9
Stad	51	44	10
Landsbygd	48	42	10

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).



KVÄLLSTIDNING

Läsartid i befolkningen

SCANDINAV BILDBYRÅ

Under 2024 läste nästan en fjärdedel av Sveriges befolkning en digital kvällstidning mer än 15 minuter under en genomsnittlig dag.

Läsartiden för tryckt kvällstidning var i princip obefintlig eller väldigt låg i befolkningen i stort och i samtliga undergrupper.

En något större andel av männen ägnade sig åt att läsa digital kvällstidning mer än 15 minuter jämfört med kvinnorna.

En genomsnittlig dag 2024 läste 41 procent av befolkningen 9 till 85 år någon kvällstidning digitalt. Nästan en av fyra av befolkningen tog del av digital kvällstidning i mer än 15 minuter, medan 16 procent läste upp till 15 minuter. För kvällstidning på papper såg fördelningen ut på ett annat sätt. Totalt hade 4 procent läst någon tryckt kvällstidning och det var 2 procent som läste längre än 15 minuter en vanlig dag. Samma procentandel läste upp till 15 minuter.

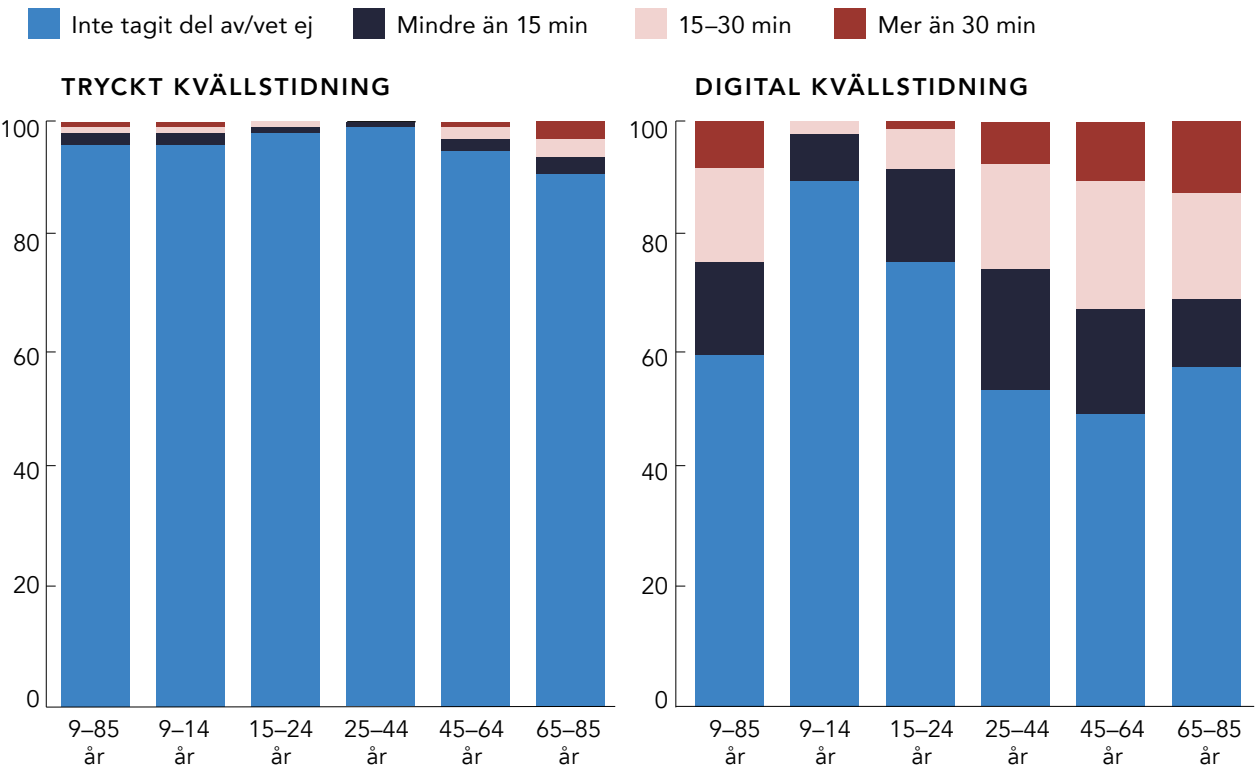
Vad gäller digital kvällstidning var det en något högre andel av männen som läste mer än 15 minuter en vanlig dag, medan det bland kvinnor var en något högre andel som tog del av kvällstidning digitalt under lite kortare tid (upp till 15 minuter). Det går inte att se någon skillnad mellan kvinnor och män vad gäller tryckt kvällstidning.

I alla åldersgrupper förutom den äldsta var läsartiden för tryckt kvällstidning i princip obefintlig. I den äldsta åldersgruppen, 65 till 85 år, var det totalt 6 procent som hade läst en tryckt kvällstidning längre än 15 minuter en vanlig dag. 3 procent hade läst mindre än 15 minuter. När det kommer till digital kvällstidning och läsartid ser det annorlunda ut. Där ökar andelen som läst mer än 30 minuter för varje åldersgrupp, med högst andel bland 65–85-åringar, 12 procent. Andelen som läste mellan 15 och 30 minuter låg mellan 18 och 22 procent sett till personer från 25 år till 64 år.

Mellan utbildningsnivåerna fanns det i princip inga skillnader vad gäller fördelning av läsartid för vare sig tryckt eller digital kvällstidning.

I avseende på boendeort och fördelning av läsartid för tryckt kvällstidning var det i princip inga skillnader. För digital kvällstidning var andelen som läste mer än 30 minuter något högre bland storstadsbor jämfört med boende i stad och på landsbygd.

KVÄLLSTIDNING Fördelning tid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)



Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

TRYCKT KVÄLLSTIDNING Fördelning tid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)

	Inte tagit del av/vet ej	Mindre än 15 min	15–30 min	Mer än 30 min
Samtliga	96	2	1	1
Kvinna	96	2	1	1
Man	95	2	2	1
9–14 år	96	2	1	1
15–24 år	98	1	1	0
25–44 år	99	1	0	0
45–64 år	95	2	2	1
65–85 år	91	3	3	3
Ej högskola (25–85 år)	95	2	2	1
Högskola (25–85 år)	97	1	1	1
Storstad	96	2	1	1
Stad	96	2	1	1
Landsbygd	95	2	2	1

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

DIGITAL KVÄLLSTIDNING Fördelning tid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)

	Inte tagit del av/vet ej	Mindre än 15 min	15–30 min	Mer än 30 min
Samtliga	60	16	16	8
Kvinna	61	18	15	6
Man	58	15	18	9
9–14 år	90	8	2	0
15–24 år	76	16	7	1
25–44 år	54	21	18	7
45–64 år	50	18	22	10
65–85 år	58	12	18	12
Ej högskola (25–85 år)	53	17	20	10
Högskola (25–85 år)	55	18	18	9
Storstad	59	16	16	9
Stad	59	17	17	7
Landsbygd	61	16	16	7

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).



TIDSKRIFT

Daglig räckvidd

LAURA CHOUETTE

35% i befolkningen 9 till 85 år läste någon tidskrift en genomsnittlig dag 2024.

Flest, 22%, läste tidskrift på papper – för digital tidskrift var räckvidden 18%.

Fler kvinnor läste papperstidskrift, medan 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.

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.

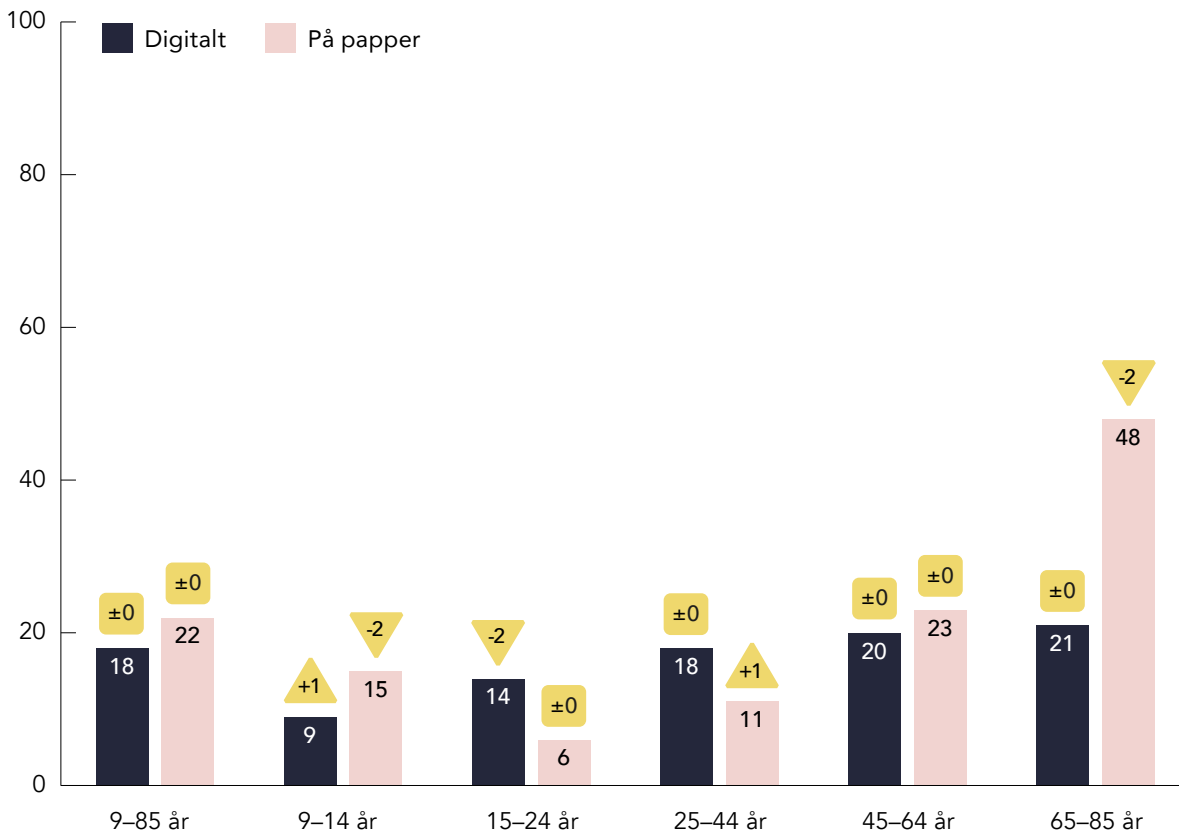
I befolkningen 9 till 85 år läste 35 procent någon tidskrift en vanlig dag 2024. Den största andelen läste tidskrift på papper, 22 procent, och 18 procent läste tidskrift digitalt. Jämfört med 2023, märks stora likheter i avseende på den dagliga räckvidden för tidskrifter.

När det kommer till tidskriftens olika distributionsformer läste kvinnor främst tryckt tidskrift medan männen läste digitalt i lika stor utsträckning som på papper. Det var också en högre andel bland kvinnorna än bland männen som läste tidningen på papper, medan andelen digitala tidningssläsare 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 57 procent läste någon tidskrift en vanlig dag. De läste i första hand tidskriften på papper. Lägst räckvidd hade tidskriften i åldern 15 till 24 år, bland dem hade 18 procent läst tidskrift en vanlig dag. I gruppen 15 till 24 år hade den digitala tidskriften en räckvidd på 14 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. Bland de över 44 år och bland barnen hade den tryckta tidskriften fler läsare än den digitala.

För läsning av en digital tidskrift märktes under 2024 små skillnader beroende på utbildningsnivå. Geografiskt var den totala räckvidden för tidskrifter jämn, med 35 procent i storstäder och städer samt 34 procent på landsbygden. Den digitala räckvidden var dock högre i städerna än på landsbygden.

TIDSKRIFT Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent samt förändring jämfört med 2023 i procentenheter)



Mediebarometern 2023 och 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

TIDSKRIFT Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	35	18	22
Kvinna	35	16	24
Man	34	20	20
9–14 år	21	9	15
15–24 år	18	14	6
25–44 år	26	18	11
45–64 år	37	20	23
65–85 år	57	21	48
Ej högskola (25–85 år)	40	20	26
Högskola (25–85 år)	37	19	25
Storstad	35	20	21
Stad	35	18	22
Landsbygd	34	15	23

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldern 9 till 14 år läste flickor och pojkar tidskrift i nästan lika stor utsträckning. Andelen läsare av en tidskrift på papper var något större bland flickor än bland pojkar och högre i städerna än på landsbygden.

I åldersgruppen 15 till 24 år var läsning av digitalt format vanligare än läsning av tryckt format. Män tog del av digital tidskrift i något större utsträckning än kvinnor. Bland dem var det tre gånger vanligare att läsa digitalt än på papper. Boende i storstad tog totalt sett del av någon tidskrift i högre grad än boende på landsbygd.

Även bland 25 till 44-åringar var det fler som läste digitalt än på papper. Män läste digitalt i större utsträckning än kvinnor. Det förelåg totalt sett små skillnader i avseende på utbildning, däremot var andelen läsare av en digital tidskrift högre bland de utan högskoleutbildning. Andelen digitala läsare var också högre i storstad jämfört med landsbygd.

I åldern 45 till 64 år var läsning av tidskrift på papper vanligare än läsning av digital tidskrift. Resultatet gällde de flesta grupper. Bland män samt i den yngre halvan av åldersspannet är dock digital läsningen och läsning på papper ungefär lika vanlig. Andelen läsare av en digital tidskrift var något högre i storstäder jämfört med övriga landet.

Andelen tidskriftsläsare var högst i åldersgruppen 65 till 85 år och bland dem dominerade läsning av tidskrifter på papper. Kvinnor läste totalt sett i större utsträckning än män. Utfallet förklaras huvudsakligen med att kvinnor tagit del av en tidskrift på papper i högre grad än män. Läsningen av en tryckt tidskrift var mer utbredd bland högskoleutbildade än bland ej högskoleutbildade. Den digitala läsningen var högre bland män än kvinnor och i städer än på landsbygd.

TIDSKRIFT Daglig räckvidd, 9–14 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	21	9	15
Flicka	23	9	17
Pojke	20	9	14
Storstad	25	10	18
Stad	23	10	18
Landsbygd	17	8	12

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

TIDSKRIFT Daglig räckvidd, 15–24 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	18	14	6
Kvinna	17	13	5
Man	19	16	5
15–19 år	15	12	5
20–24 år	22	17	6
Storstad	22	17	7
Stad	13	12	2
Landsbygd	18	14	7

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

TIDSKRIFT Daglig räckvidd, 25–44 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	26	18	11
Kvinna	25	15	13
Man	27	20	10
25–34 år	23	17	8
35–44 år	28	18	13
Ej högskola	26	21	8
Högskola	26	16	13
Storstad	28	20	12
Stad	27	18	11
Landsbygd	24	16	11

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

TIDSKRIFT Daglig räckvidd, 45–64 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	37	20	23
Kvinna	38	18	26
Man	36	21	21
45–54 år	34	20	19
55–64 år	39	19	26
Ej högskola	36	19	22
Högskola	38	20	24
Storstad	38	22	23
Stad	39	19	26
Landsbygd	35	18	23

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

TIDSKRIFT Daglig räckvidd, 65–85 år, 2024 (procent)

	Totalt	Digitalt	På papper
Totalt	57	21	48
Kvinna	59	17	52
Man	56	24	43
65–74 år	53	20	43
75–85 år	61	21	52
Ej högskola	56	19	45
Högskola	60	22	50
Storstad	56	22	45
Stad	58	24	46
Landsbygd	59	17	51

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Läsartid i befolkningen

SCANDINAV BILDBYRÅ

15% av den svenska befolkningen läste en tryckt tidskrift mer än 15 minuter en vanlig dag 2024.

Knappt 10% tog del av en digital tidskrift mer än 15 minuter bland personer mellan 9 och 85 år.

Nästan en av fem i den äldsta åldersgruppen läste en tryckt tidskrift mer än 30 minuter.

Under en genomsnittlig dag 2024 läste 22 procent av Sveriges befolkning mellan 9 och 85 år tryckt tidskrift. 15 procent läste mer än 15 minuter och 7 procent läste i genomsnitt upp till en kvart. Läsningen av digital tidskrift i befolkningen var något lägre, 18 procent en vanlig dag. Läsartiden för digital tidskrift i befolkningen var också något lägre. Knappt 10 procent läste mer än 15 minuter, medan 6 procent läste digital tidskrift upp till 15 minuter.

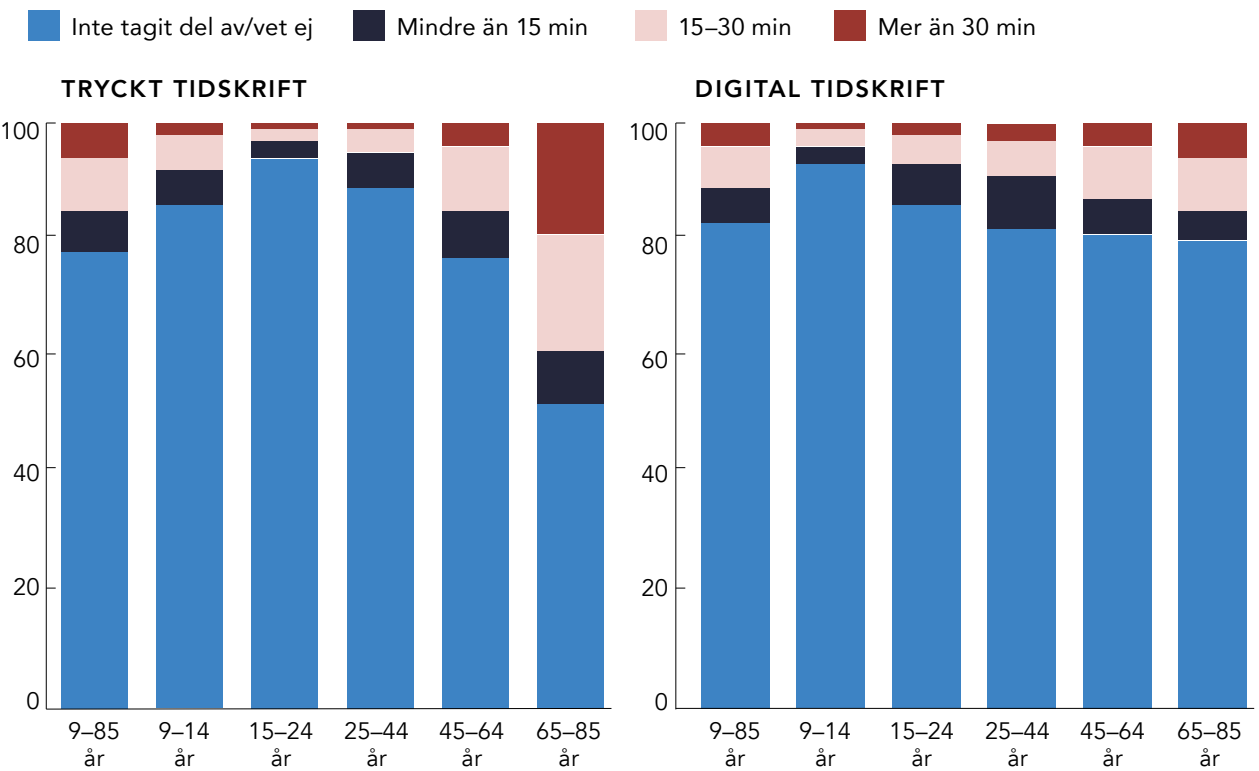
Sett till kön hade kvinnor något längre läsartid av tryckt tidskrift än männen. Vad gäller digital tidskrift fanns det i princip ingen könsskillnad i läsartid.

Läsartiden på tryckt tidskrift var klart högst bland personer i den äldsta åldersgruppen. Där läste en av fem en tryckt tidskrift i mer än 30 minuter och lika stor andel läste i 15 till 30 minuter under gårdagen. I åldersgruppen 45 till 64 år var det 15 procent som läst en tryckt tidskrift en vanlig dag. I övriga åldersgrupper var läsartiden relativt låg. Skillnaderna mellan åldersgrupperna i läsartid var mindre när det gäller digital tidskrift. Dock går det att skönja att andelen som läser digital tidskrift längre än 15 minuter ökar med ålder.

Sett till utbildningsnivå var skillnaderna i läsartid mycket små eller obefintliga både för tryckt och digital tidskrift.

Vad gäller geografisk hemvist var det inga stora skillnader i läsartid varken för tryckt eller digital tidskrift en genomsnittlig dag.

TIDSKRIFT Fördelning tid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)



Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

TRYCKT TIDSKRIFT Fördelning tid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)

	Inte tagit del av/vet ej	Mindre än 15 min	15–30 min	Mer än 30 min
Samtliga	78	7	9	6
Kvinna	75	7	10	8
Man	81	6	9	4
9–14 år	86	6	6	2
15–24 år	94	3	2	1
25–44 år	89	6	4	1
45–64 år	77	8	11	4
65–85 år	52	9	20	19
Ej högskola (25–85 år)	75	6	11	8
Högskola (25–85 år)	76	8	10	6
Storstad	79	7	9	5
Stad	78	7	9	6
Landsbygd	77	7	9	7

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

DIGITAL TIDSKRIFT Fördelning tid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)

	Inte tagit del av/vet ej	Mindre än 15 min	15–30 min	Mer än 30 min
Samtliga	83	6	7	4
Kvinna	85	6	6	3
Man	81	6	9	4
9–14 år	93	3	3	1
15–24 år	86	7	5	2
25–44 år	82	9	6	3
45–64 år	81	6	9	4
65–85 år	80	5	9	6
Ej högskola (25–85 år)	81	7	8	4
Högskola (25–85 år)	82	6	8	4
Storstad	80	8	8	4
Stad	82	6	8	4
Landsbygd	85	5	6	4

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).



TIDSKRIFTSGENRER

Daglig räckvidd

SCANDINAV BILDBYRÅ

18% av befolkningen 9 till 85 år läste en veckotidning eller månadsmagasin en vanlig dag 2024.

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

Fler kvinnor än män läste veckotidning eller månadsmagasin.

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

Personer utan högskoleutbildning läste veckotidningar/månadsmagasin i större utsträckning, 23%, än de med högskoleutbildning, 19%.

En knapp femtedel, 18 procent, av befolkningen 9 till 85 år läste veckotidning eller månadsmagasin en vanlig dag 2024. Den dagliga räckvidden för yrkes- eller branschtidning respektive organisations-, medlems- eller kundtidning var 11 procent. Resultaten stämmer mycket väl överens med motsvarande siffror för 2023. I sammanhanget bör det också nämnas att vid tolkningen av resultaten bör man beakta att tidskrifter generellt är vecko- eller månadsmedier, vilket innebär att siffrorna för läsning en genomsnittlig dag inte bör jämföras med räckvidden för dagliga medier.

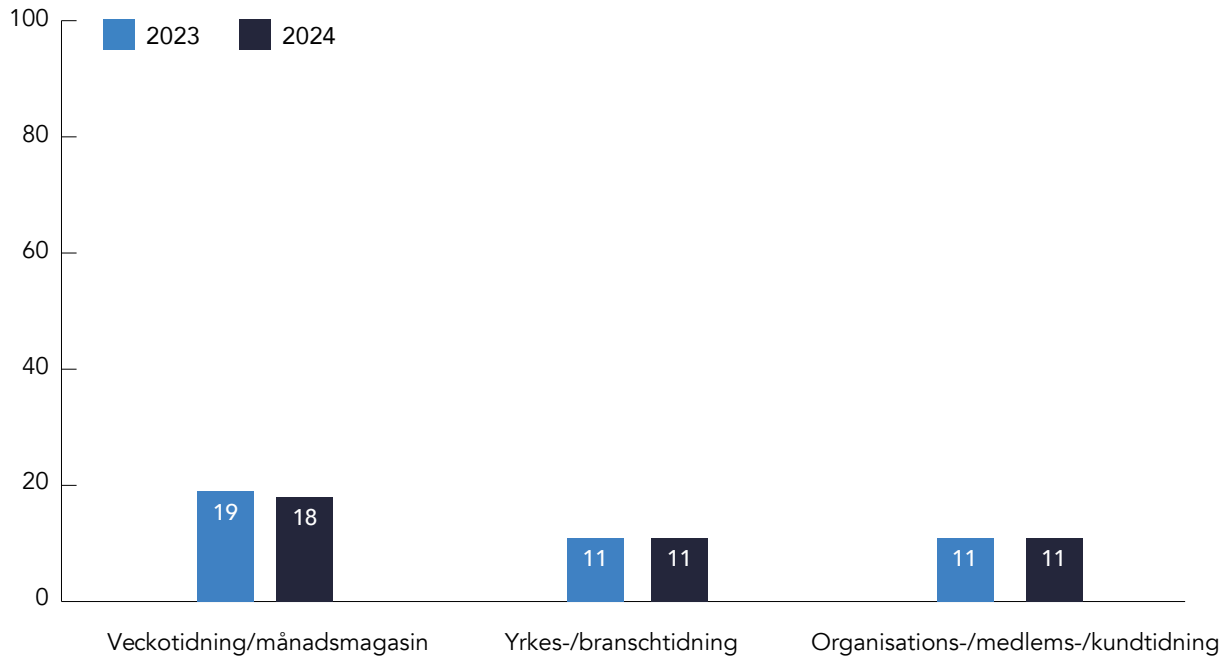
I befolkningen som helhet läste fler kvinnor än män någon veckotidning eller månadsmagasin under 2024: 22 procent av kvinnorna jämfört med 16 procent av männen. Yrkes- eller branschtidning lästes omvänt i något större utsträckning av män än av kvinnor men skillnaden var inte stor. 12 procent av männen läste någon tidskrift i genren jämfört med 9 procent av kvinnorna. Organisations-, medlems- eller kundtidning lästes i nästan lika stor utsträckning av kvinnor och män.

Ålder var den faktor som i störst utsträckning påverkade läsningen av olika typer av tidskrifter. Andelen läsare av de olika tidskriftsgenrerna ökade generellt med stigande ålder. För veckotidning och månadsmagasin varierade andelen läsare mellan 9 och 44 år mellan 7 och 12 procent. Därefter ökade räckvidden till 20 procent bland 45 till 64-åringarna och högsta andelen läsare av veckotidning och månadsmagasin återfanns i åldersgruppen 65 till 85 år, 35 procent. Yrkes- och branschtidningar hade sin högsta andel läsare bland de äldsta, 17 procent. Av förklarliga skäl var andelen läsare av yrkes- och branschtidningar låg bland 9 till 14 åringar och bland 15 till 24-åringar.

Andelen läsare av denna typ av tidskrift var något högre bland högskoleutbildade. Räckvidden för organisations-, medlems- eller kundtidningar var även den högst bland de äldsta, 65 till 85 år, 22 procent. Personer utan högskoleutbildning läste veckotidningar/månadsmagasin i större utsträckning, 23 procent, än de med högskoleutbildning, 19 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, 2023 och 2024 (procent)



Mediebarometern 2023 och 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller digitala och tryckta tidskrifter.

TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent)

	Veckotidning/ månadsmagasin	Yrkes-/ branschtidning	Organisations-/ medlems-/kundtidning
Totalt	18	11	11
Kvinna	22	9	12
Man	16	12	10
9–14 år	11	1	3
15–24 år	7	5	4
25–44 år	12	10	8
45–64 år	20	13	11
65–85 år	35	17	22
Ej högskola (25–85 år)	23	10	12
Högskola (25–85 år)	19	15	14
Storstad	17	12	12
Stad	20	10	11
Landsbygd	18	10	11

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller digitala och tryckta tidskrifter.

Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldern 9 till 14 år läste flickor och pojkar tidskrift i nästan lika stor utsträckning. Andelen läsare av en tidskrift på papper var något större bland flickor än bland pojkar och högre i städerna än på landsbygden.

I gruppen 15 till 24 år var läsning av digitalt format väsentligt vanligare än läsning av tryckt format. Män läste digital tidskrift i något större utsträckning än kvinnor. Boende i storstad tog totalt sett del av någon tidskrift i högre grad än boende på landsbygd.

Bland 25 till 44-åringar var det fler som läste digitalt än på papper. I åldersgruppen läste män digitalt i större utsträckning än kvinnor. Andelen läsare av en digital tidskrift var förhållandevis hög bland de utan högskoleutbildning och bland boende i storstad.

I åldern 45 till 64 år var läsning av tidskrift på papper vanligare än läsning av digital tidskrift. Bland män samt i den yngre halvan av åldersspannet var dock den digitala läsningen och läsningen på papper ungefär lika vanlig. Andelen läsare av en digital tidskrift var något högre i storstäder jämfört med övriga landet.

Andelen tidskriftsläsare var högst i åldersgruppen 65 till 85 år och bland dem dominerade läsning av tidskrifter på papper. Läsningen av en tryckt tidskrift var mer utbredd bland kvinnor och högskoleutbildade än bland män och ej högskoleutbildade. Den digitala läsningen var högre bland män än kvinnor och i storstad än på landsbygd.

TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2024 (procent)

	Veckotidning/ månadsmagasin	Yrkes-/ branschtidning	Organisations-/ medlems-/kundtidning
Totalt	11	1	3
Flicka	13	1	3
Pojke	10	2	3
Storstad	16	1	4
Stad	13	2	3
Landsbygd	7	0	3

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller digitala och tryckta tidskrifter.

TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2024 (procent)

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

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller digitala och tryckta tidskrifter.

TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2024 (procent)

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

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller digitala och tryckta tidskrifter.

TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2024 (procent)

	Veckotidning/ månadsmagasin	Yrkes-/ branschtidning	Organisations-/ medlems-/kundtidning
Totalt	20	13	11
Kvinna	24	11	11
Man	17	14	10
45–54 år	18	12	10
55–64 år	21	13	11
Ej högskola	20	10	9
Högskola	21	16	13
Storstad	20	13	13
Stad	23	13	10
Landsbygd	19	12	10

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller digitala och tryckta tidskrifter.

TIDSKRIFTSGENRER Daglig räckvidd, 65–85 år, 2024 (procent)

	Veckotidning/ månadsmagasin	Yrkes-/ branschtidning	Organisations-/ medlems-/kundtidning
Totalt	35	17	22
Kvinna	41	11	23
Man	29	22	22
65–74 år	32	15	20
75–85 år	38	18	25
Ej högskola	36	13	20
Högskola	33	21	25
Storstad	32	18	23
Stad	35	15	22
Landsbygd	37	17	22

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller digitala och tryckta tidskrifter.



SCANDINAV BILDBYRÅ

51% av befolkningen 9 till 85 år läste någon bok en vanlig dag 2024.

Det vanligaste formatet var tryckt bok med en daglig räckvidd på 38%.

15% lyssnade på ljudbok – 7% läste e-bok.

Kvinnor läste och lyssnade till böcker i större utsträckning än män.

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

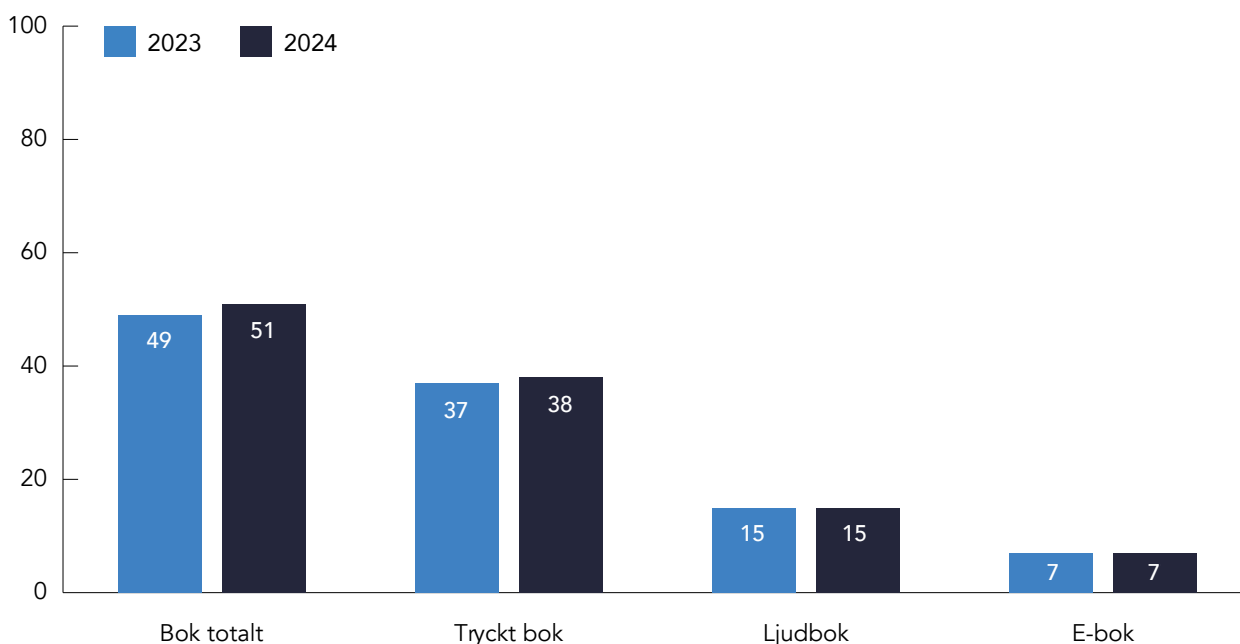
51 procent av befolkningen 9 till 85 år läste bok en vanlig dag 2024. Det var ungefär motsvarande andel som tog del av en bok 2023. Skillnaderna mellan könen är påfallande. Kvinnor läste bok i större utsträckning än män, ett förhållande som stått sig genom de dryga 45 år som Mediebarometern gjort mätningar. En genomsnittlig dag 2024 tog 59 procent av kvinnorna och 43 procent av männen del av någon bok. Av kvinnorna läste 44 procent en tryckt bok och 19 procent lyssnade på ljudbok. Bland männen läste 32 procent tryckt bok och 11 procent lyssnade på ljudbok. Även när det gäller e-bok fanns en liten övervikt i räckvidd bland kvinnorna. Andelen e-boksläsare är dock fortfarande totalt sett låg, vilket gör det svårt att dra några tydliga slutsatser om hur resultaten förhåller sig till olika bakgrundsfaktorer.

I barngruppen, 9 till 14 år, är bokläsning mer utbredd än i någon annan åldersgrupp, 68 procent. Bland vuxna var bokläsningen vanligast i åldersgruppen 65 till 85 år, där 57 procent hade läst böcker en genomsnittlig dag. Den tryckta boken hade högst räckvidd i samtliga åldersgrupper. Ljudboken hade högst andel lyssnare bland de mellan 25 och 64 år. E-boken hade högst spridning bland de mellan 15 och 24 år.

Personer med högskoleutbildning läste eller lyssnade på bok i större utsträckning än ej högskoleutbildade. 59 procent av de högskoleutbildade mellan 25 och 85 år tog del av en bok en genomsnittlig dag. Andelen var 39 procent bland personer utan högskoleutbildning. Skillnaden i förhållande till utbildning gäller oavsett vilket bokformat det rör sig om.

Boende i storstad läste någon tryckt bok eller e-bok i större utsträckning än vad som var fallet med boende på landsbygd. Läsningen av e-bok visar små skillnader sett till boendeort.

BOK Daglig räckvidd, 9–85 år, 2023 och 2024 (procent)



Mediebarometern 2023 och 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

BOK Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent)

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	51	38	15	7
Kvinna	59	44	19	8
Man	43	32	11	6
9–14 år	68	58	16	8
15–24 år	46	35	11	11
25–44 år	49	34	18	8
45–64 år	46	29	18	7
65–85 år	57	48	11	4
Ej högskola (25–85 år)	39	27	14	4
Högskola (25–85 år)	59	44	18	8
Storstad	55	42	14	9
Stad	51	38	17	7
Landsbygd	47	34	15	6

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

Bland **9 till 14-åringar** var bokläsningen som mest utbredd. Flickor och boende i storstad tog del av böcker i större utsträckning än pojkar och landsbygdsbor.

Kvinnor i åldern **15 till 24 år** läste en tryckt bok och lyssnade på ljudbok i större utsträckning än män. Den yngre halvan tog del av tryckt bok i något större utsträckning än den äldre medan den äldre halvan tog del av en e-bok i större utsträckning än de yngre. Andelen bokläsare var högre i storstad än i övriga landet. Det gällde främst läsning av tryckt bok, men också e-bok.

I åldersgruppen **25 till 44 år** läste kvinnor tryckt bok och lyssnade till ljudbok i större utsträckning än män. Högskoleutbildade läste tryckta böcker i större utsträckning än de utan högskoleutbildning.

Boende i storstad och städer läste tryckt bok i större utsträckning än boende på landsbygd. Det fanns ingen tydlig skillnad i avseende på ljudbokslyssnande sett till utbildningsnivå eller boendeort.

Bland kvinnorna i åldern **45 till 64 år** noterades den högsta räckvidden för ljudbok. Andelen var 23 procent. Bland männen var andelen ljudbokslyssnare nästan hälften så stor. Andelen läsare var större i storstäder än på landsbygden.

Bland de äldsta, **65 till 85-åringarna**, var andelen bokläsare/lyssnare högre bland kvinnor än bland män. Andelen lyssnare var högre i den yngre halvan av åldersspannet. I övrigt följer åldersgruppen mönstret med högst andel läsare bland högskoleutbildade samt bland i boende i storstad.

BOK Daglig räckvidd, 9–14 år, 2024 (procent)

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	68	58	16	8
Flicka	71	61	19	10
Pojke	66	55	14	6
Storstad	72	64	16	9
Stad	68	56	18	9
Landsbygd	66	56	15	7

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

BOK Daglig räckvidd, 15–24 år, 2024 (procent)

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	46	35	11	11
Kvinna	54	41	15	13
Man	38	30	7	9
15–19 år	47	38	12	8
20–24 år	44	32	10	15
Storstad	51	41	10	14
Stad	42	32	12	11
Landsbygd	43	33	12	9

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

BOK Daglig räckvidd, 25–44 år, 2024 (procent)

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	49	34	18	8
Kvinna	56	40	21	8
Man	42	27	14	8
25–34 år	45	31	14	8
35–44 år	50	35	19	8
Ej högskola	34	19	18	5
Högskola	56	41	18	9
Storstad	52	37	16	10
Stad	51	35	20	8
Landsbygd	44	29	18	5

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

BOK Daglig räckvidd, 45–64 år, 2024 (procent)

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	46	29	18	7
Kvinna	54	35	23	7
Man	38	24	13	6
45–54 år	45	28	17	7
55–64 år	46	30	18	6
Ej högskola	35	21	15	5
Högskola	56	38	20	8
Storstad	50	34	15	8
Stad	46	30	19	6
Landsbygd	42	25	19	6

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

BOK Daglig räckvidd, 65–85 år, 2024 (procent)

	Totalt	Tryckt bok	Ljudbok	E-bok
Totalt	57	48	11	4
Kvinna	68	56	15	4
Man	46	39	7	4
65–74 år	55	44	14	3
75–85 år	59	52	8	5
Ej högskola	49	41	9	2
Högskola	68	57	14	6
Storstad	62	54	10	5
Stad	57	47	13	4
Landsbygd	53	44	10	4

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Läsar- och lyssnartid i befolkningen

SCANDINAV BILDBYRÅ

Nästan 30% läste en tryckt bok i mer än 30 minuter en genomsnittlig dag 2024.

12% av befolkningen lyssnade på en ljudbok i mer än 30 minuter.

I hela befolkningen var det 5% som läste en e-bok i mer än 30 minuter.

En av tio i åldersgruppen 45 till 64 år lyssnade mer än 1 timme på ljudbok.

En genomsnittlig dag 2024 läste 38 procent av befolkningen 9 till 85 år tryckt bok, 15 procent lyssnade på ljudbok och 7 procent hade läst e-bok. Nästan 30 procent ägnade tryckt bok mer än en halvtimmes tid en vanlig dag. Det var en större andel än motsvarande andel som svenskarna lade på att lyssna på ljudböcker eller att läsa e-bok. 12 procent av befolkningen i åldrarna 9 till 85 år lade mer än 30 minuter på att lyssna på ljudbok, medan motsvarande andel var 5 procent för läsning av e-bok.

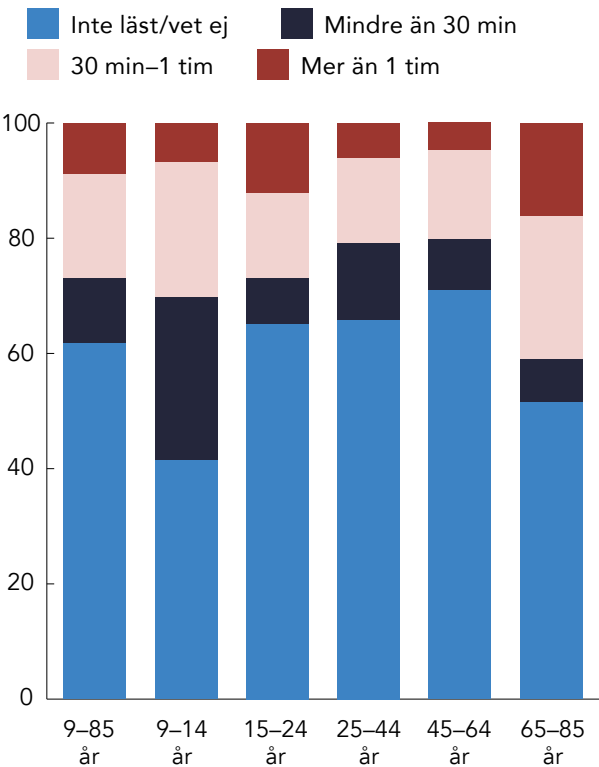
Både vad gäller fördelning av läsartid för tryckt bok och lyssnartid för ljudböcker finns en viss könsskillnad, där en större andel av kvinnorna läser respektive lyssnar mer än männen. Vad gäller tiden som ägnades åt att läsa e-bok återfinns ingen skillnad mellan män och kvinnor.

15 till 24-åringar och 65 till 85-åringar var de åldersgrupper som i högre utsträckning än andra ägnade mer än en timme åt att läsa en tryckt bok en vanlig dag – 12 respektive 16 procent. Även när det kommer till läsartid på mellan 30 minuter och en timme var den äldsta åldersgruppen i topp på 25 procent, tätt följt av 9 till 14-åringarna på 23 procent. Vad gäller tid som läggs på lyssning av ljudbok i de olika åldersgrupperna var lyssnartiden något högre bland personer i åldrarna 25 till 64 år. När det kommer till läsartid av e-bok ägnade 15 till 24-åringarna något mer tid åt detta jämfört med övriga åldersgrupper.

Den del av befolkningen som har högskoleutbildning ägnade mer tid åt att läsa tryckt bok en genomsnittlig dag jämfört med de utan högskoleutbildning. Vad gäller lyssnartid på ljudbok var det mindre skillnad mellan grupperna. När det kommer till e-bok var det i princip lika i lästid mellan grupperna.

I avseende på boendeort var skillnaderna i tid som lades på de olika formerna av bokläsning eller lyssning små. Storstadsbor och stadsbor har något högre läsartid av tryckt bok jämfört med personer boende på landsbygd. Andelen som lyssnar på ljudbok i mer än 30 minuter en vanlig dag var något högre bland boende på landsbygd och i städer jämfört med boende på storstad. Vad gäller e-böcker syns inga skillnader.

TRYCKT BOK Fördelning läsartid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)



Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

TRYCKT BOK Fördelning läsartid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)

	Inte läst/ vet ej	Mindre än 30 min	30 min –1 tim	Mer än 1 tim
Samtliga	62	11	18	9
Kvinna	56	12	20	12
Man	69	10	15	6
9–14 år	42	28	23	7
15–24 år	65	8	15	12
25–44 år	66	13	15	6
45–64 år	71	9	15	5
65–85 år	52	7	25	16
Ej högskola (25–85 år)	73	6	14	7
Högskola (25–85 år)	56	13	21	10
Storstad	58	12	20	10
Stad	62	11	18	9
Landsbygd	67	10	15	8

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

LJUDBÖCKER Fördelning lyssnartid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)

	Inte lyssnat/ vet ej	Mindre än 30 min	30 min –1 tim	Mer än 1 tim
Samtliga	85	3	5	7
Kvinna	80	4	7	9
Man	88	3	4	5
9–14 år	84	8	5	3
15–24 år	89	2	4	5
25–44 år	82	4	7	7
45–64 år	83	2	5	10
65–85 år	90	1	4	5
Ej högskola (25–85 år)	87	1	5	7
Högskola (25–85 år)	82	4	7	7
Storstad	87	4	4	5
Stad	83	2	7	8
Landsbygd	84	3	6	7

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

E-BÖCKER Fördelning läsartid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)

	Inte läst/ vet ej	Mindre än 30 min	30 min –1 tim	Mer än 1 tim
Samtliga	93	2	3	2
Kvinna	92	2	3	3
Man	93	2	3	2
9–14 år	92	3	3	2
15–24 år	89	3	3	5
25–44 år	93	2	3	2
45–64 år	93	2	3	2
65–85 år	96	1	2	1
Ej högskola (25–85 år)	96	1	2	1
Högskola (25–85 år)	93	2	3	2
Storstad	91	3	3	3
Stad	94	2	2	2
Landsbygd	94	2	2	2

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

BOKGENRER

Daglig räckvidd



SCANDINAV BILDBYRÅ

Den mest lästa bokgenren i befolkningen 9 till 85 år en vanlig dag 2024 var skönlitteratur, 37%.

Skönlitteraturen hade högst räckvidd bland kvinnor, 46% och bland personer mellan 65 och 85 år, 45%.

9 till 14-åringar tog del av läroböcker i störst utsträckning en genomsnittlig dag, 35 procent.

Räckvidden för skönlitteratur, fackböcker och barnböcker var högre bland högskoleutbildade jämfört med ej högskoleutbildade.

Personer i storstadsområden läste mer fackböcker, 13%, jämfört med de på landsbygden, 8%.

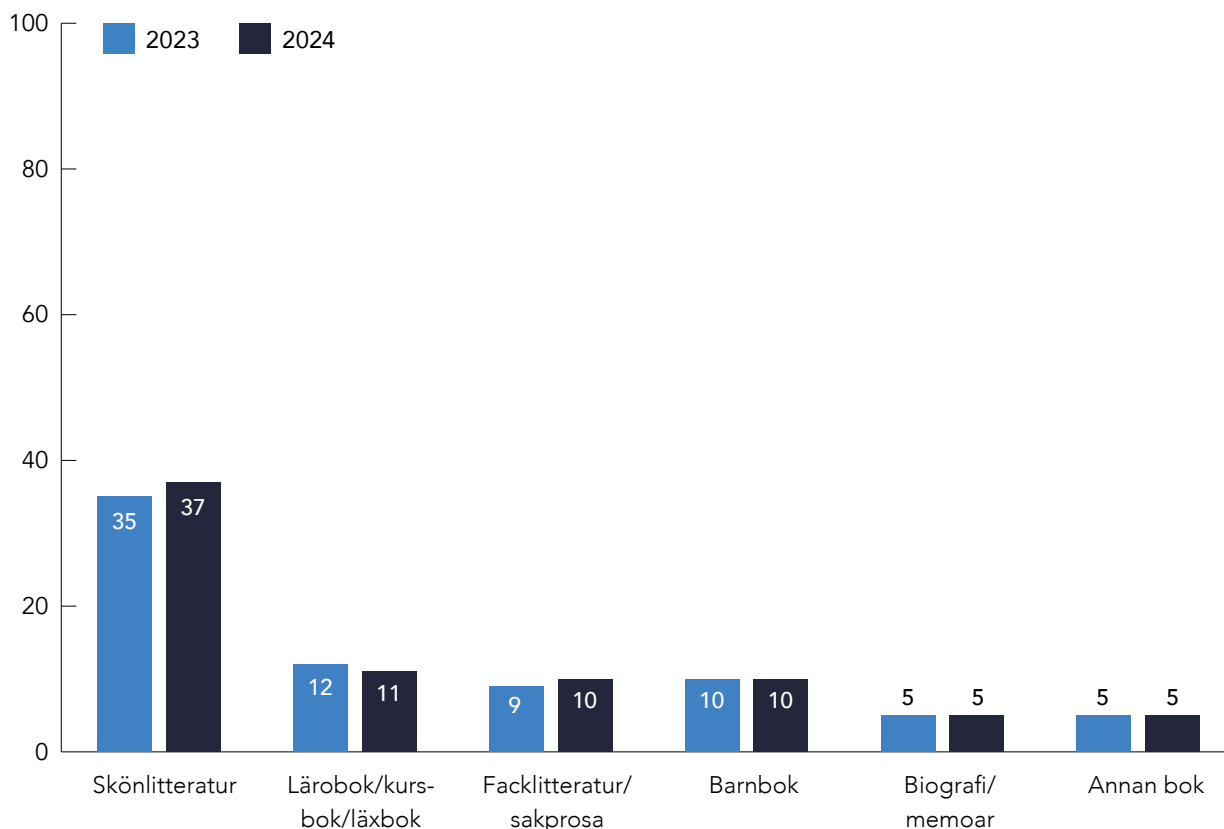
I befolkningen 9 till 85 år var skönlitteratur den mest lästa bokgenren under 2024. 37 procent hade läst någon skönlitterär bok en vanlig dag. I jämförelsen med hur befolkningen 9 till 85 år läste 2023 är resultaten i avseende på vilka bokgenrer man tagit del av mycket likartade.

I befolkningen som helhet läste kvinnor skönlitteratur i större utsträckning än män. För lärobok, fackbok och biografi/memoar förelåg små skillnader i läsning mellan kvinnor och män. Barnbok lästes däremot i något större utsträckning bland kvinnor än bland män.

Sett till de olika åldersgrupperna var det de äldsta, 65 till 85-åringarna, som läste skönlitteratur i störst utsträckning, 45 procent. 11 procent av befolkningen 9 till 85 år läste en lärobok eller kursbok en vanlig dag. Här spelade ålder en viktig roll. Det var främst de yngre, 9 till 14 år och 15 till 24 år, som läste lärobok eller kursbok. Även för facklitteratur fanns det skillnad mellan åldersgrupperna. I åldersgrupperna 9 till 14 år och 15 till 24 var andelen läsare lägst, 6 respektive 5 procent. I åldersgruppen mellan 65 och 85 år låg räckvidden på 13 procent. Läsning av barnbok var mest utbredd bland barnen 9 till 14 år, 23 procent, samt i föräldragenerationen, 25 till 44 år, där 19 procent läste någon barnbok. Andelen läsare bland 15 till 24-åringar och bland de över 44 år var betydligt lägre. Andelen som tog del av biografi/memoar varierade mellan 3 och 4 procent i åldersgrupperna mellan 9 och 64 år. I gruppen 65 till 85 år var andelen 9 procent.

Utbildningsnivå hade betydelse för andelen läsare av de flesta genrer. Det var vanligare att läsa skönlitteratur bland personer med högskoleutbildning, 43 procent läste denna genre en vanlig dag jämfört med 30 procent bland personer utan högskoleutbildning. En högre andel läsare bland högskoleutbildade märktes även för facklitteratur. Läsning av skönlitteratur var högre i storstad än på landsbygd, i övrigt var skillnader i avseende på läsning av olika typer av litteratur små sett till boendeort.

BOKGENRER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2023 och 2024 (procent)



Mediebarometern 2023 och 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller tryckt bok, ljudbok eller e-bok.

BOKGENRER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent)

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/memoar
Totalt	37	11	10	10	5
Kvinna	46	12	9	12	5
Man	28	10	10	7	5
9–14 år	40	35	6	23	3
15–24 år	33	26	5	1	3
25–44 år	32	10	10	19	4
45–64 år	37	4	9	5	4
65–85 år	45	3	13	2	9
Ej högskola (25–85 år)	30	3	6	4	5
Högskola (25–85 år)	43	8	15	14	6
Storstad	41	12	13	10	6
Stad	38	12	9	9	4
Landsbygd	33	9	8	9	4

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller tryckt bok, ljudbok eller e-bok.

Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldersgruppen 9 till 14 år läste flickor skönlitteratur och barnbok i större utsträckning än pojkar. 9 till 14-åringar boende i storstad läste skönlitteratur och läroböcker i större utsträckning än övriga.

Bland ungdomarna, 15 till 24 år, läste kvinnor skönlitteratur och lärobok i större utsträckning än män. Skillnaderna mellan könen var små för övriga typer av litteratur. Den yngre halvan av åldersgruppen, 15 till 19-åringar, läste skönlitteratur och lärobok i större utsträckning än 20 till 24-åringar. Läsning av skönlitteratur och lärobok var högre i storstad än utanför.

I åldern 25 till 44 år pekade högre utbildningsnivå mot en högre andel läsare i nästan samtliga genrer, undantaget var biografi/memoar.

Andelen personer som läste barnböcker var högre i den äldre halvan av gruppen samt bland högskoleutbildade.

I gruppen 45 till 64 år dominerade läsning av skönlitteratur. Kön och utbildning var de mest särskiljande faktorerna när det gällde skönlitteratur – kvinnor läste i större utsträckning än män och högskoleutbildade läste i större utsträckning än ej högskoleutbildade.

I åldersgruppen 65 till 85 år var skillnaderna mellan män och kvinnors läsning av skönlitteratur störst. Över hälften av kvinnorna läste en skönlitterär bok. Bland männen rörde det sig om en tredjedel. Boende på landsbygd läste skönlitteratur i lägre grad än de i städer.

BOKGENRER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2024 (procent)

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/memoar
Totalt	40	35	6	23	3
Flicka	47	37	7	28	2
Pojke	34	34	6	19	3
Storstad	48	40	6	23	4
Stad	41	34	6	28	4
Landsbygd	34	33	7	21	2

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller tryckt bok, ljudbok eller e-bok.

BOKGENRER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2024 (procent)

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/memoar
Totalt	33	26	5	1	3
Kvinna	43	30	5	2	3
Man	23	23	4	1	4
15–19 år	35	30	4	2	2
20–24 år	30	21	6	0	5
Storstad	38	31	5	0	4
Stad	31	25	7	0	4
Landsbygd	29	22	3	3	3

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller tryckt bok, ljudbok eller e-bok.

BOKGENRER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2024 (procent)

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/memoar
Totalt	32	10	10	19	4
Kvinna	38	11	10	25	3
Man	26	8	11	14	4
25–34 år	30	11	8	12	3
35–44 år	33	9	11	22	4
Ej högskola	22	5	5	11	4
Högskola	37	12	13	24	4
Storstad	35	11	14	20	4
Stad	33	12	10	19	4
Landsbygd	27	7	6	19	3

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller tryckt bok, ljudbok eller e-bok.

BOKGENRER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2024 (procent)

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/memoar
Totalt	37	4	9	5	4
Kvinna	46	5	8	6	4
Man	28	3	11	4	5
45–54 år	34	6	9	9	3
55–64 år	38	3	10	3	5
Ej högskola	29	2	5	2	4
Högskola	44	6	14	7	4
Storstad	40	4	12	7	5
Stad	37	4	8	3	3
Landsbygd	33	4	8	4	4

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller tryckt bok, ljudbok eller e-bok.

BOKGENRER Daglig räckvidd, 65–85 år, 2024 (procent)

	Skönlitteratur	Lärobok	Fackbok	Barnbok	Biografi/memoar
Totalt	45	3	13	2	9
Kvinna	58	3	13	3	10
Man	33	2	14	1	8
65–74 år	45	2	12	3	7
75–85 år	46	3	15	1	10
Ej högskola	38	2	8	2	7
Högskola	55	4	20	2	11
Storstad	50	3	18	2	11
Stad	47	5	11	2	7
Landsbygd	41	1	11	2	8

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Gäller tryckt bok, ljudbok eller e-bok.

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER

Daglig räckvidd

SCANDINAV BILDBYRÅ

84% i befolkningen 9 till 85 år använde sociala nätverkstjänster en vanlig dag 2024 – flest, 60%, använde Facebook.

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

96% i åldern 15 till 24 år använde sociala nätverkstjänster en vanlig dag – andelen användare i åldern 65 till 85 år var 69%.

Den totala räckvidden för sociala nätverkstjänster var högre bland personer med högskoleutbildning än bland de utan högskoleutbildning.

De sociala nätverkstjänsterna var över lag lika populära i hela landet – undantagen var LinkedIn och X, som hade högst räckvidd i storstäderna.

Under 2024 tog 84 procent av befolkningen 9 till 85 år del av någon social nätverkstjänst en vanlig dag. De flesta tog del av Facebook, 60 procent, och Instagram, 58 procent medan 29 procent av befolkningen tog del av Snapchat. Den största minskningen i räckvidd under 2024 kom från X, som nådde 8 procent av befolkningen, en nedgång med 3 procentenheter. Samtidigt låg den totala räckvidden för sociala nätverkstjänster på en i stort sett oförändrad nivå jämfört med 2023.

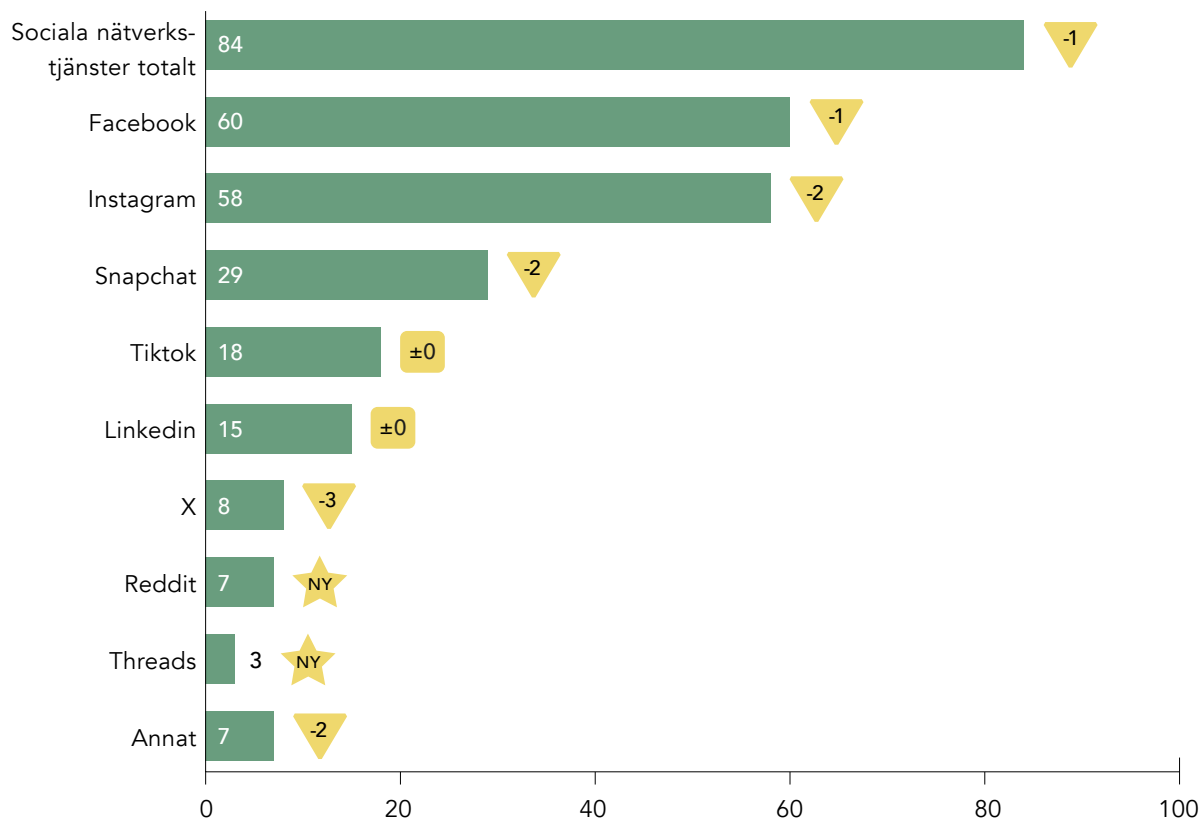
Över lag använde kvinnor de olika sociala nätverkstjänsterna i större utsträckning än vad män gjorde. Undantaget var X och LinkedIn som hade fler användare bland män. Största gapet mellan kvinnors och mäns användning av nätverkstjänsterna var för Instagram. En vanlig dag 2024 var det 70 procent av kvinnorna som tog del av Instagram. Bland männen var motsvarande andel 47 procent.

Det fanns en betydande åldersskillnad i användningen av de olika sociala nätverkstjänsterna. Högst andel användare fanns i åldersgruppen 15 till 24 år, 96 procent. Lägst andel fanns i gruppen 65 till 85 år, 69 procent. Facebook var den vanligaste plattformen i åldersgrupperna över 25 år, medan Snapchat, Instagram och TikTok var de mest använda tjänsterna i åldersgruppen 15 till 24 år. Åldersskillnaderna var särskilt tydliga för Snapchat och TikTok: 83 procent i gruppen 15 till 24 år använde Snapchat en vanlig dag, endast 4 procent i åldersgruppen 65 till 85 år använde tjänsten. 67 procent av ungdomarna använde TikTok en vanlig dag, medan 2 procent av de över 65 år använde TikTok.

Personer med högskoleutbildning var generellt sett något mer benägna att använda sociala nätverkstjänster jämfört med personer utan högskoleutbildning. Skillnaderna avsåg främst LinkedIn. För LinkedIn var räckvidden 25 procent bland personer med högskoleutbildning och 10 procent bland de utan högskoleutbildning. Sociala nätverkstjänster med ung användarprofil har över lag låg räckvidd i avseende på utbildningsnivå 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 dem utanför storstäderna. Även X hade lägre andel användare utanför storstäderna.

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent samt förändring jämfört med 2023 procentenheter)



Mediebarometern 2023 och 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Tiktok	LinkedIn	X
Totalt	84	60	58	29	18	15	8
Kvinna	88	66	70	33	21	13	4
Man	81	54	47	25	15	18	13
9–14 år	76	8	32	63	46	0	4
15–24 år	96	41	78	83	67	8	14
25–44 år	92	75	73	28	13	25	12
45–64 år	85	69	56	16	6	22	8
65–85 år	69	58	39	4	2	5	3
Ej högskola (25–85 år)	81	67	55	19	8	10	6
Högskola (25–85 år)	85	69	61	16	7	25	10
Storstad	85	58	60	25	17	23	11
Stad	84	60	59	29	18	13	7
Landsbygd	84	61	56	33	19	10	7

Mediebarometern 2024 (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 totalt sett del av sociala nätverkstjänster i något större utsträckning än pojkar under 2024. Det gällde främst Instagram, Snapchat och Tiktok.

Bland 15 till 24-åringarna tog kvinnor del av flertalet sociala nätverkstjänster i högre grad än män. Det gällde framför allt Instagram och Tiktok. I åldersgruppen som helhet var Snapchat och Instagram de största tjänsterna. Det fanns även en tydlig skillnad mellan den yngre och äldre halvan av gruppen. De yngre tog del av Tiktok i större utsträckning än de äldre medan förhållandet var omvänt för Facebook.

I åldern 25 till 44 år var gapet mellan kvinnors och mäns användning av tjänsterna förhållandevis stort. Kvinnor använde särskilt Facebook

och Instagram i högre grad än män medan det var omvänt för X. Skillnaderna utifrån utbildningsnivå och boendeort avsåg framför allt LinkedIn och Snapchat.

I gruppen 45 till 64 år var räckvidden avsevärt högre för Instagram bland kvinnor än män. Män använde i stället X och LinkedIn i större utsträckning. LinkedIn hade högre räckvidd i storstäderna än resten av landet.

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. Undantaget var Facebook som användes i högre grad utanför storstäderna.

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2024 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Tiktok	LinkedIn	X
Totalt	76	8	32	63	46	0	4
Flicka	78	9	38	70	53	0	2
Pojke	75	8	26	58	41	0	5
Storstad	76	7	37	62	45	0	5
Stad	74	3	26	59	43	0	5
Landsbygd	77	12	32	67	50	0	2

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga sociala nätverkstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2024 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Tiktok	LinkedIn	X
Totalt	96	41	78	83	67	8	14
Kvinna	98	46	89	88	79	8	10
Man	95	37	67	80	55	8	17
15–19 år	96	26	78	87	77	1	11
20–24 år	97	59	77	78	53	16	18
Storstad	96	36	77	83	59	12	15
Stad	96	46	79	81	69	9	15
Landsbygd	97	41	78	85	72	3	12

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga sociala nätverkstjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2024 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Linkedin	Tiktok	X
Totalt	92	75	73	28	25	13	12
Kvinna	95	83	85	33	23	16	4
Man	90	67	61	24	26	10	19
25–34 år	96	75	79	50	23	25	14
35–44 år	91	74	71	20	25	9	11
Ej högskola	92	75	73	39	13	17	10
Högskola	93	74	73	23	30	11	12
Storstad	94	72	75	21	35	14	15
Stad	92	77	74	31	22	14	9
Landsbygd	91	75	70	34	16	12	10

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga sociala nätverktjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2024 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Linkedin	Tiktok	X
Totalt	85	69	56	16	22	6	8
Kvinna	89	76	71	21	17	6	3
Man	81	63	43	11	26	6	12
45–54 år	89	73	62	19	29	9	10
55–64 år	82	67	53	14	18	4	7
Ej högskola	84	70	56	16	14	6	5
Högskola	86	68	57	15	29	6	10
Storstad	85	68	58	10	32	7	11
Stad	85	69	57	17	18	5	5
Landsbygd	85	70	54	19	16	6	7

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga sociala nätverktjänster, inte bara de som nämns i tabellen.

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 65–85 år, 2024 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Linkedin	Tiktok	X
Totalt	69	58	39	4	5	2	3
Kvinna	76	63	50	5	3	1	2
Man	62	53	29	3	7	3	5
65–74 år	76	63	48	6	6	2	5
75–85 år	62	53	31	2	4	1	2
Ej högskola	69	58	39	5	3	2	3
Högskola	69	57	40	3	8	1	4
Storstad	65	52	38	2	7	1	6
Stad	68	56	41	3	4	1	3
Landsbygd	73	64	40	7	4	2	2

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser samtliga sociala nätverktjänster, inte bara de som nämns i tabellen.



SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER

Användartid i befolkningen

SCANDINAV BILDBYRÅ

16% av befolkningen lade mer än 2 timmar på sociala nätverkstjänster en vanlig dag under 2024. En lika stor andel lade mellan 1 och 2 timmar en genomsnittlig dag.

I åldersgruppen 15 till 24 år var det över hälften som lade mer än 2 timmar av sin dag på sociala nätverkstjänster.

Tiden som kvinnor lade på sociala nätverkstjänster var något högre än vad den var för män.

Skillnader i användartid utifrån boendeort var relativt begränsade.

En genomsnittlig dag 2024 hade 84 procent av befolkningen i åldern 9 till 85 år tagit del av en eller flera sociala nätverkstjänster. När det kommer till hur lång tid som människor ägnade åt den här typen av tjänster var det knappt 20 procent som antingen inte alls tagit del av eller som inte visste hur länge de tagit del av sociala nätverkstjänster. 11 procent av befolkningen uppgav att de hade använt sociala nätverkstjänster i upp till 15 minuter medan en av fem sa sig ha tagit del av sådana i mellan 15 och 30 minuter en vanlig dag. En lika stor andel hade ägnat 30 till 60 minuter åt sociala nätverkstjänster. Andelen som hade lagt mellan en och två timmar en genomsnittlig dag var 16 procent, medan 9 respektive 7 procent hade lagt två till tre respektive mer än tre timmar på sociala nätverkstjänster.

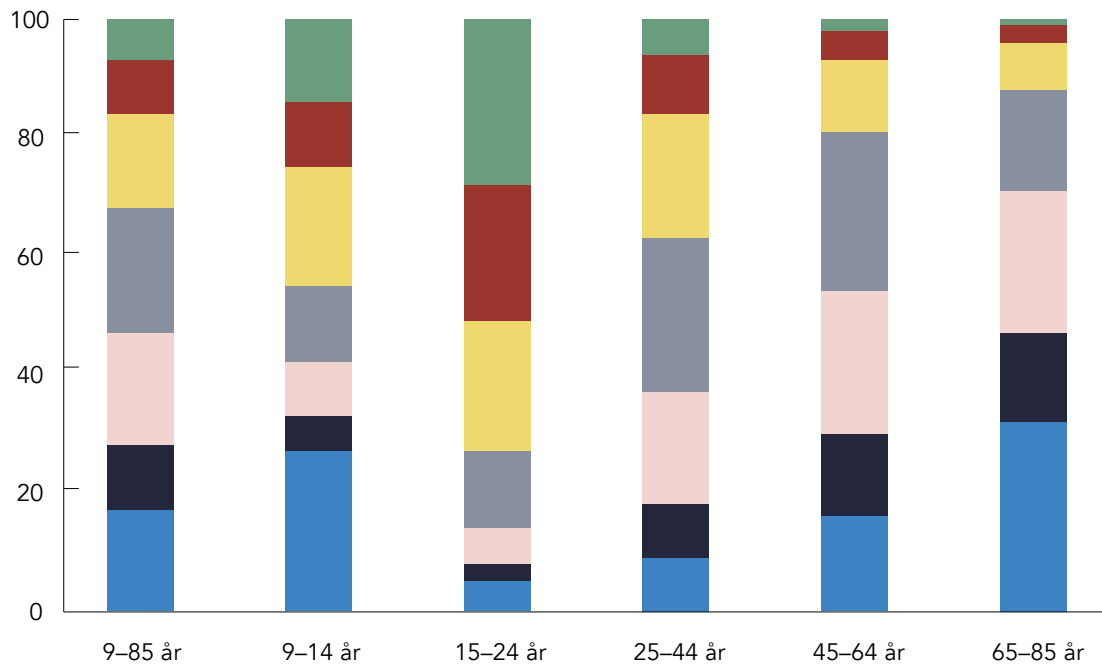
Användningen av sociala nätverkstjänster var något högre bland kvinnor än män och vad gäller användningstid var det också något högre andel av kvinnorna jämfört med männen som uppgav att de hade använt sociala nätverkstjänster mer än två timmar.

En åldersgrupp som sticker ut med hög användningstid, i detta fall mer än två timmar, är 15 till 24-åringar. Av dessa hade 23 procent ägnat mellan två och tre timmar åt sociala nätverkstjänster en vanlig dag, och 28 procent mer än tre timmar. Men även i den yngsta åldersgruppen, 9 till 14 år, var det en av fyra som lade två timmar eller mer på sociala nätverkstjänster. Bland 25 till 44-åringarna var andelen som lägger två timmar eller mer lägre – 16 procent. I de två äldsta åldersgrupperna var användningstiden lägre men fortfarande var det betydande andelar i de här åldersgrupperna som sa sig ha lagt en inte oansenlig del av sin dag på sociala nätverkstjänster. Exempelvis ägnade nästan en av fem i åldersgruppen 45 till 64 år en timme eller mer åt sociala nätverkstjänster en vanlig dag.

Bland personer med olika utbildningsnivå eller boendeort märktes inga nämnvärda skillnader i tiden som lades på sociala nätverkstjänster.

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Fördelning tid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)

Inte tagit del av/vet ej Mindre än 15 min 15–30 min
30 min–1 tim 1–2 tim 2–3 tim Mer än 3 tim



Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Fördelning tid i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)

	Inte använt/ vet ej	Mindre än 15 min	15–30 min	30 min– 1 tim	1–2 tim	2–3 tim	Mer än 3 tim
Samtliga	17	11	19	21	16	9	7
Kvinna	13	9	19	23	18	9	9
Man	20	12	20	21	14	8	5
9–14 år	27	6	9	13	20	11	14
15–24 år	5	3	6	13	22	23	28
25–44 år	9	9	19	26	21	10	6
45–64 år	16	14	24	27	12	5	2
65–85 år	32	15	24	17	8	3	1
Ej högskola (25–85 år)	20	11	21	23	14	7	4
Högskola (25–85 år)	16	13	24	24	15	6	2
Storstad	16	11	19	21	18	9	6
Stad	17	11	18	23	15	9	7
Landsbygd	17	10	21	22	15	8	7

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).



SCANDINAV BILDBYRÅ

51% tog del av nyheter från SVT en vanlig dag – det gjorde SVT till Sveriges mest använda nyhetsförmedlare under 2024.

Nyheter från SVT och SR hade lite högre räckvidd bland män än kvinnor.

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

TV4:s nyheter hade högre räckvidd bland de utan högskoleutbildning. För morgontidning var det tvärtom.

TV4 hade högre andel nyhetsanvändare på landsbygden än i storstäderna.

Nyhetsanvändningen en vanlig dag i befolkningen 9 till 85 år är i stort sett oförändrad jämfört med 2023. Det gäller nästan samtliga redovisade nyhetskällor. Med nyhetsanvändning menas här de professionella svenska nyhetsmediernas utbud, oavsett distributionsform.

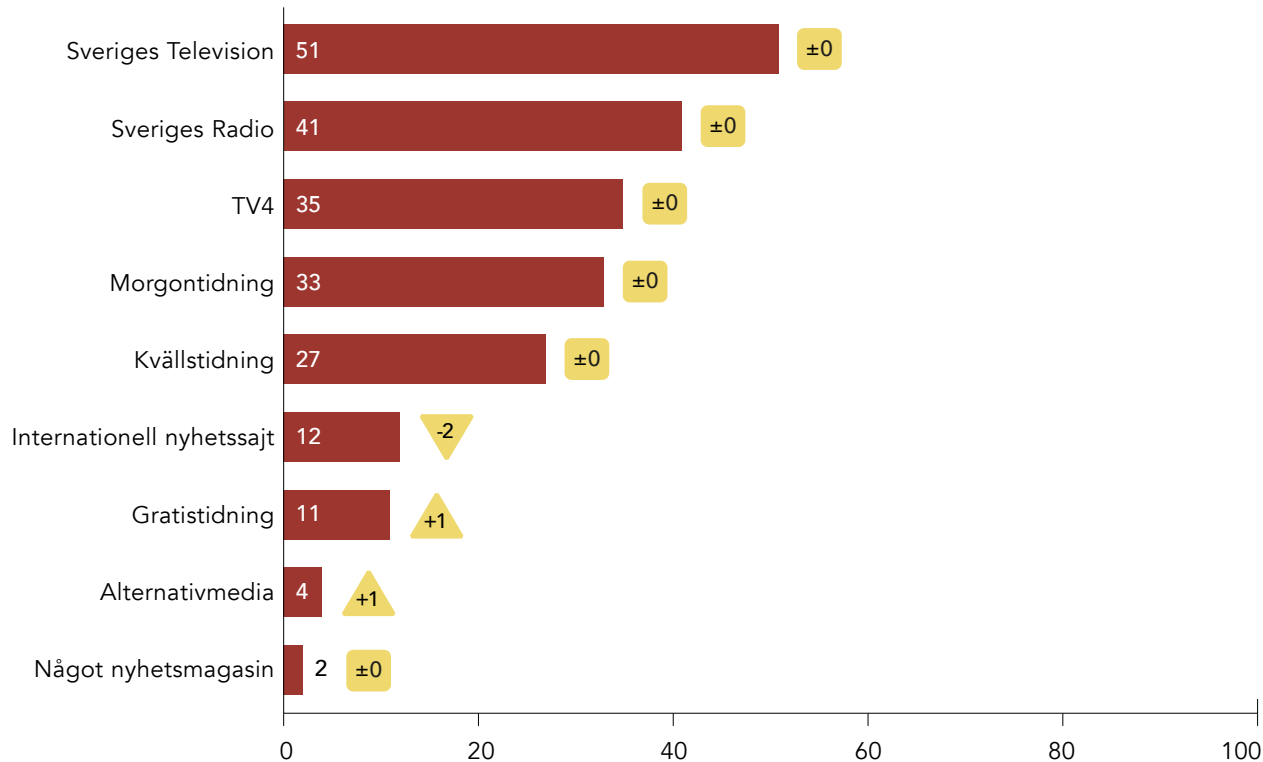
2024 tog halva befolkningen, 51 procent, mellan 9 och 85 år del av nyheter via Sveriges Television (SVT) och SVT var fortfarande den mest använda nyhetskällan en vanlig dag. Den andra svenska förmedlaren av nyheter i tv, TV4, hade en räckvidd på 35 procent. Sveriges Radio (SR) var den näst vanligaste nyhetskällan, 41 procent. Andelen som tog del av nyheter i morgontidning var 33 procent och användningen av nyheter från kvällstidningar 27. För dessa kanaler låg räckvidden på samma nivå som året innan. Räckvidden för internationell nyhetssajt minskade med 2 procentenheter, från 14 till 12 procent.

Män tog del av nyheter via SVT och SR i något större utsträckning än kvinnor, för övriga medier var skillnaderna små mellan kvinnor och män. Räckvidden för de professionella nyhetsmedierna ökade tydligt med stigande ålder. De äldsta, 65 till 85 år, tog del av nyhetsmedier i mycket större utsträckning än yngre åldersgrupper. Det gällde särskilt tv (SVT och TV4), radio (SR) och morgontidningar. Bland personer mellan 45 och 64 år återfanns den största andelen som tog del av nyheter via kvällstidningar. Tv var den nyhetskälla som gruppen 15 till 24 år i högst grad vände sig till, omkring en femtedel av åldersgruppen fick nyheter via SVT eller TV4.

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

När det kommer till boendeort var skillnaderna i användning av traditionella nyhetsmedier över lag små. De största differenserna fanns i räckvidden för TV4:s nyheter som högst bland de som bodde utanför storstäderna.

NYHETER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent samt förändring jämfört med 2023 i procentenheter)



Mediebarometern 2023 och 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter i respektive medium i traditionell form eller digitalt.

NYHETER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent)

	SVT	SR	TV4	Morgontidning	Kvällstidning	Gratistidning
Totalt	51	41	35	33	27	11
Kvinna	48	39	36	34	25	11
Man	54	43	34	33	28	11
9–14 år	16	14	15	5	4	3
15–24 år	19	12	18	8	13	8
25–44 år	37	36	21	25	31	9
45–64 år	62	48	43	43	35	10
65–85 år	88	66	61	59	28	20
Ej högskola (25–85 år)	60	47	52	34	31	13
Högskola (25–85 år)	58	50	30	46	31	12
Storstad	51	40	30	35	28	14
Stad	53	41	37	35	28	9
Landsbygd	49	42	38	30	25	10

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter i respektive medium i traditionell form eller digitalt.

Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldersgruppen 9 till 14 år var nyhetsanvändningen generellt låg. Det var vanligare bland pojkar än flickor att ta del av nyheter från TV4.

I gruppen 15 till 24 år var nyhetsanvändningen via TV4 högre bland kvinnor än män. Den var högre i den äldre delen av gruppen. Boendort spelade viss roll i gruppen – räckvidden för nyheter i TV4 var lägre i storstad jämfört med övriga landet.

Mönstret upprepar sig bland kvinnor och män i åldern 25 till 44 år och att nyhetsanvändningen var högre i den äldre delen av gruppen. Högskoleutbildade vände sig till SVT och morgontidning i högre grad än de utan högskoleutbildning. I storstad var det färre som tog del av nyheter via TV4.

Bland 45 till 64-åringar var den tydligaste skillnaden mellan könen att män i större utsträckning tog del av nyheter via SVT, SR och kvällstidning än kvinnor. TV4:s nyheter nådde en högre andel användare bland de utan högskoleutbildning. TV4 hade lägst räckvidd i storstad medan en högre andel läste nyheter via morgontidning eller kvällstidning i storstad jämfört med landsbygd.

Av 65 till 85-åringarna tittade männen på SVT:s nyheter i större utsträckning än kvinnorna. Män lyssnade också på SR:s nyheter i något högre grad än kvinnor. Utbildningsnivå i gruppen visade inga större skillnader med undantag för TV4 och morgontidning. Gratistidningarna hade högst räckvidd i storstäderna.

NYHETER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2024 (procent)

	SVT	SR	TV4	Morgontidning	Kvällstidning	Gratistidning
Totalt	16	14	15	5	4	3
Flicka	16	13	12	5	5	3
Pojke	16	15	17	5	2	2
Storstad	18	14	13	4	4	2
Stad	14	16	12	4	5	1
Landsbygd	15	12	17	6	2	4

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter i respektive medium i traditionell form eller digitalt.

NYHETER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2024 (procent)

	SVT	SR	TV4	Morgontidning	Kvällstidning	Gratistidning
Totalt	19	12	18	8	13	8
Kvinna	18	13	22	5	13	9
Man	20	11	15	10	12	6
15–19 år	15	11	18	6	8	7
20–24 år	24	13	19	9	19	9
Storstad	20	8	14	10	13	8
Stad	19	13	22	5	16	7
Landsbygd	18	14	21	7	11	8

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter i respektive medium i traditionell form eller digitalt.

NYHETER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2024 (procent)

	SVT	SR	TV4	Morgontidning	Kvällstidning	Gratistidning
Totalt	37	36	21	25	31	9
Kvinna	32	34	25	27	31	9
Man	42	38	18	23	31	8
25–34 år	32	30	19	19	23	6
35–44 år	39	39	22	27	34	10
Ej högskola	28	30	29	15	30	9
Högskola	42	39	17	30	31	9
Storstad	38	34	16	27	30	10
Stad	40	35	23	24	32	7
Landsbygd	33	39	26	24	30	9

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter i respektive medium i traditionell form eller digitalt.

NYHETER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2024 (procent)

	SVT	SR	TV4	Morgontidning	Kvällstidning	Gratistidning
Totalt	62	48	43	43	35	10
Kvinna	58	44	44	42	31	9
Man	65	52	43	43	39	11
45–54 år	50	43	31	36	38	10
55–64 år	67	51	49	46	33	10
Ej högskola	60	46	54	32	34	11
Högskola	63	51	32	53	35	10
Storstad	63	49	37	48	39	14
Stad	65	48	48	46	35	8
Landsbygd	58	49	45	36	31	8

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter i respektive medium i traditionell form eller digitalt.

NYHETER Daglig räckvidd, 65–85 år, 2024 (procent)

	SVT	SR	TV4	Morgontidning	Kvällstidning	Gratistidning
Totalt	88	66	61	59	28	20
Kvinna	85	64	60	59	26	20
Man	91	68	63	60	30	20
65–74 år	82	61	59	54	31	18
75–85 år	93	70	63	64	25	23
Ej högskola	88	63	68	52	30	19
Högskola	88	69	52	68	25	21
Storstad	88	67	57	59	26	29
Stad	90	64	63	64	29	17
Landsbygd	87	66	63	55	28	16

Mediebarometern 2024 (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 BILDBYRÅ

22% av befolkningen tog del av nyheter via Facebook en vanlig dag 2024 – 19% tog del av nyheter via Instagram.

Facebook var den mest använda sociala nätverkstjänsten för nyheter, särskilt bland personer utan högskoleutbildning.

Instagram var i större utsträckning nyhetsförmedlare bland kvinnor – Youtube och X var det mer bland män.

Att få nyheter via sociala nätverkstjänster var vanligast i åldern 15 till 24 år. Tiktok dominerade.

Det fanns inga geografiska skillnader, förutom Facebook som var mindre använd som nyhetsförmedlare i storstad jämfört med övriga landet.

Andelen som tar del av nyheter i de sociala nätverkstjänsterna är lägre än räckvidden för nyheter i professionella nyhetsmedier. Under en vanlig dag 2024, i befolkningen 9 till 85 år, låg andelen som tog del av nyheter i sociala nätverkstjänster generellt sett på samma nivå som 2023. Facebook var båda åren den mest använda sociala nätverkstjänsten för nyheter, men minskade med 3 procentenheter från 25 procent till 22 procent. Youtube, Tiktok, Snapchat och LinkedIn visade små eller inga förändringar. X minskade med 2 procentenheter till 6 procent.

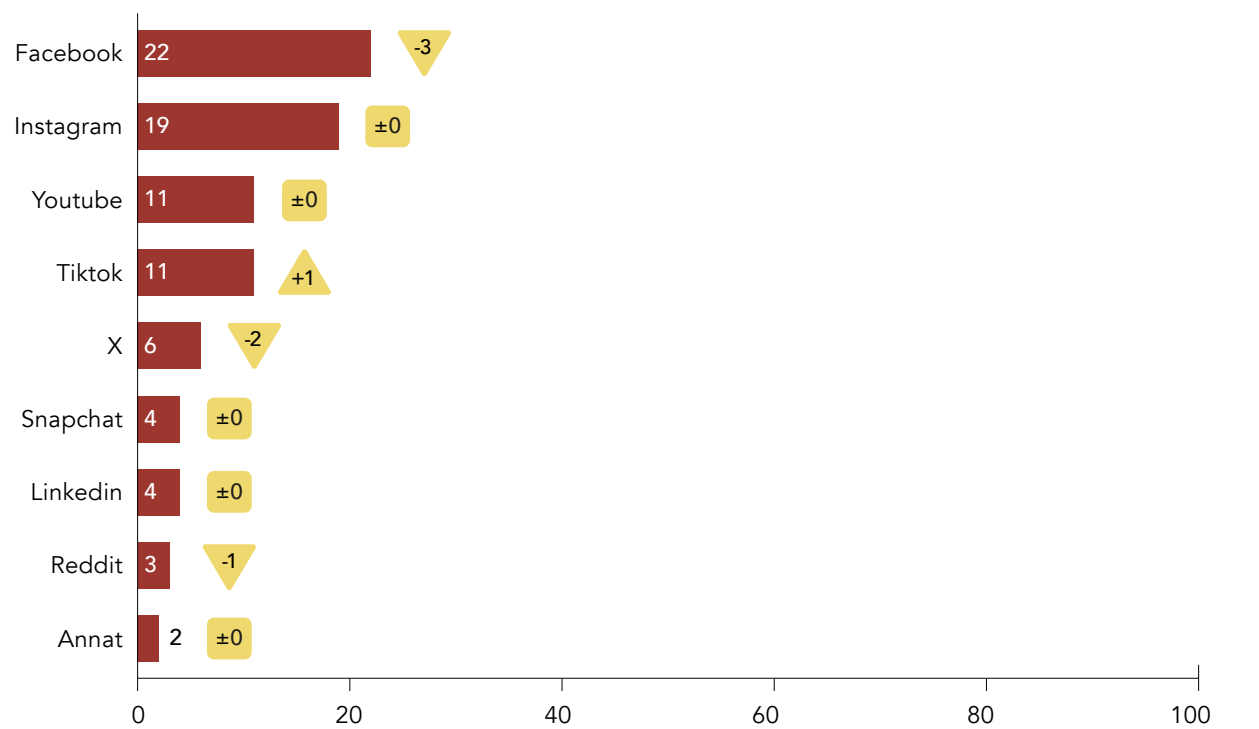
Det fanns skillnader mellan kvinnors och mäns nyhetskonsumtion via sociala nätverkstjänster. Kvinnor tog i större utsträckning del av nyheter via Instagram, och i viss mån Facebook, än män. Och fler män än kvinnor tog del av nyheter via Youtube och X.

Ungdomsgruppen 15 till 24 år var den grupp som i högst utsträckning tog del av nyheter via någon av de största nätverkstjänsterna, undantaget Facebook. Den mest använda tjänsten för att ta del av nyheter var Tiktok, 48 procent, följt av Instagram, 45 procent. 24 procent av ungdomarna tog del av nyheter via Youtube. Räckvidden för nyheter via dessa tre tjänster var i ungdomsgruppen högre än räckvidden för nyheter i de professionella nyhetsmedierna. Från 25 år och uppåt var Facebook den mest använda källan till nyheter och dess räckvidd var relativt jämnt fördelad mellan olika åldersgrupper. I de tre åldersgrupperna över 25 år, tog relativt sett få del av nyheter på Youtube och X – och nästan ingen alls via Tiktok och Snapchat.

Som en effekt av att nyhetsanvändningen via sociala nätverkstjänster framför allt sker bland ungdomar fanns inga märkbara skillnader utifrån utbildningsnivå, som redovisas i åldern över 25 år, under 2024.

I avseende på boendeort var skillnaderna i nyhetsanvändningen också begränsade under 2024. Men räckvidden för nyheter via Facebook var lägre i storstäderna jämfört med övriga landet. Räckvidden för nyheter via X var lite högre i storstad än i övriga landet.

NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent samt förändring jämfört med 2023 i procentenheter)



Mediebarometern 2023 och 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter via respektive nätverkstjänst.

NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–85 år, 2024 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Tiktok	X	Snapchat
Totalt	22	19	11	11	6	4
Kvinna	24	24	6	12	3	4
Man	20	15	15	9	9	4
9–14 år	3	14	21	33	3	17
15–24 år	17	45	24	48	9	13
25–44 år	25	21	10	5	8	1
45–64 år	24	13	7	2	5	2
65–85 år	24	12	5	0	2	1
Ej högskola (25–85 år)	30	15	7	2	4	2
Högskola (25–85 år)	20	16	8	3	7	1
Storstad	18	21	11	10	8	4
Stad	23	20	11	10	4	3
Landsbygd	25	18	11	11	5	5

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter via respektive nätverkstjänst.

Daglig räckvidd i olika åldersgrupper

I åldersgruppen 9 till 14 år var andelen som konsumerade nyheter via Tiktok en vanlig dag 2024 högre bland flickor än bland pojkar. Pojkar tog i stället del av nyheter via Youtube i högre grad än flickor.

Nyhetsanvändningen via olika sociala nätverkstjänster i gruppen 15 till 24 år var tydligt uppdelad mellan könen. Kvinnor använde Instagram och Tiktok medan männen använde Youtube och X. Yngre i gruppen använde i högre grad Tiktok, medan äldre i högre grad använde Facebook.

En tydlig uppdelning mellan män och kvinnor fanns också i gruppen 25 till 44 år där kvinnor använde Instagram och män Youtube och X. Sett till utbildningsnivå var räckvidden för nyheter via Facebook högre bland de utan högskole-

utbildning än bland de med. I övrigt var skillnaderna utifrån utbildningsnivå och boendeort små.

I gruppen 45 till 64 år var räckvidden för nyheter via Instagram något högre för kvinnor än män. Användningen av Facebook var lite högre bland de utan högskoleutbildning. I övrigt fanns inga stora skillnader kopplade till ålder, utbildningsnivå eller boendeort och generellt var användningen av nyheter via sociala nätverkstjänster låg med undantag för Facebook.

Bland 65 till 85-åringarna fanns inte lika tydliga skillnader mellan kvinnor och män för att ta del av nyheter via sociala nätverkstjänster. Bortsett från nyheter via Facebook, var nyhetsanvändningen via nätverkstjänsterna låg. Det fanns inga stora skillnader i utbildningsnivå eller boendeort.

NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 9–14 år, 2024 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Tiktok	X	Snapchat
Totalt	3	14	21	33	3	17
Flicka	2	15	14	36	2	17
Pojke	4	13	27	30	3	17
Storstad	2	14	15	30	3	14
Stad	1	13	21	32	5	12
Landsbygd	5	15	25	35	1	23

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter via respektive nätverkstjänst.

NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 15–24 år, 2024 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Tiktok	X	Snapchat
Totalt	17	45	24	48	9	13
Kvinna	19	53	16	57	5	15
Man	16	39	31	40	12	12
15–19 år	9	46	25	60	7	17
20–24 år	27	44	23	33	11	8
Storstad	14	47	25	42	9	12
Stad	22	43	25	48	9	12
Landsbygd	16	45	23	54	9	15

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter via respektive nätverkstjänst.

NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 25–44 år, 2024 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Tiktok	X	Snapchat
Totalt	25	21	10	5	8	1
Kvinna	29	28	5	6	3	2
Man	22	14	15	3	13	1
25–34 år	25	26	11	10	9	2
35–44 år	26	19	10	2	8	1
Ej högskola	34	21	12	6	7	3
Högskola	21	21	9	4	9	0
Storstad	20	24	11	6	11	1
Stad	28	21	11	4	6	1
Landsbygd	29	19	9	3	7	2

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter via respektive nätverkstjänst.

NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 45–64 år, 2024 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Tiktok	X	Snapchat
Totalt	24	13	7	2	5	2
Kvinna	25	17	4	2	2	2
Man	24	9	10	2	9	1
45–54 år	27	15	9	4	8	2
55–64 år	23	12	6	1	4	1
Ej högskola	28	13	7	2	3	2
Högskola	20	13	7	2	8	2
Storstad	20	14	7	3	7	2
Stad	25	15	7	2	3	1
Landsbygd	27	11	8	2	6	2

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter via respektive nätverkstjänst.

NYHETER I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Daglig räckvidd, 65–85 år, 2024 (procent)

	Facebook	Instagram	Youtube	Tiktok	X	Snapchat
Totalt	24	12	5	0	2	1
Kvinna	25	14	3	0	1	1
Man	23	9	6	1	3	1
65–74 år	24	12	5	1	3	1
75–85 år	25	11	5	0	1	0
Ej högskola	29	12	4	1	2	1
Högskola	19	11	5	0	3	1
Storstad	19	11	7	0	4	1
Stad	24	12	4	1	2	1
Landsbygd	29	11	4	1	1	1

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). Avser andelen som tagit del av nyheter via respektive nätverkstjänst.



MEDIETEKNIK

Tillgång i hushållet

SCANDINAV BILDBYRÅ

2024 hade nästan hela befolkningen mellan 9 och 85 år tillgång till en smartphone.

87% av befolkningen hade en bärbar dator i hushållet och 68% 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. Lägsta andelen fanns i åldern 15 till 24 år, 40%.

82% i åldern 9 till 14 år hade tillgång till en mediaspelare – i åldern 65 till 85 år var andelen 53%.

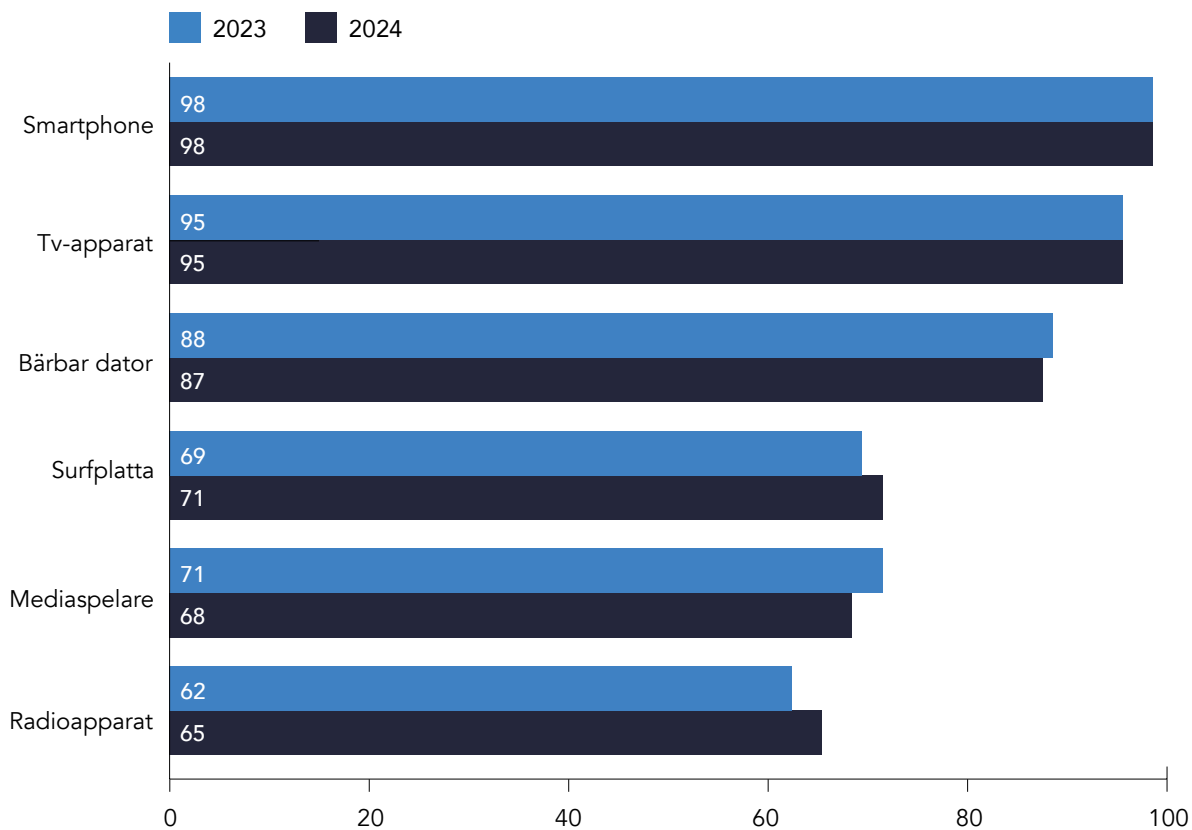
Den svenska befolkningen var tämligen välutrustad med avseende på tillgång till medieteknik under 2024. Tillgången till smartphone och tv-apparat var i det närmaste total i stora delar av befolkningen. Under året hade 98 procent tillgång till en smartphone och 95 procent hade tillgång till tv-apparat. Tillgången till en bärbar dator var 87 procent och tillgången till en mediaspelare, som till exempel Apple tv eller Chromecast, var 71 procent. Jämfört med 2023 märks inga förändringar när det gäller tillgången till olika medietekniker. I befolkningen 9 till 85 år var skillnaden mellan könen små 2024, men något större andel män hade tillgång till mediaspelare och radioapparat.

I samtliga åldersgrupper hade de flesta tillgång till såväl tv-apparat som smartphone och bärbar dator. Dessutom var tillgången till smartphone högre än tillgången till en tv-apparat i nästan alla åldersgrupper. Undantaget var den äldsta gruppen, 65 till 85 år. Bland dem hade 94 procent smartphone och 96 procent tv-apparat. Tillgången till mediaspelare var lägst bland 65 till 85-åringarna, 53 procent.

I fråga om utbildningsnivå var skillnaderna små med avseende på tillgång till smartphone och tv-apparat. Tillgången till radioapparat var högre bland de utan högskoleutbildning medan tillgången till bärbar dator, surfplatta och mediaspelare var högre bland de med högskoleutbildning.

När det gäller boendeort fanns det i första hand skillnader i tillgången till radioapparat. Tillgången var mer utbredd på landsbygden jämfört med i storstäderna. I sammanhanget kan det noteras att det totala radiolyssnandet också var högre på landsbygden. Tillgången till bärbar dator var högre i storstäderna än utanför dessa.

MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 9–85 år, 2023 och 2024 (procent)



Mediebarometern 2023 och 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 9–85 år, 2024 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Mediaspelare	Radioapparat
Totalt	98	95	87	71	68	65
Kvinna	98	95	87	69	68	63
Man	98	95	88	73	68	66
9-14 år	97	96	89	82	83	49
15-24 år	100	91	92	78	62	40
25-44 år	99	94	91	75	65	51
45-64 år	99	96	88	75	71	74
65-85 år	94	96	78	53	64	92
Ej högskola (25-85 år)	96	96	80	65	64	74
Högskola (25-85 år)	99	95	92	72	69	67
Storstad	98	93	91	70	67	60
Stad	98	95	86	72	67	64
Landsbygd	98	96	86	71	68	70

Mediebarometern 2023 och 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Tillgång i hushållet i olika åldersgrupper

I åldersgruppen 9 till 14 år var tillgången till alla medietekniker utom radioapparat mycket hög – tillgången till smartphone och tv i det närmaste total. Flickor tenderade att ha en högre tillgång till surfplatta än pojkar. Tillgången till surfplattor var också högre i storstäder än på landsbygden däremot var tillgången till radioapparater högre utanför storstäder.

Bland ungdomarna 15 till 24 år hade alla tillgång till en smartphone. Tillgången till mediaspelare var högre än tillgången till surfplatta. Tillgången till surfplatta var högre i den yngre halvan av gruppen jämfört med den äldre halvan. Även tillgången till radioapparat var högre bland de yngre.

Den tudelade åldersindelningen inom åldersgruppen 25 till 44 år visade att tillgången till radioapparat och surfplatta var högre i den äldre

halvan än i den yngre. Tillgången till bärbar dator var högst bland högskoleutbildade. Tillgången till radioapparat var förhållandevis hög på landsbygden.

I åldern 45 till 64 år var tillgången till mediaspelare mer utbredd bland personer i den yngre halvan av åldersintervallet än i den äldre. Däremot var tillgången till radioapparat högre i den äldre halvan. Tillgången till bärbar dator och surfplatta var högst bland personer med högskoleutbildning och 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 än bland kvinnor och de utan högskoleutbildning. Tillgången till dessa tekniker var också högre i den yngre delen av gruppen. Tillgången till tv var jämnast fördelad i hela åldersgruppen.

MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 9–14 år, 2024 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Mediaspelare	Radioapparat
Totalt	97	96	89	82	83	49
Kvinna	98	97	90	80	88	47
Man	97	96	89	83	79	50
Storstad	99	94	92	84	89	37
Stad	98	97	89	85	86	51
Landsbygd	96	97	87	79	78	56

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 15–24 år, 2024 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Mediaspelare	Radioapparat
Totalt	100	91	92	78	62	40
Kvinna	100	91	95	77	66	35
Man	100	91	90	80	59	44
15–19 år	100	95	94	82	71	47
20–24 år	100	85	90	73	51	31
Storstad	100	87	94	77	59	39
Stad	100	88	91	77	58	31
Landsbygd	100	97	92	80	68	48

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 25–44 år, 2024 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Mediaspelare	Radioapparat
Totalt	99	94	91	75	65	51
Kvinna	99	95	91	77	66	51
Man	99	93	90	74	64	52
25–34 år	100	91	90	72	47	38
35–44 år	99	95	91	76	72	57
Ej högskola	99	95	82	73	64	50
Högskola	100	93	95	76	65	52
Storstad	99	91	95	73	64	45
Stad	99	94	87	75	61	51
Landsbygd	99	97	89	76	69	58

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 45–64 år, 2024 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Mediaspelare	Radioapparat
Totalt	99	96	88	75	71	74
Kvinna	99	96	86	72	70	72
Man	99	97	90	78	73	76
45–54 år	100	95	90	79	73	69
55–64 år	99	97	87	72	71	77
Ej högskola	98	97	83	72	67	76
Högskola	100	96	93	77	75	73
Storstad	100	97	91	74	74	72
Stad	99	96	87	74	73	74
Landsbygd	98	96	85	75	69	77

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

MEDIETEKNIK Tillgång i hushållet, 65–85 år, 2024 (procent)

	Smartphone	Tv	Bärbar dator	Surfplatta	Mediaspelare	Radioapparat
Totalt	94	96	78	53	64	92
Kvinna	93	95	75	48	63	90
Man	95	97	82	58	65	93
65–74 år	97	97	81	64	68	89
75–85 år	91	95	75	42	60	95
Ej högskola	93	96	74	51	61	92
Högskola	96	96	84	55	67	91
Storstad	94	95	80	50	62	90
Stad	95	98	78	60	67	92
Landsbygd	94	95	77	50	62	93

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).



PRENUMERATION DAGSTIDNING

Tillgång i hushållet

BANK PHROM

2024 hade 50% av befolkningen 9 till 85 år tillgång till en prenumererad dagstidning i hemmet, på papper eller digitalt.

47% hade tillgång till prenumererad morgontidning och 10% till någon kvällstidnings plustjänst.

42% hade tillgång till prenumererad digital morgontidning och 20% till någon papperstidning.

Den högsta andelen med tillgång till en morgontidningsprenumeration på papper fanns i gruppen 65 till 85 år och den lägsta i gruppen 25 till 44 år.

Digitala prenumerationer var vanligare bland högskoleutbildade än bland personer utan högskoleutbildning.

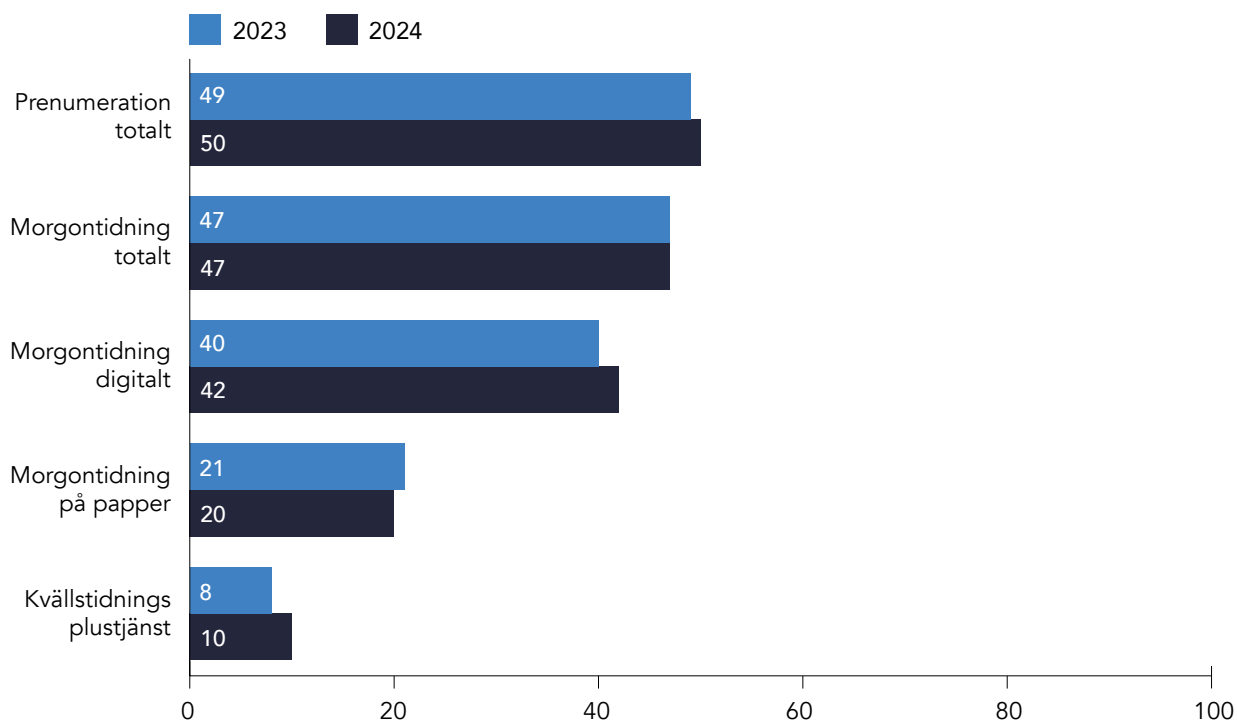
Under 2024 hade hälften, 50 procent, av den svenska befolkningen 9 till 85 år tillgång till dagstidningsprenumeration i hushållet, på papper eller digitalt. Andelen som hade tillgång till prenumererad morgontidning uppgick till 47 procent. 42 procent av befolkningen hade tillgång till digital morgontidningsprenumeration medan 20 procent hade tillgång till en prenumerat på papperstidning. 10 procent hade tillgång till prenumerat på en kvällstidnings plustjänst. Det finns inga större skillnader i andelen prenumeranter mellan 2023 och 2024.

Det förelåg inga skillnader i befolkningen 9 till 85 år med avseende på kön. 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, 72 procent och för andra året i rad var det fler som hade tillgång till en digital tidning än en papperstidning. 2024 hade 43 procent av befolkningen 65 till 85 år tillgång till en prenumererad morgontidning på papper och 58 procent hade en digital prenumerat.

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 gällde dock enbart tillgång till en digital prenumerat. När det gällde tillgången till en tryckt morgontidning var andelen jämnstor mellan de med och de utan högskoleutbildning.

Boendeort påverkar också tillgången till dagstidningsprenumeration, där städer generellt har en något högre andel personer med tillgång till digital morgontidning jämfört med landsbygden.

PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 9–85 år, 2023 och 2024 (procent)



Mediebarometern 2023 och 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 9–85 år, 2024 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning**
Totalt	50	47	42	20	10
Kvinna	50	48	42	20	10
Man	49	47	42	19	10
9–14 år	39	37	31	15	5
15–24 år	34	31	25	13	9
25–44 år	35	33	32	6	7
45–64 år	58	55	51	21	13
65–85 år	74	72	58	43	12
Ej högskola (25–85 år)	48	45	38	21	10
Högskola (25–85 år)	57	56	51	21	11
Storstad	51	48	44	18	10
Stad	53	51	45	22	10
Landsbygd	46	44	38	20	10

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser prenumeration på morgontidning (digital eller på papper) eller kvällstidnings plustjänst. **Avser kvällstidnings plustjänst.

Tillgång i hushållet i olika åldersgrupper

I gruppen 9 till 14 år var tillgången till en dagstidningsprenumeration jämnt fördelad mellan pojkar och flickor. Men betydligt fler i storstad och stad än i landsbygd hade tillgång till en digital prenumeration.

I åldern 15 till 24 år hade kvinnor tillgång till en digital prenumeration i något större utsträckning än män. Tillgången till en hushållsprenumeration var också betydligt högre i den yngre halvan av åldersgruppen än i den äldre. Förklaringen till skillnaderna beror sannolikt på att de flesta i denna grupp fortfarande bor hemma hos sina föräldrar. Andelen prenumeranter var totalt sett lägre i storstad jämfört med landsbygd.

I åldersgruppen 25 till 44 år hade fler kvinnor tillgång till en prenumeration. Tillgången till en prenumererad morgontidning, oavsett plattform,

var högre i den äldre halvan av gruppen. Personer med högskoleutbildning hade tillgång till en prenumererad digital morgontidning i större utsträckning än de utan högskoleutbildning.

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

65 till 85-åringarna var den åldersgrupp som hade högst andel dagstidningsprenumeranter. Det var fler som hade tillgång till digital prenumeration än prenumeration på papperstidning. Det fanns en tydlig skillnad knuten till utbildning. Högskoleutbildade hade i högre grad tillgång till en digital morgontidningsprenumeration än de utan högskoleutbildning

PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 9–14 år, 2024 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning**
Totalt	39	37	31	15	5
Flicka	39	37	31	19	6
Pojke	39	37	33	13	5
Storstad	44	41	36	18	6
Stad	41	40	35	16	5
Landsbygd	34	32	26	12	4

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser prenumeration på morgontidning (digital eller på papper) eller kvällstidnings plustjänst. **Avser kvällstidnings plustjänst.

PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 15–24 år, 2024 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning**
Totalt	34	31	25	13	9
Kvinna	36	33	28	13	8
Man	33	29	23	14	12
15–19 år	41	38	30	17	11
20–24 år	24	22	18	8	7
Storstad	30	27	22	12	8
Stad	34	31	27	13	9
Landsbygd	37	34	27	15	11

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser prenumeration på morgontidning (digital eller på papper) eller kvällstidnings plustjänst. **Avser kvällstidnings plustjänst.

PRENUMERATION DAGSTIDNING Tillgång i hushållet, 25–44 år, 2024 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning**
Totalt	35	33	32	6	7
Kvinna	36	34	33	6	7
Man	33	31	30	6	7
25–34 år	31	29	28	4	6
35–44 år	36	34	33	7	8
Ej högskola	23	21	19	5	6
Högskola	41	39	38	7	8
Storstad	37	35	34	5	8
Stad	36	35	33	6	7
Landsbygd	31	29	28	7	6

Mediebarometern 2024 (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, 2024 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning**
Totalt	58	55	51	21	13
Kvinna	58	55	51	23	12
Man	57	55	51	18	14
45–54 år	51	49	47	12	10
55–64 år	61	58	53	25	15
Ej högskola	49	45	41	18	13
Högskola	66	64	60	23	13
Storstad	64	60	55	21	12
Stad	63	61	57	23	15
Landsbygd	49	47	43	18	13

Mediebarometern 2024 (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, 2024 (procent)

	Totalt*	Morgontidning	... digitalt	... på papper	Kvällstidning**
Totalt	74	72	58	43	12
Kvinna	73	71	56	42	12
Man	74	74	61	43	12
65–74 år	70	68	59	34	14
75–85 år	77	76	58	51	10
Ej högskola	69	66	52	40	11
Högskola	80	79	67	46	13
Storstad	73	70	60	38	14
Stad	77	76	60	47	11
Landsbygd	71	70	56	43	11

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser prenumeration på morgontidning (digital eller på papper) eller kvällstidnings plustjänst. **Avser kvällstidnings plustjänst.



PRENUMERATION TIDSKRIFTER OCH BÖCKER

Tillgång i hushållet

SCANDINAV BILDBYRÅ

Under 2024 hade 35% mellan 9 och 85 år tillgång till en prenumererad tidskrift.

Huvuddelen, 27%, hade tillgång till en tryckt prenumeration – 11% till en digital.

5% hade tillgång till prenumerationstjänst för tidskrifter.

26% hade digital prenumerationstjänst för ljud/e-böcker.

För samtliga prenumerationstyper var tillgången högre bland högskoleutbildade än bland personer utan högskoleutbildning.

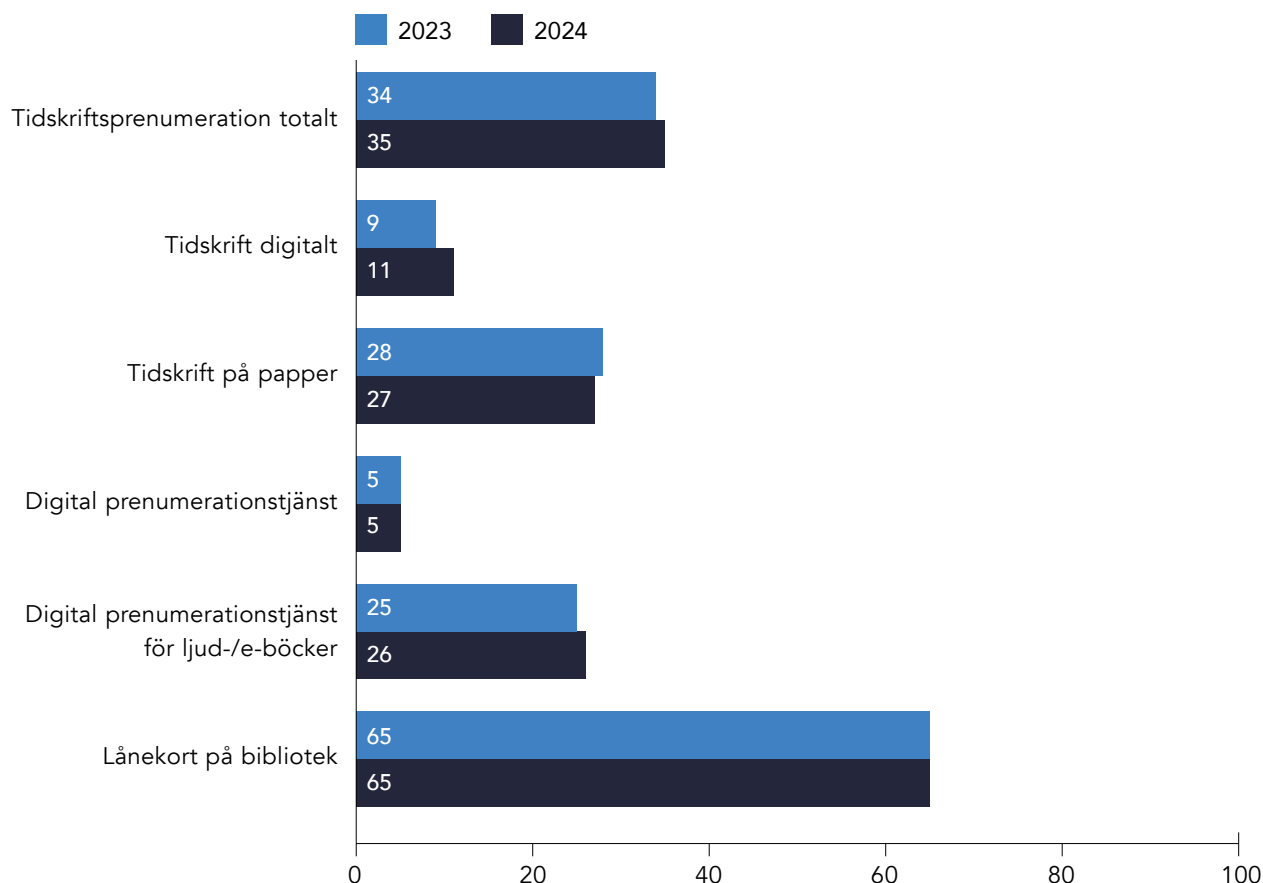
Under 2024 hade 35 procent av befolkningen 9 till 85 år tillgång till en tidskriftsprenumeration i hushållet. De flesta hade tillgång till en tryckt tidskrift. Den andelen uppgick till 27 procent medan andelen med tillgång till en digital prenumeration var 11 procent. Den stora majoriteten av tidskriftsprenumerationerna avsåg enskilda titlar. Endast 5 procent av befolkningen sade sig ha tillgång till en digital prenumerationstjänst för tidskrifter, som till exempel Readly eller Ztory. Andelen hushåll med tidskriftsprenumeration var i stort sett stabil mellan 2023 och 2024. De digitala prenumerationerna för tidskrifter ökade försiktigt, från 9 till 11 procent. Andelen med digitala prenumerationstjänster för ljud- och e-böcker och andelen med lånekort på bibliotek var oförändrad. Andelarerna var 5 respektive 65 procent.

Andelen med tillgång till en tidskriftsprenumeration var lika hög bland kvinnor som bland män. Däremot var tillgången avsevärt högre bland kvinnor än bland män för en prenumerationstjänst på ljud- eller e-böcker.

Under 2024 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 de som inte var det. Tillgången till tidskriftsprenumeration var jämnt fördelade i förhållande till boendeort.

Tillgången till någon prenumererad tjänst för ljud- och e-böcker sjönk med stigande ålder. I åldersintervallet 15 till 64 år hade närmare 30 procent tillgång till en sådan tjänst, medan tillgången var betydligt lägre bland de över 65 år, 13 procent. Att ha tillgång till en tjänst för ljud- och e-böcker var betydligt mer vanligt bland högskoleutbildade än bland personer utan högskoleutbildning. Tillgången till ett kommunalt bibliotekskort var avsevärt högre bland kvinnor, bland personer med högskoleutbildning samt boende i storstad eller stad.

PRENUMERATION TIDSKRIFTER/BÖCKER Tillgång i hushållet, 9–85 år, 2023 och 2024 (procent)



Mediebarometern 2023 och 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

PRENUMERATION TIDSKRIFTER/BÖCKER Tillgång i hushållet, 9–85 år, 2024 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerationstjänst	Prenumerationstjänst ljud-/e-böcker	Lånekort på bibliotek
Totalt	35	11	27	5	26	65
Kvinna	35	9	29	5	31	73
Man	34	12	26	5	22	58
9–14 år	33	7	28	6	41	85
15–24 år	21	9	14	3	30	60
25–44 år	25	7	19	3	28	70
45–64 år	40	13	29	8	29	60
65–85 år	52	15	45	6	13	60
Ej högskola (25–85 år)	33	9	26	4	19	51
Högskola (25–85 år)	41	13	33	7	28	75
Storstad	35	11	27	5	27	67
Stad	35	12	27	5	27	66
Landsbygd	35	10	28	5	25	63

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Tillgång i hushållet i olika åldersgrupper

I åldern 9 till 14 år var tillgången till en prenumererad tidskrift på papper var högre i storstad än i landsbygd. Andelen med lånekort på bibliotek var högst bland flickor.

I åldersgruppen 15 till 24 år var tillgången till en prenumerationstjänst för e-böcker högre bland kvinnor än bland män. Lånekort på bibliotek var vanligast bland kvinnor och i den yngre halvan av gruppen.

I åldern 25 till 44 år hade fler kvinnor än män någon prenumeration på e-bokstjänster. Den äldre halvan hade tillgång till såväl en tidskriftsprenumeration som prenumerationstjänst på e-böcker i större utsträckning än den yngre. Högskoleutbildade hade i större utsträckning tidskriftsprenumeration och e-bokstjänst än de utan

högskoleutbildning. Lånekort på bibliotek var vanligare bland kvinnor och högskoleutbildade.

Bland 45 till 64-åringarna fanns skillnader mellan yngre och äldre personer inom gruppen. Högskoleutbildade hade tillgång till prenumeration på såväl tidskrifter som böcker i högre utsträckning än de utan högskoleutbildning.

I gruppen 65 till 85 år hade kvinnor en tryckt tidskriftsprenumeration i större utsträckning än männen medan männen hade en digital tidsskriftsprenumeration i högre grad än kvinnor. Andelen med prenumeration på tidskrifter och böcker var högre bland högskoleutbildade än ej högskoleutbildade. Lånekort på bibliotek vanligare bland kvinnor och bland personer med högskoleutbildning.

PRENUMERATION TIDSKRIFT/BÖCKER Tillgång i hushållet, 9–14 år, 2024 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerationstjänst	Prenumerationstjänst ljud-/e-böcker	Lånekort på bibliotek
Totalt	33	7	28	6	41	85
Flicka	32	5	28	4	41	88
Pojke	33	8	26	8	41	82
Storstad	38	9	32	6	48	86
Stad	30	7	26	4	41	84
Landsbygd	32	6	26	7	37	85

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

PRENUMERATION TIDSKRIFT/BÖCKER Tillgång i hushållet, 15–24 år, 2024 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerationstjänst	Prenumerationstjänst ljud-/e-böcker	Lånekort på bibliotek
Totalt	21	9	14	3	30	60
Kvinna	20	7	16	1	35	68
Man	21	11	12	4	26	52
15–19 år	22	10	15	3	35	69
20–24 år	18	8	13	2	25	49
Storstad	20	8	12	3	27	59
Stad	19	9	13	3	34	58
Landsbygd	23	9	17	3	31	62

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

PRENUMERATION TIDSKRIFT/BÖCKER Tillgång i hushållet, 25–44 år, 2024 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerations- tjänst	Prenumerations- tjänst ljud-/e-böcker	Lånekort på bibliotek
Totalt	25	7	19	3	28	70
Kvinna	26	6	21	3	34	78
Man	24	8	17	2	22	62
25–34 år	17	7	12	2	21	61
35–44 år	28	8	22	3	30	74
Ej högskola	15	5	10	2	24	55
Högskola	29	8	23	3	29	78
Storstad	26	6	21	3	26	73
Stad	25	10	18	3	28	70
Landsbygd	23	6	18	3	29	67

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

PRENUMERATION TIDSKRIFT/BÖCKER Tillgång i hushållet, 45–64 år, 2024 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerations- tjänst	Prenumerations- tjänst ljud-/e-böcker	Lånekort på bibliotek
Totalt	40	13	29	8	29	60
Kvinna	40	12	29	9	34	67
Man	40	14	29	7	24	53
45–54 år	33	10	25	5	34	66
55–64 år	43	14	32	9	26	57
Ej högskola	33	10	24	6	23	47
Högskola	47	16	35	10	34	72
Storstad	40	12	29	8	30	64
Stad	40	15	28	7	29	61
Landsbygd	40	12	30	8	27	55

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

PRENUMERATION TIDSKRIFT/BÖCKER Tillgång i hushållet, 65–85 år, 2024 (procent)

	Tidskrift totalt	... digitalt	... på papper	... prenumerations- tjänst	Prenumerations- tjänst ljud-/e-böcker	Lånekort på bibliotek
Totalt	52	15	45	6	13	60
Kvinna	53	12	47	6	17	69
Man	51	18	42	6	9	50
65–74 år	48	15	40	8	17	60
75–85 år	55	15	49	5	9	60
Ej högskola	48	11	41	4	11	52
Högskola	57	19	49	9	17	70
Storstad	50	18	43	7	14	61
Stad	53	16	45	7	15	63
Landsbygd	52	12	46	6	12	57

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER

Tillgång i hushållet

SCANDINAV BILDBYRÅ

Under 2024 var tillgången till abonnemang på strömningstjänst för tv 75% i befolkningen 9 till 85 år och för musik/podcast 70%.

För strömningstjänster för tv sjönk tillgången med ökad ålder.

52% 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.

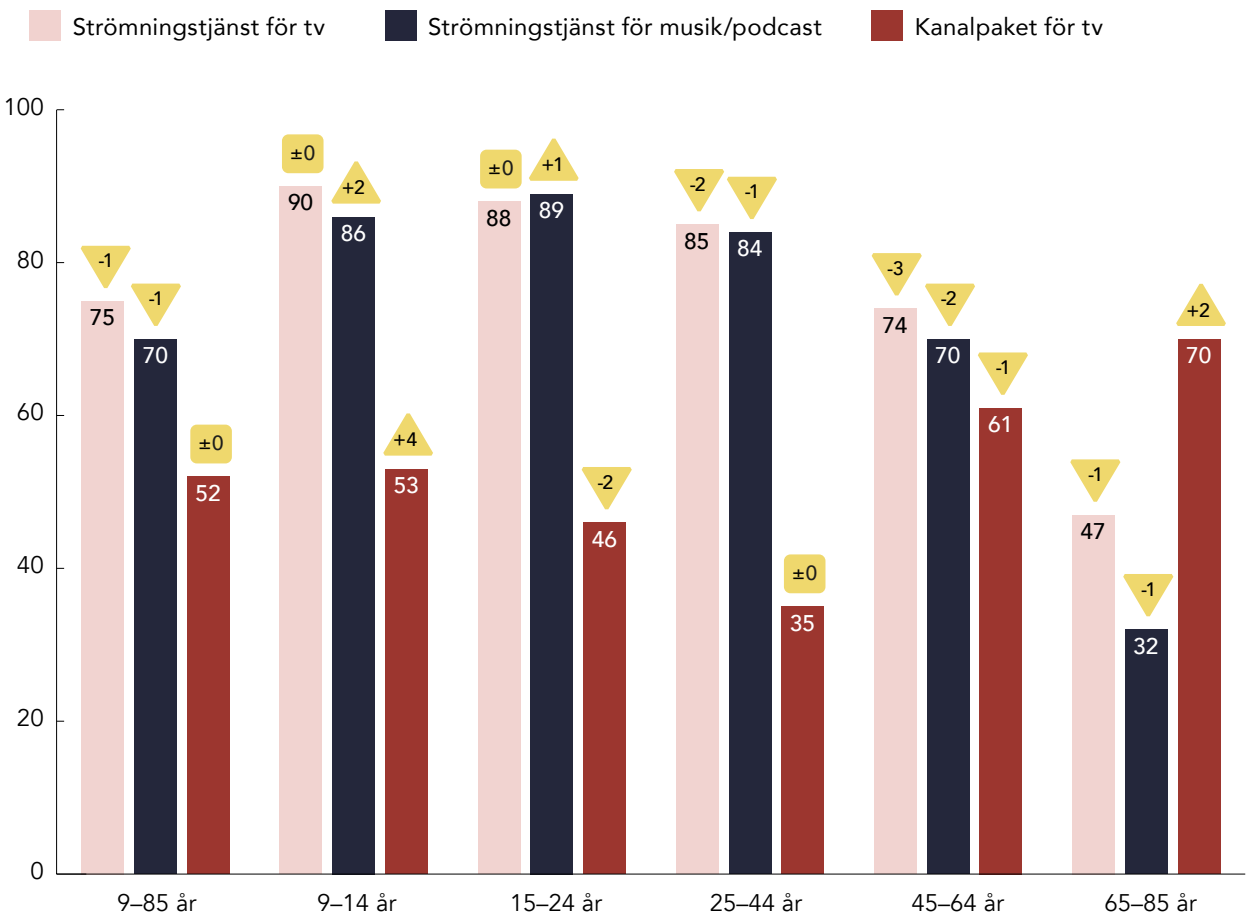
Tillgången till strömningstjänster var högst i storstäderna och lägst på landsbygden.

Under 2024 hade 75 procent av befolkningen mellan 9 och 85 år tillgång till ett abonnemang på en strömningstjänst för tv i hemmet. 70 procent hade tillgång till ett abonnemang på en strömningstjänst för musik/podcast. 52 procent av befolkningen bodde i ett hushåll som abonnerade på ett kanalpaket för tv. Jämfört med 2023 var både tillgången på strömningstjänster för tv och musik/podcast samt tillgången till kanalpaket för tv oförändrad.

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 abonnerade strömningstjänster för tv respektive musik/podcast sjönk med ökad ålder, den var högst bland barn och ungdomar och lägst bland de äldsta. Tillgången till kanalpaket för tv uppvisade ett annat mönster. 2024 var tillgången högst i den äldsta gruppen, 65 till 85 år och lägst i åldersintervallet 25 till 44 år. Bland 9 till 14-åringar och 15 till 24-åringar, där en stor grupp fortfarande bor hemma hos föräldrarna, låg tillgången på 53 respektive 46 procent.

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 högskoleutbildning. Tillgången på strömningstjänster och kanalpaket för tv visade stora likheter med avseende på boendeort. Abonnemang på strömningstjänst för musik/podcast var mer utbredd i storstäderna än i övriga landet.

ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 9–85 år, 2024 (procent samt förändring jämfört med 2023 i procentenheter)



Mediebarometern 2023 och 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 9–85 år, 2024 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	75	70	52
Kvinna	75	69	53
Man	74	71	53
9–14 år	90	86	53
15–24 år	88	89	46
25–44 år	85	84	35
45–64 år	74	70	61
65–85 år	47	32	70
Ej högskola (25–85 år)	65	56	57
Högskola (25–85 år)	76	72	50
Storstad	78	74	50
Stad	74	69	54
Landsbygd	72	67	53

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER

Tillgång i hushållet i olika åldersgrupper

I åldern 9 till 14 år var tillgången till strömningstjänster för musik/podcast och kanalpaket för tv var något högre bland flickor än bland pojkar. Tillgången till strömningstjänst för tv var lika hög bland flickor som bland pojkar. Strömningstjänst för tv och musik/podcast var högre i storstad jämfört med landsbygd.

Även i gruppen 15 till 24 år var det fler kvinnor än män som hade tillgång till strömningstjänster eller kanalpaket för tv. Tillgången till strömningstjänst för tv och kanalpaket för tv var högre i den yngre halvan av åldersgruppen. Tillgången till kanalpaket för tv var något mer utbredd på landsbygden än i städerna.

I gruppen 25 till 44 år var skillnaderna små med avseende på boendeort när det gäller tillgång till strömningstjänster för tv. Tillgång till kanalpaket för tv var högst i den äldre halvan av gruppen.

När det gäller tillgång till strömningstjänster för musik/podcast var tillgången högre bland personer med högskoleutbildning än bland de utan.

I åldern 45 till 64 år fanns tydliga skillnader mellan yngre och äldre inom gruppen. Andelen med tillgång till 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 på strömningstjänster för tv och för musik/podcast var mer utbredd bland högskoleutbildade än bland personer utan högskoleutbildning. Abonnemang på strömningstjänster för tv och musik/podcast var vanligare i städerna än utanför dessa.

ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 9–14 år, 2024 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	90	86	53
Flicka	90	87	57
Pojke	90	85	49
Storstad	96	92	53
Stad	92	89	55
Landsbygd	85	80	50

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 15–24 år, 2024 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	88	89	46
Kvinna	92	91	49
Man	85	88	44
15–19 år	90	87	55
20–24 år	85	91	35
Storstad	87	88	43
Stad	91	90	44
Landsbygd	88	89	52

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 25–44 år, 2024 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	85	84	35
Kvinna	88	85	37
Man	83	84	34
25–34 år	86	88	26
35–44 år	85	83	38
Ej högskola	83	80	36
Högskola	87	86	35
Storstad	87	85	34
Stad	84	84	35
Landsbygd	84	84	35

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 45–64 år, 2024 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	74	70	61
Kvinna	74	67	63
Man	74	72	60
45–54 år	83	84	53
55–64 år	70	63	65
Ej högskola	70	64	63
Högskola	78	75	59
Storstad	78	74	57
Stad	73	69	65
Landsbygd	71	67	62

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

ABONNEMANG LJUD- OCH BILDMEDIER Tillgång i hushållet, 65–85 år, 2024 (procent)

	Strömningstjänst tv	Strömningstjänst musik/podcast	Kanalpaket tv
Totalt	47	32	70
Kvinna	44	28	63
Man	50	35	76
65–74 år	55	42	71
75–85 år	39	22	68
Ej högskola	44	27	69
Högskola	51	38	70
Storstad	52	40	68
Stad	46	29	73
Landsbygd	45	27	68

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER

Tillgång i befolkningen



SCANDINAV BILDBYRÅ

90% hade egen profil på någon social nätverkstjänst under 2024. Högst andel, 76%, hade Facebook, därefter kom Instagram, 70%.

Kvinnor hade egen profil i större utsträckning än män – undantagen var LinkedIn och X.

95% i åldern 15 till 24 år hade egen profil på Snapchat.

66% i åldern 65 till 85 år hade egen profil på Facebook.

Att ha profil i sociala nätverkstjänster var vanligare bland de med högskoleutbildning än bland de utan – det gällde framför allt LinkedIn.

Under 2024 hade 90 procent av befolkningen 9 till 85 år egen profil på någon social nätverkstjänst. Över lag var tillgången till egen profil på någon social nätverkstjänst mycket högre än användningen av nätverkstjänsterna en vanlig dag (se s. 86). De flesta, 76 procent, hade egen Facebookprofil, medan 70 procent hade egen profil på Instagram. Jämförelsen mellan 2023 och 2024 visar att det totala innehavet av konto på sociala nätverkstjänster i befolkningen förblev oförändrad, 90 procent. De flesta plattformar behåller samma tillgångsnivåer. Undantaget är tillgången till X som minskar från 25 till 21 procent.

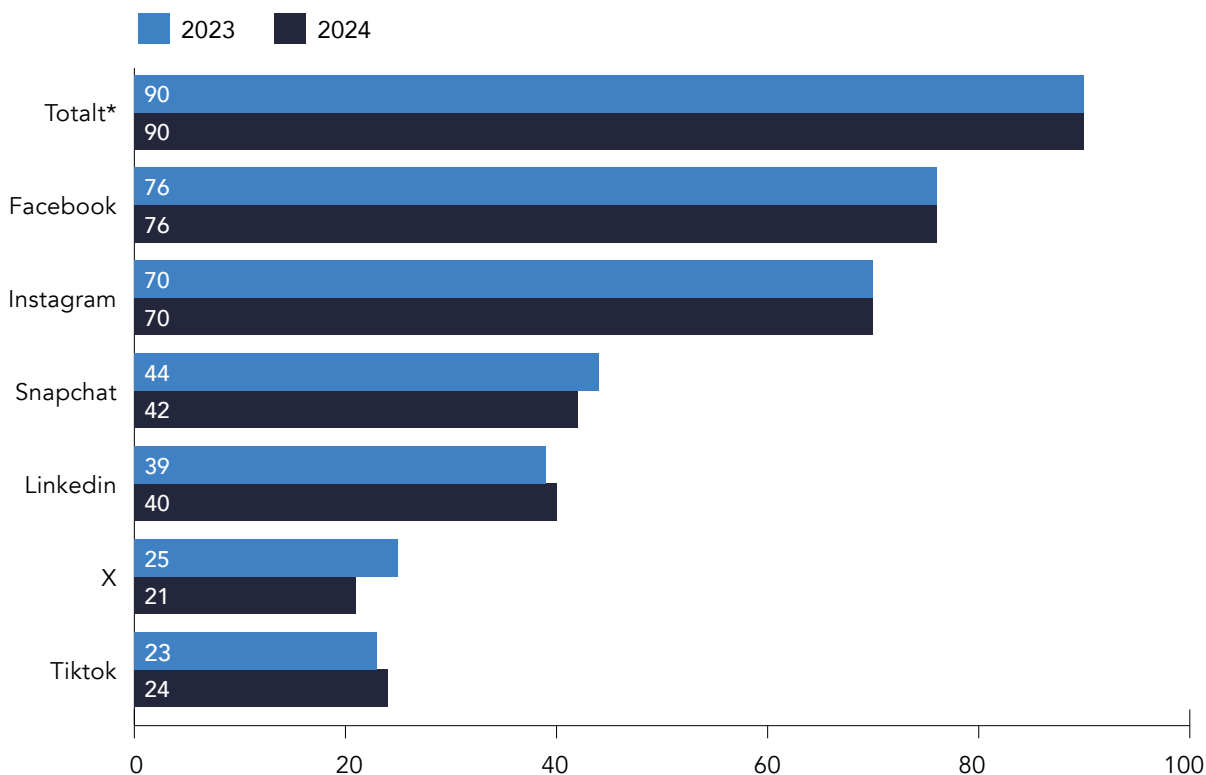
Kvinnor hade egen profil på sociala nätverkstjänster i större utsträckning än män. Skillnaderna mellan kvinnor och män var som störst för Instagram. Män hade i större utsträckning egen profil på LinkedIn och X jämfört med kvinnor.

Tillgången till minst någon social nätverkstjänst var mycket hög i samtliga åldersgrupper. Bland de mellan 15 och 64 år hade nästan alla en egen profil på någon nätverkstjänst. Det märktes däremot betydande åldersgap mellan olika typer av sociala nätverkstjänster. Bland de äldsta, 65 till 85 år var det vanligast att ha profil på Facebook. Åldersgruppen 15 till 24 år hade i väsentligt större utsträckning en egen profil på Snapchat, Tiktok och X jämfört med andra åldersgrupper. LinkedIn var den enda tjänsten där andra åldersgrupper hade fler med egen profil än ungdomarna. 58 procent av 25 till 44-åringarna och 52 procent i gruppen 45 till 64 år hade profil på LinkedIn. Förklaringen ligger i Linkedins karaktär av nätverkstjänst för arbetsliv och karriär.

Bland personer med högskoleutbildning var andelen med egen profil högre på de flesta sociala nätverkstjänster än bland personer utan högskoleutbildning. Undantaget var Tiktok där innehav av profil var lika stor vilket beror på att de under 25 år inte ingår i underlaget.

Det var små skillnader med avseende på boendeort. För LinkedIn och X var andelen med egen profil högre bland boende i storstad och stad jämfört med landsbygdsbor. Facebook och Tiktok uppvisade minst geografiska skillnader. Att ha profil på Snapchat var något mindre vanligt i storstad.

PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 9–85 år, 2023 och 2024 (procent)



Mediebarometern 2023 och 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser egen profil i en eller flera sociala nätverkstjänster.

PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 9–85 år, 2024 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	LinkedIn	Tiktok	X
Totalt	90	76	70	42	40	24	21
Kvinna	92	79	78	46	37	26	14
Man	89	73	62	38	43	21	28
9–14 år	82	24	44	69	1	51	12
15–24 år	99	84	93	95	33	75	45
25–44 år	98	90	82	48	59	22	27
45–64 år	92	80	71	29	52	11	18
65–85 år	75	66	47	8	18	2	6
Ej högskola (25–85 år)	87	77	65	31	31	13	13
Högskola (25–85 år)	92	82	72	31	57	13	22
Storstad	91	76	72	39	52	23	26
Stad	90	76	70	42	38	23	20
Landsbygd	89	75	68	44	31	24	17

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser profil i någon social nätverkstjänst, inte bara dem som anges i tabellen.

Tillgång i befolkningen i olika åldersgrupper

I åldern 9 till 14 år hade flickor egen profil på Tiktok och Instagram i större utsträckning än pojkar. Medan tillgången till ett konto på Facebook är högre bland pojkar. Tillgången till Facebook och Tiktok var något högre i landsbygd än i stadsmiljöer.

Bland 15 till 24-åringarna var den totala tillgången till sociala nätverkstjänster mycket hög. Kvinnor hade egen profil på Instagram och Tiktok i högre grad än män. För X gällde det omvända. Egen profil på LinkedIn var vanligare i stad och storstad.

I grupperna 25 till 44 år och 45 till 65 år var mönstren mycket snarlika. Kvinnor hade egen

profil på flertalet sociala nätverkstjänster i högre grad än män. Undantagen var X och LinkedIn. Egen profil på LinkedIn hade framför allt högt utbildade och storstadsbor.

I åldersgruppen 65 till 85 år hade tre av fyra tillgång till en profil på någon social nätverkstjänst. Andelen med egen profil var högre i den yngre halvan. Att ha egen profil var vanligare bland kvinnor än män, dock var mönstret detsamma även i den här gruppen att fler män än kvinnor hade egen profil på X och LinkedIn. Skillnaderna i förhållande till utbildning och boendort märktes främst för LinkedIn.

PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 9–14 år, 2024 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	LinkedIn	Tiktok	X
Totalt	82	24	44	69	1	51	12
Flicka	80	20	48	71	1	53	7
Pojke	84	29	41	68	1	49	16
Storstad	82	23	48	70	1	52	13
Stad	82	19	43	66	1	46	15
Landsbygd	83	29	42	71	1	54	9

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser profil i någon social nätverkstjänst, inte bara dem som anges i tabellen.

PROFIL I SOCIALA NÄTVERKSTJÄNSTER Tillgång i befolkningen, 15–24 år, 2024 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	LinkedIn	Tiktok	X
Totalt	99	84	93	95	33	75	45
Kvinna	99	86	98	97	31	85	35
Man	99	83	88	93	35	67	54
15–19 år	99	77	93	96	14	84	42
20–24 år	100	94	92	92	57	65	48
Storstad	100	81	93	94	40	69	46
Stad	99	88	92	94	40	76	47
Landsbygd	99	84	93	96	20	81	42

Mediebarometern 2024 (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, 2024 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Linkedin	Tiktok	X
Totalt	98	90	82	48	59	22	27
Kvinna	98	93	91	54	58	27	16
Man	97	87	73	43	60	17	38
25–34 år	99	92	85	71	61	32	35
35–44 år	97	89	81	39	58	18	24
Ej högskola	97	89	81	58	42	28	26
Högskola	98	90	82	44	67	19	28
Storstad	98	91	85	45	72	23	34
Stad	98	91	83	51	55	23	28
Landsbygd	96	88	79	50	47	21	21

Mediebarometern 2024 (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, 2024 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Linkedin	Tiktok	X
Totalt	92	80	71	29	52	11	18
Kvinna	94	85	79	35	45	12	11
Man	92	75	64	24	59	9	25
45–54 år	94	84	76	38	61	16	23
55–64 år	92	77	69	25	48	8	16
Ej högskola	91	78	70	29	39	10	12
Högskola	94	81	72	30	65	11	25
Storstad	94	80	72	24	66	11	25
Stad	92	79	71	32	46	11	15
Landsbygd	91	79	70	32	44	10	15

Mediebarometern 2024 (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, 2024 (procent)

	Totalt*	Facebook	Instagram	Snapchat	Linkedin	Tiktok	X
Totalt	75	66	47	8	18	2	6
Kvinna	80	69	58	9	14	1	3
Man	70	62	36	7	21	3	9
65–74 år	84	74	58	11	23	3	7
75–85 år	66	58	36	5	13	1	4
Ej högskola	74	65	46	10	12	2	5
Högskola	77	67	49	5	25	2	7
Storstad	74	62	45	5	24	2	8
Stad	76	66	47	6	18	2	4
Landsbygd	76	68	49	11	12	2	5

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet). *Avser profil i någon social nätverkstjänst, inte bara dem som anges i tabellen.

Mediebarometern 2024 är en frågeundersökning riktad till ett slumpmässigt urval av den svenska befolkningen. Mediebarometern har genomförts varje år sedan 1979. Till och med 2018 genomfördes Mediebarometern som en renodlad telefonundersökning. Från och med 2019 genomförs Mediebarometern med en så kallad blandad datainsamlingsmetod. Det innebär att svaren primärt har samlats in på webben men även via telefonintervjuer. Under åren 2019 till 2022 kontaktade fältföretaget personer för telefonintervjuer bland dem som inte besvarat enkäten efter två påminnelser via sms. 2023 och 2024 genomfördes telefonintervjuer endast med personer som själva tog initiativ att kontakta fältföretaget, genom att ringa till det telefonnummer som var tryckt på den postala inbjudan. 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

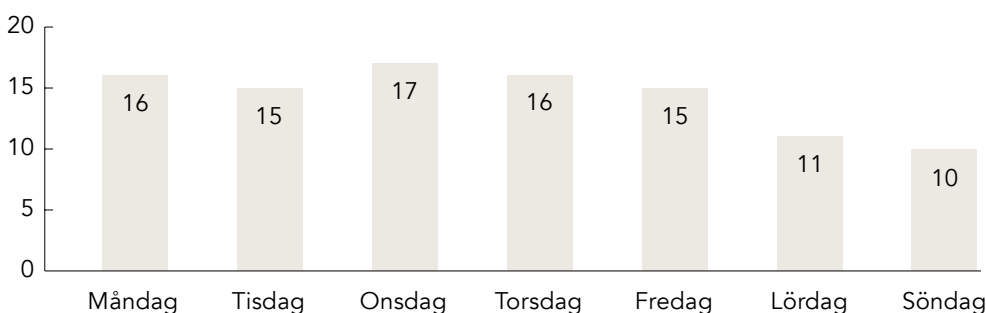
Mediebarometern syftar till att beskriva den svenska befolkningens medievanor. Med befolkningen, eller populationen, avses här samtliga personer i åldern 9 till 85 år som är folkbokförda i Sverige, oavsett medborgarskap. En urvalsram om 120 000 slumpmässigt utvalda individer har dragits ur Skatteverkets registertjänst Navet inför den första delen av insamlingsperioden (som börjar i slutet av januari) och den andra delen (som börjar i slutet av augusti). Olika delar av befolkningen är olika benägna att svara på frågeundersökningar. Skillnaden i svarsbenägenhet mellan olika grupper har ökat över tid. För att säkerställa ett robust svarsunderlag i olika befolkningsgrupper har ett stratifierat urval använts. Urvalet har stratifierats på kön, ålder och boendeort (SKR:s tredelade kommungruppsindelning 2023). Det innebär att urvalsstorleken på vissa undergrupper av befolkningen har skalats upp, medan andra har skalats ner. Totalt bjöds 42 685 urvalspersoner in att besvara undersökningen.

Undersökningens genomförande

Datainsamlingen till Mediebarometern 2024 har genomförts av undersökningsföretaget Institutet för kvalitetsindikatorer (Indikator) på uppdrag av Nordicom vid Göteborgs universitet. Till de personer som slumpmässigt valts ut att delta i undersökningen har det skickats ett brev med information om Mediebarometern och en inbjudan att besvara undersökningen via en webbenkät. Brevet har innehållit en länk och en svarskod till enkäten. Det har också varit möjligt att logga in på webbenkäten via en QR-kod. Det har även informerats om att undersökningen kan besvaras via telefon. Till de personer som vid urvalsdragningen inte fyllt 15 år adresserades informationsbrevet till vårdnadshavare. Till personer med tillgängliga mobilnummer skickades upp till två påminnelser via sms med en länk till webbenkäten. Av de som deltog i 2024 års undersökning gjorde de allra flesta det genom att besvara webbenkäten. Ett mindre antal deltog genom att ringa in till fältföretaget och samtliga var 45 år och äldre.

Mediebarometern har som ambition att spegla medieanvändningen under hela året och under samtliga sju veckodagar. Figuren som redovisar svarsfördelningen över veckodagar visar dock att det finns en viss skillnad mellan vardagar och helger, där en lägre andel svar har inkommit på helgerna jämfört med vardagar. Detta skulle kunna förklaras av att postala utskick bara når urvalspersoner på vardagar.

Svarsfördelning över veckodagar 2024 (procent)

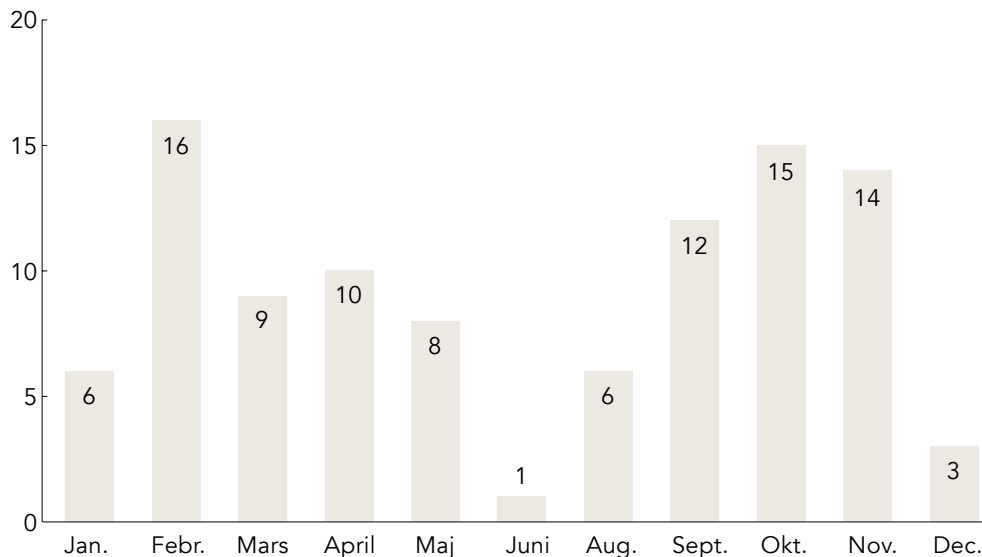


Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet).

Undersökningens genomförande

Insamlingsperioden för Mediebarometern 2024 pågick från slutet av januari till och med juni samt från slutet av augusti till och med december. Datainsamlingsarbetet har utformats för att ge ett jämnt inflöde av svar under hela insamlingsperioden. Därav bjöds inte alla in till undersökningen vid samma tillfälle utan inbjudan har skickats ut till en ny urvalsgrupp ungefär en gång i månaden under insamlingsperioden. Som kan utläsas av figuren över inflöde per månad för den period som insamlingsperioden avser varierar inflödet under året något.

Svarsfördelning över insamlingsperiodens månader 2024 (procent)



Deltagandet i Mediebarometern omfattas av konfidentialitet, vilket innebär att svaren hanteras så att obehöriga inte kan ta del av dem. Under fältarbetet är Göteborgs universitet personuppgiftsansvarig och ansvarar för att svaren hanteras i enlighet med dataskyddsförordningen (GDPR) och kompletterande lagstiftning. Ett särskilt personuppgiftsbiträdesavtal är upprättat mellan Göteborgs universitet och fältföretaget Indikator. Vid datavalideringsprocessens slut avidentifierades enkäterna och alla personuppgifter raderades.

Frågeformuläret

Frågeformuläret till Mediebarometern 2024 har arbetats fram av Nordicom. 2024 års formulär bestod av 49 medierelaterade frågor fördelade på fyra områden: 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 nio frågor om svarspersonens bakgrund och boendesituation. Ett antal av dessa frågor ställdes bara till personer som var äldre än 19 år under undersökningsåret. Det gällde frågor om sysselsättning, inkomst och utbildningsnivå. Samtliga frågor i formuläret hade fasta svarsalternativ, men på vissa frågor fanns möjlighet att avge fritextsvar.

Representativitet

Representativiteten bland de svarande i Mediebarometern 2024 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 och boendeort som befolkningen i sin helhet. Även i fråga om ålder är representativiteten mycket god. I avseende på utbildningsnivå är andelen svarande med en eftergymnasial utbildning överrepresenterade medan andelen utan eftergymnasial utbildning är underrepresenterade. Till detta kommer att Mediebarometern enbart genomförs på svenska. Det betyder att personer som inte är svensktalande kan betraktas som kraftigt underrepresenterade i undersökningen.

Svarsgruppens sammansättning i relation till SCB:s befolkningsstatistik 2024 (procent)

	Mediebarometern 2024	SCB 2024*
Kvinna	49	49
Man	51	51
9–14 år	8	8
15–24 år	12	13
25–44 år	31	30
45–64 år	27	28
65–85 år	22	21
Ej eftergymnasial utbildning (25–85 år)	33	56
Eftergymnasial utbildning (25–85 år)	67	44
Storstad	37	38
Stad	41	40
Övriga Sverige	22	22

Mediebarometern 2024 (Nordicom, Göteborgs universitet); Statistikmyndigheten SCB (SCB). Indelningen avseende Storstad, Stad och Övriga Sverige bygger på SKR:s kommungruppsindelning 2023. Notera att samtliga variabler för svarsgruppen bygger på svarsdata förutom Storstad/Stad/Övriga Sverige som bygger på registerdata. *Data från SCB över utbildning är från 2023.



Se ett webbsänt seminarium om Mediebarometern 2024

Med utgångspunkt i resultaten från 2024 års Mediebarometer presenterar Ulrika Facht, medianalytiker vid Nordicom, vilka trender och utvecklingsmönster som präglat medianvändningen under 2020-talet. Därtill lyfts två exklusiva analyser: Elisabeth Falk, utredare vid Nordicom, har tittat på hur tv-tittandet har förändrats över tid och på vilket sätt svenskarna tittar på tv idag. Karin Hellingwerf, medianalytiker vid Nordicom, uppmärksammar radions 100-årsjubileum och presenterar statistik kring radiolyssnandets historia. Moderator för seminariet är Jonas Ohlsson, föreståndare för Nordicom.

Se seminariet här



www.nordicom.gu.se

Medie- barometern 2024

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 oavbrutna studien i sitt slag i världen. Resultaten i 2024 års undersökning bygger på svar från omkring 6 000 slumpmässigt utvalda personer i åldern 9 till 85 år.

2024 var ett år präglad av omfattande globala utmaningar och stora händelser såväl internationellt som i Sverige. Den fortsatta konflikten Israel – Palestina stod i fokus för det internationella nyhetsflödet under stora delar av året. Samtidigt fortsatte världen att hantera effekterna av kriget i Ukraina. I Sveriges satte inträdet i NATO säkerhetspolitiska frågor högt på agendan. 2024 var dessutom ett år av viktiga politiska val, som Europaparlamentsvalet i Sverige och det avgörande presidentvalet i USA. Internationella sportevenemang som fotbolls-EM och sommar-OS i Paris fångade också en stor publik och bidrog till ett stort medieintresse.

Allt detta påverkade den svenska befolkningens medieanvändning – för information och nyheter, men också för förströelse. Den här rapporten visar att den samlade mediekonsumtionen i Sverige under 2024 låg kvar på samma höga nivåer som noterats under senare år.

Mediebarometern genomförs av Nordicom vid Göteborgs universitet i samverkan med Bonnier News, Göteborgs-Posten, Mediemyndigheten, Sveriges Radio, Sveriges Television och Sveriges Utbildningsradio. Datainsamlingen till Mediebarometern 2024 har genomförts av undersökningsföretaget Indikator – Institutet för kvalitetsindikatorer. Rapporten Mediebarometern 2024 går att ladda ner gratis från Nordicoms webbplats: www.nordicom.gu.se

NORDICOM



GÖTEBORGS
UNIVERSITET

Nordicom
Göteborgs universitet
Box 713
405 30 Göteborg

ISBN 978-91-89864-11-5



9 789189 864115 >