

Karin Hellingwerf

Medie- barometern 2023

Tema digitala morgontidnings- prenumeranter

NORDICOM

Mediebarometern 2023 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.

Mediebarometern 2023

Tema digitala morgontidnings- prenumeranter

Karin Hellingwerf

©Nordicom 2024

Nordicom
Göteborgs universitet
Box 713
SE 405 30 Göteborg

ISBN (PDF): 978-91-89864-10-8
DOI: <https://doi.org/10.48335/9789189864108>

OMSLAG: Karin Andén
OMSLAGSFOTO: Scandinav bildbyrå



NORDICOM

Innehåll

Förord	3
1. Inledning	4
2. Tillgång till digital morgontidningsprenumeration	7
3. Tillgång till medieteknik och andra prenumerationstjänster	11
4. Relation till nyhetskonsumtion	25
5. Summering och slutsatser	33
6. Summary and conclusions	35
Bilaga	37

Förord

I en tid då digitaliseringens möjligheter breder ut sig och den traditionella medieanvändningen minskar, står medielandskapet inför stora förändringar. Digitala plattformar och prenumerationstjänster har blivit en allt viktigare del av hur vi tar del av nyheter och information. Internationellt sett är Sverige, tillsammans med Norge, ledande i Europa när det gäller betalning för digitala nyheter. Denna starka betalningsvilja kan tillskrivas en lång tradition av morgontidningsläsning som har anpassats till en digital tidsålder. Samtidigt har en majoritet av den vuxna befolkningen i Sverige inte tillgång till en digital tidningsprenumeration.

Den här rapporten undersöker tillgången till digitala morgontidningsprenumerationer bland olika grupper i det svenska samhället. Genom att analysera socioekonomiska och demografiska faktorer syftar rapporten till att identifiera skillnader mellan dem som har och dem som inte har en digital morgontidningsprenumeration. Vidare kartlägger rapporten sambanden mellan tillgång till annan medieteknik, abonnemang och prenumerationer på olika medietjänster samt med användningen av nyheter mer generellt.

Studien fokuserar på befolkningen mellan 25 och 85 år och bygger på data från Mediebarometern 2023. Mediebarometern är en årlig frågeundersökning som belyser den svenska befolkningens användning av, och tillgång till, olika typer av medier och medietekniker. Grundanslaget till arbetet med Mediebarometer-undersökningen kommer från kulturdepartementet och undersökningen är en del i Nordicoms mångåriga uppdrag från regeringen att kartlägga medieutvecklingen i Sverige.

Rapporten har skrivits av Karin Hellingwerf, medianalytiker vid Nordicom.

Göteborg i december 2024

Jonas Ohlsson

Föreståndare för Nordicom



1. Inledning

SCANDINAV BILDBYRÅ

Mediernas ställning i Sverige har följts noggrant sedan 1979 genom Mediebarometerns årliga undersökningar av mediernas räckvidd. Under åren har vi sett stora förändringar inom såväl dagspress som etermedier. Den teknologiska utvecklingen och digitaliseringen har på ett avgörande sätt påverkat hur vi tar del av medier. Särskilt under 2000-talet har den svenska dagspressen genomgått en övergång från papper till digitala plattformar. Samtidigt har viljan att betala för den journalistik som dagstidningarna erbjuder minskat. År 2000 hade 64 procent av de svenska hushållen tillgång till en prenumeration på en morgontidning och 2015 låg andelen på 53 procent. 2023 hade 47 procent av befolkningen en prenumeration på en morgontidning. 21 procent prenumererade på en tryckt tidning och 40 procent hade en digital prenumeration. År 2018, det första året som det i undersökningen presenterades en uppdelning mellan tryckt och digital prenumeration, låg andelen prenumeranter på en digital morgontidning på 25 procent. Antalet digitala prenumeranter har alltså ökat kraftigt sedan dess.

I en europeisk jämförelse är andelen som betalar för digitala nyheter mycket hög i Sverige. Enligt rapporten Digital News Report 2024 som kommer från Reuters Institute for the Study of Journalism vid Oxforduniversitetet ligger Norge i topp i Europa, följt av Sverige. Finland och Danmark kommer på tredje respektive fjärde plats, vilket innebär att de nordiska länderna utmärker sig både i Europa och globalt. Den starka betalningsviljan kan sannolikt förklaras av en lång tradition av att läsa morgontidningar, där dessa tidningar har fungerat som en viktig källa för lokala nyheter och samhällsengagemang. Dessa vanor har följt med in i den digitala tidsåldern.

Den här rapporten undersöker vilka grupper i det svenska samhället som har tillgång till prenumererade digitala morgontidningar. Genom att kartlägga betydelsen av olika socioekonomiska och demografiska faktorer strävar rapporten efter att identifiera eventuella skillnader mellan dem som har och inte har tillgång till en digital morgontidningsprenumeration. Målet är att belysa hur tillgången till digitala morgontidningar samvarierar med tillgång till olika typer av medieteknik, med abonnemang och prenumeration på andra typer av medier samt med konsumtionen av nyheter mer generellt.

Att studera denna grupp och deras konsumtion av nyheter kan vara särskilt intressant eftersom vanan att läsa tryckta morgontidningar minskat kraftigt under 2000-talet.

Studien baseras på befolkningen mellan 25 och 85 år och resultaten kommer huvudsakligen från den Mediebarometer-undersökning som genomfördes under 2023. Barn och ungdomar under 25 år exkluderas för att fokusera på vuxna och äldre vuxnas nyhetskonsumtion. Tanken är att personer i åldersintervallet 25 till 85 år skiljer sig från barn och ungdomar genom att de har relativt etablerade medievanor, ofta en egen inkomst och de kan själva bestämma över teknikinköp, prenumerationer och nyhetskonsumtion. Det är också i de här åldrarna som det går att studera betydelsen av högre utbildning.

Om Mediebarometern

Mediebarometern är en årlig undersökning av den svenska befolkningens tillgång till och användning av olika typer av medier. Undersökningen mäter räckvidden för olika medier, vilket innebär att den undersöker hur stor andel av befolkningen som använder specifika medier under en genomsnittlig dag (gårdagen). Undersökningen har genomförts sedan 1979 och det gör Mediebarometern till den äldsta studien i sitt slag i världen. Undersökningen genomförs både på nätet och via telefon och bygger på svar från omkring 6 000 slumpmässigt utvalda personer i åldern 9 till 85 år. Undersökningen har som ambition att spegla medieanvändningen under hela året och under samtliga sju veckodagar. Mediebarometern genomförs av Nordicom vid Göteborgs universitet och finansieras med stöd från Kulturdepartementet. För mer information om undersökningens genomförande, representativitet och svarsmönster, se rapporten *Mediebarometern 2023*.

Något om de åldersgrupper som studeras

I Mediebarometerns rapporter har traditionellt en femgradig åldersindelning gjorts. Det är åldersintervallen 9 till 14 år, 15 till 24 år, 25 till 44 år, 45 till 64 år och 65 till 85 år. Den här rapporten fokuserar på Mediebarometerns tre övre åldersintervall. Detta möjliggör jämförelser med äldre publikationer och kan därmed bidra till en kontinuerlig och jämförbar bild av medieanvändningens utveckling i olika åldersgrupper över tid. Nedan följer en kortfattad beskrivning av generationerna inom dessa åldersintervall.

Åldersintervallet 25 till 44 år var år 2023 födda mellan åren 1979 och 1998 och ingår huvudsakligen i den generation som brukar kallas Generation Y/Millennials, födda åren 1980 till 1995. I beskrivningar av den här generationen brukar det framhållas att de har vuxit upp med internet och digital teknologi, vilket gjort dem bekväma med digitala verktyg och sociala nätverkstjänster.

I åldersintervallet 45 till 64 år ingår personer som är födda mellan 1959 och 1978. I intervallet ingår större delen av Generation X, födda mellan 1965 och 1980. De var mellan 45 och 58 år 2023. I åldersgruppen ingår också den yngre delen av de så kallade Baby Boomers, födda mellan 1958 och 1964 och som var mellan 59 och 64 år 2023. I den här gruppen växte man upp med traditionella medieformer men de flesta har i takt med den

tekniska utvecklingen anpassat sig till digitala medier.

Personer i åldersintervallet 65 till 85 år är födda mellan 1938 och 1958. Intervallet omfattar till största delen den äldre delen av Baby Boomers, födda mellan åren 1946 och 1964. De var mellan 65 och 77 år i 2023. De växte upp med traditionella medier under en tid av ekonomisk tillväxt. Personer över 77 år brukar refereras till som tillhörande Traditionalister/Silent Generation. De växte upp med radio och tryckta tidningar under efterkrigstidens återuppbyggnad och tv började bli populärt först i deras ungdom.

Rapportens disposition

Som redan nämnts undersöker denna rapport tillgången till prenumererade digitala morgontidningar bland olika grupper i samhället. Fokus ligger dels på att analysera skillnader i tillgång till olika former av medieteknik, prenumerationer och abonnemang, samt konton på sociala nätverkstjänster, dels på hur tillgången till digitala morgontidningar samvarierar med vilka övriga kanaler som används för att ta del av nyheter en genomsnittlig dag.

Rapportens resultatredovisning är indelad i tre huvudkapitel. Kapitel 2 redogör för tillgången till digitala morgontidningsprenumerationer i olika befolkningsgrupper under 2023. Kapitel 3 fokuserar på tillgången till medieteknik, prenumerationstjänster och konton på sociala nätverkstjänster bland dem som har tillgång till en digital morgontidningsprenumeration både totalt sett och inom olika grupper. Kapitlet avslutas med en analys av hur tillgången varierar beroende på om man har tillgång till en digital morgontidningsprenumeration eller inte. Kapitel 4 analyserar relationen mellan tillgången till digitala morgontidningar och nyhetskonsumtion i olika kanaler och avslutas med en analys av skillnader mellan grupper som har tillgång till en digital morgontidning och de som inte har det. I det avslutande kapitlet, kapitel 5, finns en sammanfattning med slutsatser.

Storleken på de svarsgrupper som analyseras i rapporten redovisas i en bilaga. I bilagan finns även tabeller som visar tillgång till medieteknik, prenumerationer och abonnemang, konton på sociala nätverkstjänster samt nyhetskonsumtion bland personer utan tillgång till en digital morgontidningsprenumeration. Dessa tabeller utgör en del av underlaget för de procentdifferenser som redovisas i rapportens huvudavsnitt.



2. Tillgång till digital morgontidningsprenumeration

SCANDINAV BILDBYRÅ

Historiskt sett har tillgången till en prenumeration på morgontidning alltid varit lägst i gruppen unga vuxna som nyligen har flyttat hemifrån. I takt med att de sedan blivit mer etablerade på arbetsmarknaden och bildat familj har de ofta också skaffat en tidningsprenumeration. Under 2000-talet kom dessa mönster att förändrats. I Mediebarometerns undersökningar minskade andelen som bor i ett hushåll med tillgång till en morgontidningsprenumeration mellan åren 2010 och 2019 från 47 till 25 procent i åldersgruppen 25 till 44 år. I den äldsta åldersgruppen – dvs. personer i åldern 65 till 79 år – begränsades nedgången i andelen prenumeranter mellan 2010 och 2019 till 11 procentenheter, från 81 till 70 procent. Andelsmässigt dominerade den tryckta tidningen i den äldsta åldersgruppen, i vilken 59 procent hade en prenumeration på tryckt tidning 2019 och 42 procent hade en digital prenumeration. Bland 25 till 44-åringarna var det fler som hade en digital prenumeration än en tryckt, 21 respektive 12 procent.

Efter år av minskad prenumerationstillgång under 2000-talet märktes en svag tillväxt under pandemiåren 2020 till 2022. Tillväxten kan förklaras av en ökad tillgång på digitala tidningsprenumerationer. Under 2023 hade knappt hälften, 47 procent, av den svenska befolkningen 9 till 85 år tillgång till en morgontidningsprenumeration, på papper eller digitalt. Den klart största andelen med tillgång till en prenumererad morgontidning fanns bland personer mellan 65 och 85 år. Andelen uppgick under 2023 till 74 procent. 2023 var också första året som det var fler som hade tillgång till en digital prenumeration än till en prenumeration på en papperstidning i åldersgruppen 65 till 85 år. Andelarna låg på 57 respektive 46 procent. I åldersgruppen 25 till 44 år hade 30 procent tillgång till en digital morgontidning och 7 procent hade tillgång till en tryckt morgontidning.

Tillgång till digital morgontidning

För att förstå vilka som utgör den växande gruppen av prenumeranter av digitala morgontidning är det avgörande att analysera deras socioekonomiska och demografiska egenskaper. Detta kapitel utforskar hur faktorer som kön, ålder, utbildningsnivå, inkomst och boendeort varierar bland dem som hade och dem som inte hade tillgång till en digital morgontidningsprenumeration år 2023. Som nämnts är analysen inriktad på den vuxna befolkningen mellan 25 och 85 år.

Den fråga som ligger till grund för resultaten i rapporten baseras på svaren från en fråga om tillgång till olika prenumerations- eller betaltjänster i hushållet. Frågan löd: ”Har du tillgång till någon av följande prenumerations- eller betaltjänster i ditt hushåll?” De som svarade ”Ja” på alternativet ”Prenumeration på digital morgontidning [e-tidning, plus-abonnemang]” klassificeras som digitala prenumeranter. I sammanhanget är det viktigt att notera att tillgång till en digital morgontidningsprenumeration inte nödvändigtvis innebär att personen som deltagit i undersökningen själv har betalat för prenumerationen. I den här rapporten avses alltid tillgång till prenumerations i hemmet när det hänvisas till prenumeranter på digitala morgontidningar.

I sammanhanget är det också viktigt att beakta att det kan vara svårt att ställa frågor om tillgång till prenumerations på digitala morgontidningar i ett frågeformulär av flera skäl. För det första har många som prenumererar på en tryckt morgontidning även tillgång till den digitala versionen. Dessutom erbjuder många tidningar, särskilt de som tillhör större mediekoncerner, prenumerationspaket som ger digital tillgång till flera olika tidningar. Sådana ”bundlade” prenumerationspaket kan också ge tillgång till exempelvis digitala tidskrifter och podd-sändningar. Det innebär att respondenterna kanske inte alltid har insikt i vilken typ av prenumerations de faktiskt har. Det är viktigt att vara medveten om dessa förutsättningar när man tolkar resultaten i rapporten.

Tabell 2.1 belyser skillnader i tillgången till digitala morgontidningar i förhållande till kön, ålder, utbildningsnivå, månadsinkomst och boendeort.

TABELL 2.1 Tillgång till digital morgontidningsprenumeration, 25–85 år, 2023 (andelar i procent)

	Tillgång till digital morgontidning	Ej tillgång till digital morgontidning
Totalt	43	57
Kvinna	44	56
Man	42	58
25–44 år	30	70
45–64 år	46	54
65–85 år	57	43
Ej högskola	37	63
Högskola	48	52
Månadsinkomst		
Mindre än 20 000 kr	36	64
20 000–29 999 kr	39	61
30 000–39 999 kr	40	60
40 000–59 999 kr	47	53
60 000 kr eller mer	62	38
Storstad	43	57
Stad	46	54
Landsbygd	40	60
Antal svar	2 734	2 057

Mediebarometern 2023 (Nordicom, Göteborgs universitet). För antal svar i de olika undergrupperna, se Tabell B1 i bilaga.

Under 2023 hade 43 procent av den svenska befolkningen 25 till 85 år tillgång till en digital morgontidningsprenumeration i hushållet. Det förelåg inga skillnader med avseende på kön när det gällde tillgången till en digital morgontidningsprenumeration. Skillnaderna mellan yngre och äldre var däremot påfallande. I avseende på ålder fanns den klart största andelen med tillgång till en digital morgontidning bland personer mellan 65 och 85 år, 57 procent. Sett till utbildningsnivå var andelen med tillgång till en prenumererad digital morgontidning större bland personer med högskoleutbildning än bland personer utan högskoleutbildning. Även månadsinkomst visade ett mycket starkt samband med tillgång till digital morgontidningsprenumeration. Sett till boendeort var andelen med tillgång till en digital morgontidning något större i städer jämfört med övriga landet.

Tillgång till digital morgontidning under kontroll för ålder

Tabell 2.2 redovisar hur påverkan av de olika bakgrundsfaktorerna förhåller sig i olika åldersgrupper. 2023 hade kvinnor i åldrarna 25 till 64 år tillgång till en digital morgontidningsprenumeration i större utsträckning än män i samma ålder. Däremot var tillgången större bland män än bland kvinnor i åldersintervallet 65 till 85 år. Andelen prenumeranter ökade med högskoleutbildning i samtliga åldersgrupper. Detsamma gällde för månadsinkomst.

De största andelarna återfanns i båda fallen i åldersgruppen 65 till 85 år. Tillgången till en digital morgontidningsprenumeration var som lägst – endast omkring 20 procent – bland personer i åldern 25 till 44 år utan högskoleutbildning och/eller med en månadsinkomst under 30 000 kr. Skillnaderna mellan storstad, stad och landsbygd var mest märkbara i de yngre åldersgrupperna, där tillgången till digitala morgontidningsprenumerationer var större i storstäder och städer än på landsbygden.

TABELL 2.2 Tillgång till digital morgontidningsprenumeration i olika åldersgrupper, 25–85 år, 2023 (andelar i procent)

	25 till 44 år	45 till 64 år	65 till 85 år
Totalt	30	46	57
Kvinna	33	48	54
Man	28	45	60
Ej högskola	20	38	51
Högskola	37	55	65
Månadsinkomst			
Mindre än 20 000 kr	21	30	46
20 000–29 999 kr	22	31	58
30 000–39 999 kr	30	45	62
40 000–59 999 kr	36	51	75
60 000 kr eller mer	45	66	(84)
Storstad	33	46	57
Stad	32	51	63
Landsbygd	26	44	53

Mediebarometern 2023 (Nordicom, Göteborgs universitet). För antal svar i de olika undergrupperna, se Tabell B2 i bilaga.

Sammanfattning

Sammanfattningsvis kan det konstateras att 43 procent av den svenska befolkningen mellan 25 och 85 år hade tillgång till en digital morgontidningsprenumeration 2023. Det fanns inga könsskillnader i tillgången, men skillnaderna mellan yngre och äldre var påfallande. Den största andelen med tillgång fanns bland personer mellan 65 och 85 år. I kontrast hade den yngsta åldersgruppen, 25 till 44 år, den lägsta tillgången, där endast 30 procent hade en digital morgontidningsprenumeration. I samtliga åldersintervall hade utbildnings- och inkomstnivå stor betydelse för tillgången till en digital morgontidning. Tillgången var generellt sett också något större i städer och storstäder jämfört med i landsbygden. Särskilt personer i åldersgruppen 25 till 44 år utan högskoleutbildning eller med låg inkomst hade i lägre utsträckning tillgång till digitala morgontidningar jämfört med andra grupper.



3. Tillgång till medieteknik och andra prenumerations-tjänster

SCANDINAV BILDBYRÅ

Olika former av medieteknik som smartphones, surfplattor, smarta tv-apparater och bärbara datorer, har under 2000-talet revolutionerat hur vi tar del av medier. Mediebarometerns undersökningar har visat en markant ökning av tillgången till medieteknik i Sverige under 2000-talet, särskilt mobila enheter. År 2023 hade 98 procent av befolkningen tillgång till smartphones, vilket var fler än andelen med tillgång till tv-apparater, som uppgick till 95 procent. Även tillgången till bärbara datorer och surfplattor var hög, 90 respektive 77 procent.

Allt fler har också tillgång till abonnemang på digitala strömningstjänster, med särskilt höga andelar bland unga. Samtidigt som strömningstjänster för tv blivit populära har också tillgången till digitala ljudtjänster ökat, där många nu har abonnemang för musik och podcasts.

En betydande förändring i medielandskapet under 2000-talet är också framväxten av sociala nätverkstjänster. Idag har en stor del av befolkningen tillgång till konton på sociala nätverkstjänster som Facebook och Instagram. Tillgången av dessa tjänster visar tydliga åldersskillnader; yngre har primärt tillgång till Snapchat och Tiktok, medan äldre grupper i större grad har tillgång till Facebook.

I detta kapitel presenteras först en översikt över tillgången till olika typer av medieteknik, prenumerationer och abonnemang samt tillgång till konton på sociala nätverkstjänster bland dem som har tillgång till en digital morgontidningsprenumeration. Därefter görs en analys av procentdifferenser i olika grupper mellan dem som hade och dem som inte hade tillgång till en prenumeration på en digital morgontidning 2023.

Tillgång till medieteknik bland digitala morgontidningsprenumeranter

Precis som frågan om prenumerationer är Mediebarometerns fråga om tillgång till olika typer av medieteknik utformad för att undersöka tillgången inom hushållet. Frågan lyder: "Har du tillgång till något av följande i ditt hushåll?" Därefter får respondenterna markera i ett frågebatteri om de har

tillgång eller inte till ett antal specificerade apparater.

Tabell 3.1 redogör för tillgången till olika former av medieteknik efter olika bakgrundsvariabler bland personer med tillgång till en digital morgontidning. I anslutning till tabellen finns även tabell 3.2, som redovisar procentdifferenserna mellan dem som har tillgång till en digital morgontidning och dem som inte har tillgång till en digital morgontidning.

TABELL 3.1 Tillgång till medieteknik bland digitala morgontidningsprenumeranter, 25–85 år, 2023 (andelar i procent)

	Smartphone	Bärbar dator	Bilradio	Tv-apparat med internetuppkoppling	Surflatta	Traditionell radioapparat	Mediaspelare	Stationär dator	Antal svar
Totalt	99	90	88	82	77	76	75	40	2 057
Kvinna	98	89	86	81	76	74	75	36	1 025
Man	99	91	90	84	78	78	76	45	1 032
25–44 år	100	94	78	80	72	57	79	34	562
45–64 år	100	93	90	86	80	76	84	42	784
65–85 år	97	85	93	81	76	93	63	44	711
Ej högskola	98	85	90	83	78	81	72	42	839
Högskola	99	94	86	82	76	73	77	39	1 216
Månadsinkomst									
Mindre än 20 000 kr	96	85	85	74	70	85	55	43	323
20 000–29 999 kr	98	85	86	81	76	86	66	42	360
30 000–39 999 kr	99	89	86	80	74	75	77	42	520
40 000–59 999 kr	100	94	90	86	79	70	83	37	591
60 000 kr eller mer	100	99	92	92	86	71	92	40	261
Storstad	100	95	77	79	74	71	75	39	714
Stad	98	89	90	87	79	76	77	42	611
Landsbygd	98	87	96	83	78	82	74	40	732

Mediebarometern 2023 (Nordicom, Göteborgs universitet). I tabellen redovisas tillgången till olika typer av medieteknik (i procent) bland svarspersoner som angett att de har tillgång till en digital morgontidningsprenumeration i hushållet. Resultaten redovisas både i befolkningen 25–85 år som helhet och nedbrutet i olika undergrupper. För motsvarande resultat bland personer utan digital morgontidningsprenumeration, se Tabell B3.

Huvudintrycket av tabell 3.1 är att tillgången till olika typer av medieteknik generellt sett var hög bland dem som hade tillgång till en digital morgontidning. Men när vi ser på utfallet i olika socioekonomiska och demografiska grupper framträder olika underliggande mönster.

Skillnaderna i tillgången till medieteknik mellan kvinnliga och manliga prenumeranter var över lag små. Män hade en något större tillgång till stationära datorer, 45 procent jämfört med kvinnor, 36 procent. Dessutom

hade män något större tillgång till bilradio, 90 procent jämfört med kvinnors 86 procent.

Tillgången till medieteknik varierade däremot stort mellan olika åldersgrupper. Yngre prenumeranter i åldersgruppen 25 till 44 år hade år 2024 nästan universell tillgång till smartphones, med 100 procent, och bärbara datorer, med 94 procent. Även bland 45 till 64-åringar var tillgången till dessa teknologier mycket utbredd och de hade dessutom en större tillgång till traditionella medier som bilradio, med 90 procent, och traditionella radioapparater, med 76 procent. Äldre personer i åldersgruppen 65 till 85 år hade något lägre tillgång till smartphones, 97 procent, och bärbara datorer, 85 procent, men de hade den högsta tillgången till traditionella medietekniker. I gruppen hade 93 procent både bilradio och/eller traditionell radioapparat. Dessutom var tillgången till stationära datorer något större bland de äldsta, 44 procent, jämfört med de yngsta, 34 procent.

Också utbildningsnivå hade viss påverkan på tillgången till medieteknik bland de digitala morgontidningsprenumeranterna. Personer med högskoleutbildning hade något större tillgång till bärbara datorer, 94 procent, jämfört med 85 procent bland dem utan högskoleutbildning. Högskoleutbildade hade också något större tillgång till mediaspelare, 77 procent, jämfört med dem utan högskoleutbildning, 72 procent. Prenumeranter utan högskoleutbildning hade däremot något större tillgång till traditionella medier, som traditionell radioapparat, 81 procent jämfört med 73 procent av dem med högskoleutbildning.

Inkomstnivå spelade också roll; digitala morgontidningsprenumeranter med högre inkomster hade generellt sett större tillgång till olika former av medieteknik. Personer med en månadsinkomst på 60 000 kronor eller mer hade i stort sett total tillgång till smartphones, 100 procent, bärbara datorer, 99 procent, och mediaspelare, 92 procent. Prenumeranter i de lägre inkomstgrupperna hade mer begränsad tillgång till flera typer av medieteknik. Till exempel hade bara 55 procent i den lägsta inkomstgruppen tillgång till en mediaspelare.

Geografiskt sett hade digitala tidningsprenumeranter i storstäder en något större tillgång till olika medietekniker jämfört med dem på landsbygden. Bland personer som bodde i storstäder hade 95 procent tillgång till bärbara datorer och 100 procent hade en smartphone. På landsbygden var tillgången till bilradio och traditionella radioapparater däremot större än i storstäderna. Andelarna låg på 96 respektive 82 procent.

Skillnader i tillgång till medieteknik mellan prenumeranter och icke-prenumeranter av digitala morgontidningar

Tabell 3.2 visar procentdifferenser i tillgången till olika former av medieteknik mellan dem med respektive utan tillgång till en digital morgontidning. Positiva differenser innebär att andelen personer med tillgång är större bland dem som har tillgång till en digital morgontidning, medan negativa differenser betyder att tillgången är lägre i denna grupp. Kolumnen med medelvärden längst till höger sammanfattar de genomsnittliga skillnaderna i tillgången till medieteknik mellan de två grupperna.

TABELL 3.2 Betydelsen av tillgång till digital morgontidningsprenumeration för tillgången till olika former av medieteknik, 25–85 år, 2023 (procentdifferenser)

	Smartphone	Bärbar dator	Bilradio	Tv-apparat med internetuppkoppling	Surfplatta	Traditionell radioapparat	Mediaspelare	Stationär dator	Medelvärde
Totalt	+2	+6	+10	+4	+16	+17	+11	-1	+9
Kvinna	+2	+7	+12	+5	+13	+16	+11	+2	+9
Man	+1	+5	+9	+5	+18	+19	+13	-2	+10
25–44 år	+1	+6	+6	+2	+10	+16	+8	-8	+7
45–64 år	+2	+7	+7	+5	+15	+10	+16	+1	+9
65–85 år	+7	+15	+12	+10	+22	+3	+23	+5	+13
Ej högskola	+2	+6	+10	+6	+17	+18	+11	+2	+10
Högskola	+1	+5	+11	+4	+15	+19	+10	-3	+9
Månadsinkomst									
Mindre än 20 000 kr	+4	+13	+19	+10	+18	+19	+10	+4	+13
20 000–29 999 kr	+2	+4	+7	+8	+20	+21	+10	±0	+10
30 000–39 999 kr	±0	+5	+5	-1	+12	+20	+7	+2	+7
40 000–59 999 kr	±0	±0	+9	±0	+9	+17	+8	-5	+6
60 000 kr eller mer	+1	+4	+9	+2	+10	+21	+14	±0	+9
Storstad	+2	+7	+14	+1	+14	+19	+10	±0	+10
Stad	+1	+5	+12	+10	+18	+19	+13	-1	+11
Landsbygd	+2	+6	+5	+5	+16	+16	+12	-1	+9

Mediebarometern 2023 (Nordicom, Göteborgs universitet). I tabellen redovisas skillnaden i procentenheter mellan som har tillgång till en digital morgontidningsprenumeration och dem utan tillgång till en digital morgontidningsprenumeration när det gäller andelen som har tillgång till olika typer av medieteknik. Positiva differenser innebär att andelen är större bland dem som har tillgång till en digital morgontidningsprenumeration, medan en negativ differens betyder att andelen är större bland dem som ej har tillgång till en sådan prenumeration. Resultaten redovisas både i befolkningen 25–85 år som helhet och nedbrutet i olika undergrupper.

Huvudintrycket av tabellen är att de som hade tillgång till en digital morgontidning i genomsnitt under 2023 uppvisade en större tillgång till de flesta former av medieteknik, med ett medelvärde på plus 9 procentenheter sett över samtliga kategorier av medieteknik. Resultatet tyder på en konsekvent övervikt för dem med tillgång till en digital morgontidning, också under kontroll för de olika bakgrundsfaktorer som analyseras i rapporten.

Generellt sett var differenserna mest markanta i avseende på tillgången till surfplattor och traditionella radioapparater, där andelen med tillgång var betydligt större bland dem med en digital morgontidningsprenumeration än bland dem utan. Även tillgången till mediaspelare var större bland dem med tillgång till en digital morgontidning.

KÖN: Både bland kvinnor och män var tillgången till olika former av medieteknik större bland dem med tillgång till en digital morgontidning, särskilt surfplattor och traditionella radioapparater. Bland män uppgick skillnaden för surfplattor till 18 procentenheter och för traditionella radioapparater till 19 procentenheter. För kvinnor var motsvarande siffror plus 13 respektive plus 16 procentenheter.

ÅLDER: I den äldsta gruppen, mellan 65 och 85 år, syns en tydligt större tillgång till flera typer av medieteknik bland dem som hade en digital morgontidning. Medelvärdet för skillnaderna låg på 13 procentenheter. Till exempel var tillgången till surfplattor 22 procentenheter större och tillgången till mediaspelare 23 procentenheter större i denna grupp. I åldersgruppen, 45 till 64 år, var differenserna jämnare och hade en genomsnittlig skillnad på plus 9 procentenheter, medan de yngre, 25 till 44 år, visade en blandad bild, med bland annat en negativ differens för stationära datorer, minus 8 procentenheter.

MÅNADSINKOMST: Medelvärdet för tillgång till olika former av medieteknik visade också mycket tydliga skillnader beroende på månadsinkomst. I hushåll med lägre inkomster under 20 000 kronor per månad noterades det största medelvärdet, plus 13 procentenheter. De största procentdifferenserna avsåg tillgången till radio, där tillgången till både bilradio och traditionella radioapparater var 19 procentenheter större bland dem med digital morgontidning än bland dem utan. Bland höginkomsttagare var skillnaderna betydligt mindre.

BOENDEORT: Skillnaderna i medelvärden beroende på boendeort var låga, men det fanns vissa variationer för olika typer av medieteknik. Till exempel var tillgången till bilradio större i storstad och stad jämfört med landsbygden. I storstäder hade hushåll med digital morgontidning 19 procentenheter större tillgång till traditionell radioapparat, och tillgången till både bilradio och surfplatta var 14 procentenheter större. I mindre städer var skillnaderna liknande, med en differens på plus 18 procentenheter för surfplattor och plus 19 procentenheter för traditionella radioapparater.

Prenumerationer och abonnemang

Följande tabeller baseras på svaren från frågan om tillgång till olika prenumerationer- eller betaltjänster i hushållet. Det är samma fråga som används för att dela in personer med eller utan tillgång till digital morgontidningsprenumeration. Frågan lyder: "Har du tillgång till någon av följande prenumerationer- eller betaltjänster i ditt hushåll?" De som svarat "Ja" på de olika svarsalternativen klassificeras som att de har tillgång till respektive prenumeration eller abonnemang. I tolkningen av resultaten är det viktigt att komma ihåg att tillgång till olika prenumerationer och abonnemang inte nödvändigtvis innebär att personen själv har betalat för dem.

Tabell 3.3 redovisar hur tillgång till olika typer av prenumerationer och abonnemang varierar i förhållande till olika bakgrundsvariabler bland dem som har tillgång till digitala morgontidningar. Tabell 3.4 redovisar procentdifferenser mellan dem som har respektive inte har tillgång till en digital morgontidningsprenumeration.

TABELL 3.3 Tillgång till andra prenumerationer och abonnemang bland digitala morgontidningsprenumeranter, 25–85 år, 2023 (andelar i procent)

	Strömningstjänst för tv, video-on-demand	Strömningstjänst för musik/podcasts	Kanalkpaket för tv	Tryckt magasin/tidskrift	Tryckt morgontidning	Prenumerationstjänst e-böcker/ljudböcker	Prenumeration digitalt magasin/tidskrift	Prenumeration digital kvällstidning	Prenumerationstjänst poddar	Prenumerationstjänst digitala magasin/tidskrifter	Antal svar
Totalt	76	70	63	40	36	27	16	12	6	9	2 057
Kvinna	75	69	62	40	36	31	14	11	5	9	1 025
Man	78	71	64	41	37	23	19	14	7	9	1 032
25–44 år	92	91	42	29	16	33	12	9	12	5	562
45–64 år	85	82	68	35	38	34	17	15	6	10	784
65–85 år	56	40	74	55	51	14	19	12	1	11	711
Ej högskola	70	60	71	40	40	20	15	15	3	7	839
Högskola	81	77	57	41	34	31	17	11	8	10	1 216
Månadsinkomst											
Mindre än 20 000 kr	55	41	63	46	46	18	11	10	3	7	323
20 000–29 999 kr	65	52	66	48	44	13	15	14	3	8	360
30 000–39 999 kr	79	76	62	34	31	28	15	10	6	7	520
40 000–59 999 kr	86	83	62	39	31	35	18	13	9	11	591
60 000 kr eller mer	90	88	62	41	36	36	24	15	7	12	261
Storstad	80	75	59	40	33	28	20	10	8	10	714
Stad	77	69	65	39	37	27	15	14	7	9	611
Landsbygd	73	65	65	43	38	26	14	12	3	8	732

Mediebarometern 2023 (Nordicom, Göteborgs universitet). I tabellen redovisas tillgången till olika typer av abonnemang och prenumerationstjänster (i procent) bland svarspersoner som angett att de har tillgång till en digital morgontidningsprenumeration i hushållet. Resultaten redovisas både i befolkningen 25–85 år som helhet och nedbrutet i olika undergrupper. För motsvarande andelar bland personer utan digital morgontidningsprenumeration, se Tabell B4.

Huvudintrycket är att det finns tydliga skillnader i tillgången till prenumerationer och abonnemang på olika medietjänster bland dem som har en digital morgontidningsprenumeration. Tillgången till dessa tjänster varierar beroende på faktorer som kön, ålder, utbildning, inkomst och boendeområde.

Generellt sett hade manliga prenumeranter en något större andel abonnemang på digitala andra medietjänster än vad kvinnliga prenumeranter hade. Till exempel hade 78 procent av männen med digital morgontidning även abonnemang strömningstjänst för tv, jämfört med 75 procent av kvinnorna. För strömningstjänster för musik och podcasts var siffrorna 71 procent för män och 69 procent för kvinnor, medan tillgången till abonnemang på digitala kvällstidningar låg på 14 procent för män och 11 procent för kvinnor.

Personer i åldern 25 till 44 år med digital morgontidningsprenumeration hade störst tillgång till strömningstjänst för tv, 92 procent, samt ström-

ningstjänst för musik/podcast, 91 procent. Bland äldre personer i åldern 65 till 85 år var tillgången störst för kanalpaket för tv med en andel på 74 procent, samt för tryckta magasin och tidskrifter, 55 procent och tryckta morgontidningar, där andelen var 51 procent. För personer i åldersgruppen 45 till 64 år noterades en jämnare fördelning av både digitala och tryckta prenumerationer.

Utbildningsnivån spelade också en betydelsefull roll. Bland personer med högskoleutbildning och tillgång till en digital morgontidning var tillgången till olika prenumerationstjänster generellt större än bland dem utan högskoleutbildning. Exempelvis hade 81 procent av dem med högskoleutbildning abonnemang på strömningstjänster för tv medan motsvarande andel bland dem utan högskoleutbildning var 70 procent. För strömningstjänst för musik/podcast var tillgången 77 procent bland högskoleutbildade och 60 procent bland dem utan högskoleutbildning.

Personer med högre inkomster, över 60 000 kronor per månad, och som har digital morgontidningsprenumeration hade generellt sett störst tillgång till olika abonnemang. Exempelvis hade 90 procent av dessa tillgång abonnemang på strömningstjänster för tv och 88 procent hade tillgång till musik- och podcasttjänster. Dessutom hade 24 procent av höginkomsthushållen tillgång till digitala magasin och tidskrifter, och 36 procent använde prenumerationstjänster för e-böcker och ljudböcker. Bland prenumeranter med lägst inkomst, under 20 000 kronor, var tillgången lägre för de flesta tjänster.

Geografiskt var tillgången till olika prenumerationer och abonnemang generellt sett större bland digitala morgontidningsprenumeranter i städer och storstäder än bland dem på landsbygden. I storstäder hade 80 procent av personer med en digital morgontidningsprenumeration även tillgång till abonnemang på strömningstjänster för tv, medan andelen var 73 procent på landsbygden. För strömningstjänster för musik och podcasts var tillgången 75 procent i storstäder jämfört med 65 procent på landsbygden.

Skillnader i tillgång till prenumerationer och abonnemang mellan prenumeranter och icke-prenumeranter av digitala morgontidningar

Tabell 3.4 redovisar procentdifferenser i tillgången till olika typer av prenumerationer och abonnemang mellan dem med tillgång till en digital morgontidningsprenumeration och dem utan tillgång. Positiva procentdifferenser pekar på att andelen med tillgång till en viss prenumeration eller abonnemang är större bland dem med tillgång till en digital morgontidning medan negativa procentdifferenser innebär att andelen är lägre i denna grupp. Medelvärdena i den högra kolumnen sammanfattar de genomsnittliga skillnaderna i andelen personer med tillgång till olika medietjänster mellan de som har och inte har en digital morgontidningsprenumeration.

Medelvärdena i tabellen visar att personer med digital morgontidning generellt sett hade en större tillgång till både digitala och tryckta medietjänster jämfört dem utan digital morgontidningsprenumeration. Det totala medelvärdet för differenserna var under 2023 plus 10 procentenheter.

TABELL 3.4 Betydelsen av tillgång till digital morgontidningsprenumeration för tillgången till andra prenumerationer och abonnemang, 25–85 år, 2023 (procentdifferenser)

	Strömningstjänst för tv, video-on-demand	Strömningstjänst för musik/podcasts	Kanalkpaket för tv	Tryckt magasin/tidskrift	Tryckt morgontidning	Prenumerationstjänst e-böcker/ljudböcker	Prenumeration digitalt magasin/tidskrift	Prenumeration digital kvällstidning	Prenumerationstjänst poddar	Prenumerationstjänst digitala magasin/tidskrifter	Medelvärde
Totalt	+5	+6	+17	+19	+23	+7	+11	+8	±0	+7	+10
Kvinna	+5	+5	+16	+17	+22	+6	+10	+7	±0	+6	+9
Man	+7	+6	+18	+22	+26	+9	+14	+9	±0	+7	+12
25–44 år	+8	+9	+10	+17	+14	+10	+8	+6	+1	+3	+9
45–64 år	+14	+18	+11	+14	+27	+13	+12	+9	+3	+7	+13
65–85 år	+19	+18	+13	+14	+11	+4	+15	+8	±0	+9	+11
Ej högskola	+5	+3	+21	+20	+24	+2	+12	+10	-2	+5	+10
Högskola	+4	+5	+15	+20	+25	+9	+11	+7	+1	+7	+10
Månadsinkomst											
Mindre än 20 000 kr	+7	+3	+20	+20	+24	+4	+8	+8	-1	+5	+10
20 000–29 999 kr	+2	-2	+20	+26	+28	-2	+11	+9	-1	+6	+10
30 000–39 999 kr	±0	+3	+16	+15	+22	+6	+11	+6	-2	+5	+8
40 000–59 999 kr	+3	+2	+15	+22	+23	+9	+12	+7	+2	+8	+10
60 000 kr eller mer	+4	+5	+4	+26	+29	+11	+14	+8	±0	+9	+11
Storstad	+6	+5	+14	+21	+23	+7	+15	+5	+1	+8	+11
Stad	+6	+4	+20	+21	+24	+6	+11	+10	+2	+7	+11
Landsbygd	+6	+6	+17	+20	+23	+8	+9	+8	-3	+6	+10

Mediebarometern 2023 (Nordicom, Göteborgs universitet). I tabellen redovisas skillnaden i procentenheter mellan som har tillgång till en digital morgontidningsprenumeration och dem utan tillgång till en digital morgontidningsprenumeration när det gäller andelen som har tillgång till andra typer av abonnemang och prenumerationstjänster. Positiva differenser innebär att andelen är större bland dem som har tillgång till en digital morgontidningsprenumeration, medan en negativ differens betyder att andelen är större bland dem som ej har tillgång till en sådan prenumeration. Resultaten redovisas både i befolkningen 25–85 år som helhet och nedbrutet i olika undergrupper.

Den största procentdifferensen mellan grupperna återfanns i prenumerationer på tryckta morgontidningar, där de med digital morgontidning hade 23 procentenheter fler prenumeranter. Trots denna markanta skillnad kommenteras inte differenserna för tryckta morgontidningar i nedanstående text. Dessa prenumerationer inkluderar normalt digitala versioner vilket gör det svårt att i Mediebarometerns resultat isolera effekten av tillgången till tryckta morgontidningar för dem som redan har tillgång till en digital morgontidning.

Näst störst var differensen för prenumerationer på tryckta magasin/tidskrifter, där skillnaden var 19 procentenheter. Den tredje största skillnaden fanns i abonnemang på kanalkpaket för tv, där differensen uppgick till 17 procentenheter.

KÖN: I avseende på kön var procentdifferenserna något större bland män jämfört med bland kvinnor. För tryckta magasin/tidskrifter var andelen prenumeranter 22 procentenheter större bland män och 17 procentenheter större bland kvinnor.

ÅLDER: Skillnaderna utifrån tillgång till digital morgontidningsprenumeration varierade i de olika åldersgrupperna. Gruppen 45 till 64 år visade störst procentdifferenser totalt, med en markant skillnad både i tillgången till strömningstjänster och prenumerationer på tryckta tidningar. Yngre personer, 25 till 44 år, uppvisade däremot mindre skillnader mellan dem med och utan digital morgontidning. Här var den största skillnaden, 17 procentenheter, kopplad till tillgången till tryckta magasin och tidskrifter.

UTBILDNING: Procentdifferenserna i fråga om tillgång till prenumerationer och abonnemang varierade i regel endast något mellan utbildningsnivåerna. Skillnaden i tillgång till kanalpaket för tv var dock särskilt stor; personer utan högskoleutbildning hade en större andel abonnemang, med en skillnad på 21 procentenheter jämfört med dem med högskoleutbildning, som låg på 15 procentenheter.

MÅNADSINKOMST: Tillgången till en digital morgontidning var förknippad med en relativt jämn fördelning i avseende på tillgång till abonnemang och prenumerationer på olika medier över olika inkomstgrupper. Det finns dock vissa variationer. Till exempel bland personer med lägre inkomster, särskilt bland dem med en månadsinkomst under 30 000 kronor, var procentdifferensen för tillgång till kanalpaket för tv relativt stor.

BOENDEORT: Personer som bodde i storstadsområden uppvisade större procentdifferenser än dem på landsbygden när det gällde tillgång till digitala magasin/tidskrifter. Bland storstadsbor var skillnaden i andelen abonnenter 15 procentenheter, medan motsvarande siffra för landsbygdsbor låg på 9 procentenheter.

Tillgång till sociala nätverkstjänster bland digitala morgontidningsprenumeranter

Den fråga som används för att studera tillgång till konton på sociala nätverkstjänster lyder: "Har du en egen profil (användarkonto) på någon av följande sociala nätverkstjänster?" I frågan får svarspersonerna ta ställning till ett antal fördefinierade sociala nätverkstjänster.

Tabell 3.5 visar tillgången till olika sociala nätverkstjänster bland personer som har tillgång till en digital morgontidningsprenumeration, uppdelat efter kön, ålder, utbildning, inkomstnivå och boendeort. Tabell 3.6 redovisar procentdifferenserna mellan dem med tillgång till en digital morgontidningsprenumeration och dem utan.

TABELL 3.5 Tillgång till sociala nätverkstjänster bland digitala morgontidningsprenumeranter, 25–85 år, 2023 (andelar i procent)

	Facebook	Instagram	Linkedin	Snapchat	X	Tiktok	Antal svar
Totalt	79	69	48	29	22	9	2 057
Kvinna	83	79	43	36	15	11	1 025
Man	75	60	52	22	29	7	1 032
25–44 år	91	84	63	50	35	20	562
45–64 år	83	75	59	33	24	9	784
65–85 år	65	51	23	8	10	1	711
Ej högskola	75	66	33	28	15	8	839
Högskola	82	71	57	29	27	10	1 216
Månadsinkomst							
Mindre än 20 000 kr	72	60	18	18	12	6	323
20 000–29 999 kr	74	63	24	21	11	6	360
30 000–39 999 kr	80	74	44	37	24	12	520
40 000–59 999 kr	85	74	65	34	27	11	591
60 000 kr eller mer	81	70	84	27	35	7	261
Storstad	80	72	60	25	31	9	714
Stad	79	66	44	32	19	9	611
Landsbygd	78	70	38	30	16	9	732

Mediebarometern 2023 (Nordicom, Göteborgs universitet). I tabellen redovisas tillgången till olika sociala nätverkstjänster (i procent) bland svarspersoner som angett att de har tillgång till en digital morgontidningsprenumeration i hushållet. Resultaten redovisas både i befolkningen 25–85 år som helhet och nedbrutet i olika undergrupper. För motsvarande andelar bland personer utan digital morgontidningsprenumeration, se Tabell B5.

Bland dem med tillgång till en digital morgontidningsprenumeration hade kvinnor generellt större tillgång till konton på sociala nätverkstjänster än vad män hade. De största skillnaderna mellan könen fanns på Instagram, där 79 procent av de kvinnliga prenumeranterna hade tillgång jämfört med 60 procent bland de manliga, samt på Snapchat, där 36 procent av kvinnorna hade tillgång jämfört med 22 procent av männen. Män hade däremot större tillgång till LinkedIn som 52 procent av männen hade tillgång till jämfört med 43 procent av kvinnorna. 29 procent av männen hade tillgång till plattformen X jämfört med 22 procent av kvinnorna.

Åldersmässigt var tillgången till samtliga sociala nätverkstjänster störst bland prenumeranter i åldern 25 till 44 år. Exempelvis hade 91 procent tillgång till Facebook och 84 procent till Instagram. De yngre grupperna hade också betydligt större tillgång konton på nätverk som LinkedIn och X. 63 procent av 25 till 44-åringarna angav att de hade tillgång till LinkedIn och 35 procent till X. I kontrast var tillgången betydligt lägre bland personer i åldern 65 till 85 år. Bland dem hade 65 procent tillgång till Facebook och 23 procent tillgång till LinkedIn.

Utbildning hade en märkbar effekt på tillgången till sociala nätverk, också bland digitala morgontidningsprenumeranter. Personer med högskoleutbildning hade i genomsnitt större tillgång till samtliga plattformar, särskilt LinkedIn, 57 procent och plattformen X, 27 procent.

Inkomstnivå uppvisade också ett samband med tillgången, där digitala morgontidningsprenumeranter med högre inkomster, över 40 000 kronor per månad, generellt hade större tillgång till konton på olika sociala nätverk. Till exempel hade 84 procent av personer med en månadsinkomst över 60 000 kronor tillgång till LinkedIn, jämfört med endast 18 procent bland dem med månadsinkomster under 20 000. För plattformen X angav 35 procent av dem som tjänade mer än 60 000 kronor per månad att de hade tillgång, jämfört med bara 12 procent i den lägsta inkomstgruppen.

Överlag var tillgången till sociala nätverkstjänster större i storstäder, där prenumeranter i storstadsområden hade en större tillgång till plattformar som LinkedIn och X. Till exempel hade 60 procent av storstadsborna tillgång till LinkedIn, jämfört med 38 procent på landsbygden. För X var skillnaden ännu större: 31 procent av de boende i storstäderna angav att de hade tillgång, jämfört med 16 procent bland dem som bor på landsbygden.

Skillnader i tillgång till konton på sociala nätverkstjänster mellan prenumeranter och icke-prenumeranter av digitala morgontidningar

Tabell 3.6 visar att det i vissa befolkningsgrupper fanns negativa skillnader i tillgång till sociala nätverkstjänster mellan dem som har tillgång till en digital morgontidning och dem som inte har det. Detta tyder på att personer med tillgång till en digital morgontidningsprenumeration inte har tillgång till sociala nätverkstjänster i samma utsträckning som de utan en sådan prenumerat i samma befolkningsgrupp. Bland de sociala nätverkstjänster som ingår i undersökningen var de negativa differenserna störst för Snapchat och Tiktok. Medelvärdena visar dock att det generellt sett inte fanns några stora skillnader i tillgång till konton på sociala nätverkstjänster mellan dem som hade och dem som inte hade en digital morgontidningsprenumeration under 2023.

TABELL 3.6 Betydelsen av tillgång till digital morgontidningsprenumeration för tillgången till sociala nätverkstjänster, 25–85 år, 2023 (procentdifferenser)

	Facebook	Instagram	Linkedin	Snapchat	X	Tiktok	Medelvärde
Totalt	-1	+1	+4	-8	±0	-7	-2
Kvinna	-3	+1	+2	-8	+1	-7	-2
Man	±0	+1	+5	-10	±0	-6	-2
25–44 år	+2	+3	+7	-5	+4	-4	+1
45–64 år	+2	+8	+13	+2	+6	-3	+5
65–85 år	+6	+10	+10	+2	+6	±0	+6
Ej högskola	-1	+1	+2	-7	-4	-7	-3
Högskola	-3	-1	-1	-11	+3	-6	-3
Månadsinkomst							
Mindre än 20 000 kr	±0	+4	-4	-9	-5	-8	-4
20 000–29 999 kr	-1	+1	-5	-11	-6	-9	-5
30 000–39 999 kr	-6	-1	+2	-8	+4	-5	-2
40 000–59 999 kr	±0	-2	-3	-9	+1	-4	-3
60 000 kr eller mer	-4	±0	+2	-7	-5	-10	-4
Storstad	-2	±0	+2	-13	+5	-9	-3
Stad	-2	-3	+3	-7	-3	-5	-3
Landsbygd	±0	+6	+5	-6	-1	-6	±0

Mediebarometern 2023 (Nordicom, Göteborgs universitet). I tabellen redovisas skillnaden i procentenheter mellan som har tillgång till en digital morgontidningsprenumeration och dem utan tillgång till en digital morgontidningsprenumeration när det gäller andelen som har tillgång till sociala nätverkstjänster. Positiva differenser innebär att andelen är större bland dem som har tillgång till en digital morgontidningsprenumeration, medan en negativ differens betyder att andelen är större bland dem som ej har tillgång till en sådan prenumeration. Resultaten redovisas både i befolkningen 25–85 år som helhet och nedbrutet i olika undergrupper.

KÖN: Både bland kvinnor och män märktes under 2023 de största negativa procentdifferenserna för konton på Snapchat och Tiktok. Bland män var differensen minus 7 procentenheter för Snapchat och minus 6 procentenheter för Tiktok, medan differenserna bland kvinnor var minus 5 procentenheter för Snapchat och minus 4 procentenheter för Tiktok.

ÅLDER: De negativa procentdifferenserna för konton på sociala nätverkstjänster var starkt kopplade till ålder. Bland personer i åldern 25 till 44 år var andelen med konton på Snapchat och Tiktok 9 respektive 7 procentenheter lägre, vilket tydde på att fler yngre personer utan digital morgontidningsprenumeration hade konton på dessa plattformar. I de äldre åldersgrupperna, 45 till 64 år och 65 till 85 år, noterades positiva procentdifferenser för tillgång till ett konto på Linkedin. Bland 45 till 64-åringar var differensen plus 12 procentenheter för Linkedin och plus 15 procentenheter för dem mellan 65 och 85 år. Resultatet pekar på att personer i dessa åldersgrupper och som hade en digital morgontidning var mer benägna att använda Linkedin än dem utan prenumeration.

UTBILDNING: Bland personer med högskoleutbildning observerades negativa procentdifferenser för alla sociala nätverkstjänster utom för plattformen X. Den största negativa differensen rörde konton på Snapchat, där andelen med

konto minskade med minus 10 procentenheter bland. Det betyder alltså att fler högutbildade utan en digital morgontidning hade ett konto på dessa plattformar.

MÅNADSINKOMST: Personer utan en digital morgontidningsprenumeration var generellt sett mer benägna att ha konton på sociala nätverkstjänster oavsett inkomstnivå. De största negativa differenserna noterades för Snapchat och Tiktok. Här finns det möjligtvis anledning att anta att det inte är månadsinkomsten i sig som förklarar variationerna utan att åldersfaktorn spelar bakomliggande roll för resultaten, då tillgången till dessa konton är större bland yngre än bland äldre.

BOENDEORT: Bland personer i storstäder noterades de största negativa procentdifferenserna i avseende på tillgång till konto på Snapchat, minus 13 procentenheter, och Tiktok, minus 9 procentenheter, vilket innebar att fler storstadsbor utan digital morgontidningsprenumeration hade konton på dessa plattformar. För stadsbor var procentdifferenserna på Snapchat minus 7 procentenheter och på Tiktok minus 5 procentenheter. För landsbygdsbor var procentdifferenserna på Snapchat och Tiktok i båda fallen båda minus 6 procentenheter.

Sammanfattning

Sammanfattningsvis har denna analys visat att tillgången till olika former av medieteknik generellt sett är relativt god i den vuxna svenska befolkningen, men att det finns tydliga skillnader mellan dem med tillgång till en digital morgontidningsprenumeration och dem som inte har det. Skillnaderna mellan yngre och äldre var här särskilt påtagliga. De största procentdifferenserna fanns bland de äldsta, där tillgången till moderna enheter som surfplattor och mediaspelare var betydligt större bland dem som hade en digital morgontidningsprenumeration än bland dem som inte hade det. Bland yngre var skillnaderna mindre, samtidigt som tillgången till modern medieteknik generellt sett var större. Nästan hela befolkningen har idag tillgång till en smartphone, oavsett om de har en digital tidningsprenumeration eller inte.

Resultaten har också visat att tillgången till en digital morgontidning korrelerar starkt med en ökad prenumerationsbenägenhet på andra typer av medier. Detta gällde särskilt för tryckta morgontidningar och tidskrifter. Det är dock möjligt att en del av resultatet kan förklaras av att prenumerationer av såväl tryckta morgontidningar som tryckta tidskrifter ofta erbjuds tillsammans med deras digitala versioner.

Tillgången till digitala tjänster för tv och musik visade ett mer komplext mönster, där de yngre åldersintervallen hade en betydligt större tillgång till dessa tjänster än de äldsta. Skillnaderna mellan dem med och utan digital morgontidning var dock mindre uttalade. Bland de äldsta var dock pro-

centdifferenserna mellan dem med tillgång till dessa tjänster och dem utan tillgång förhållandevis höga, upp till 15 procentenheter.

Sambanden mellan tillgång till en digital morgontidning och tillgång till konton på olika sociala nätverkstjänster visade inga tydliga mönster, även om det fanns små variationer i procentandelar. Kön, åldersgrupp, utbildningsnivå, inkomst och boendeort påverkade tillgången till vissa nätverkstjänster, men plattformar som Facebook och Instagram var populära över alla grupper. Värt att notera är dock de negativa procentdifferenserna, som indikerade att tillgången till flertalet nätverkstjänster var större bland dem som saknade en digital morgontidningsprenumeration än bland dem som hade en sådan prenumeration.

4. Relation till nyhetskonsumtion



SCANDINAV BILDBYRÅ

Att ta del av nyheter är betydelsefullt för att vi ska kunna informera oss och känna samhörighet i samhället. Under 2000-talet har dock den tryckta morgontidningens roll som bas för nyheter och information förändrats, vilket också påverkat förutsättningarna för nyhetskonsumtion. I det här kapitlet studeras nyhetskonsumtion i den vuxna befolkningen 25 till 85 år och i vilken utsträckning personer med en digital morgontidningsprenumeration också tar del av nyheter i andra kanaler en genomsnittlig dag.

Analysen utgår från Mediebarometers två frågor om nyhetskonsumtion. Den första frågan gäller om man tagit del av nyheter från de större professionella medieföretagen i Sverige. Frågan lyder: "Tog du del av nyheter från något av följande medier igår? *Frågan gäller både vanliga tv- och radiosändningar, tryckta tidningar och via internet.*" I frågan ombeds svarspersonerna att ange om de har tagit del av nyheter från ett antal specifika nyhetskällor som listas i undersökningen. I den andra frågan ombeds svarspersonerna att ange om de tagit del av nyheter via ett antal på förhand uppräknade sociala nätverkstjänster. "Tog du del av nyheter genom någon av följande sociala nätverkstjänster igår?"

Notera att frågorna avser räckvidden för nyheter i olika medier och sociala nätverkstjänster under en genomsnittlig dag (gårdagen). Att inte ta del av nyheter en genomsnittlig dag betyder inte nödvändigtvis att man är en så kallad nyhetsundvikare. Det kan röra sig om en tillfällighet eller bero på andra faktorer som till exempel tidsbrist. Men genom att fokusera på omfattningen av nyhetskonsumenter i olika medier och sociala nätverkstjänster i ljuset av socioekonomiska och demografiska faktorer kan vi bättre förstå hur olika grupper integrerar med nyhetsflödet under en vanlig dag.

Tabell 4.1 redovisar den dagliga räckvidden för nyheter via professionella nyhetsmedier respektive sociala medieplattformar i befolkningen i åldrarna 25 till 85 år under 2023. I tabellen redovisas dels utfallet i befolkningen som helhet, dels utfallet bland dem som har respektive inte har tillgång till den digital morgontidningsprenumeration. Av naturliga skäl är det betydligt fler av dem som har tillgång till en digital morgontidning som tagit del av nyheter i en morgontidning, 74 procent, jämfört med de som inte har tillgång till en digital tidning 13 procent.

TABELL 4.1 Daglig räckvidd för nyheter från professionella medier respektive via sociala nätverkstjänster, 25–85 år, 2023 (procent)

	Hela befolkningen	Bland personer med digital morgontidningsprenumeration	Bland personer utan digital morgontidningsprenumeration
Nyheter från:			
SVT	59	69	51
TV4	39	41	38
Sveriges Radio	49	61	40
Kvällstidning	32	38	28
Morgontidning	39	74	13
Lokal gratistidning	11	11	10
Nyhetsmagasin	3	3	2
Internationell nyhetssajt	15	15	15
Nationell nyhetssajt	11	12	11
Lokal nyhetssajt	15	18	13
Nyhetspodd	4	5	4
Alternativmedia	4	3	4
Nyheter via:			
Facebook	28	26	29
Instagram	16	15	17
Snapchat	1	1	2
X (fd Twitter)	8	8	7
Linkedin	5	5	5
Tiktok	2	1	3
Youtube	8	6	10
Antal svar	4 791	2 057	2 734

Mediebarometern 2023 (Nordicom, Göteborgs universitet). I tabellen redovisas den dagliga räckvidden (i procent) för nyheter från professionella medier och via sociala nätverkstjänster. Resultaten redovisas både i befolkningen 25–85 år som helhet och bland svarande som har respektive inte har tillgång till en digital morgontidningsprenumeration.

Båda public servicebolagen SVT (Sveriges Television) och SR (Sveriges Radio) var under 2023 de populäraste nyhetskanaler oavsett om man hade tillgång till någon prenumeration på en digital morgontidning eller ej. Den dagliga räckvidden för dessa bolags nyhetsrapportering var dock väsentligt större bland dem som hade tillgång till en digital morgontidning, 69 respektive 61 procent, än bland dem utan tillgång till en digital morgontidning, 51 respektive 40 procent.

I avseende på TV4:s nyheter var däremot räckvidden relativt jämn oberoende av om man hade tillgång till en digital morgontidning eller inte. Bland dem som hade tillgång till digital morgontidning hade 41 procent tagit del av nyheter i TV4, medan andelen för dem utan tillgång låg på 38 procent.

Konsumtionen av nyheter i sociala nätverkstjänster som Facebook och Instagram var avsevärt lägre än för public-service-bolagen och TV4, 28 respektive 16 procent. Nyhetskonsumtionen via Facebook var större bland

dem utan digital morgontidning, 29 procent, än bland dem med tillgång, 26 procent. Även andelen som tog del av nyheter från Instagram var större bland dem utan tillgång till digitala morgontidningar, 17 procent jämfört med 15 procent bland dem som hade en digital prenumeration.

Youtube uppvisade en liknande tendens; andelen som tog del av nyheter via Youtube var större bland dem utan digital morgontidning, 10 procent, jämfört med 6 procent bland dem med en digital prenumeration.

Tabellen antyder vidare att andra typer av nyhetssajter, såväl internationella som nationella, har en relativt låg men stabil användarbas oavsett tillgång till digitala morgontidningar. Andelen som tagit del av nyheter från lokala nyhetssajter var något däremot större bland dem som hade tillgång till digitala morgontidningar än bland dem som inte hade denna tillgång. Konsumtionen av nyheter i nyhetsmagasin, alternativmedier och i nyhetspoddar var mycket låg en genomsnittlig dag, bland digitala tidningsprenumeranter såväl som bland övriga.

Relation till nyhetskonsumtion i grupper av befolkningen

Tabell 4.2 presenterar hur personer med tillgång till digitala morgontidningar i olika socioekonomiska och demografiska grupper tar del av nyheter genom ett urval av de kanaler som presenterades i tabell 4.1.

Urvalet av kanaler inkluderar public service-bolagen SVT och SR, samt TV4, Sveriges största reklamfinansierade tv-bolag. Dessa aktörer når en stor del av befolkningen på sina olika plattformar och har en hög daglig räckvidd. Detsamma gäller morgontidningar och kvällstidningar. De är viktiga nyhetskällor med hög räckvidd, särskilt bland äldre och höginkomsttagare. Lokala gratistidningar erbjuder nyheter med lokal relevans och är tillgängliga för dem som kanske inte har råd med en prenumeration på en traditionell morgontidning. Tryckta gratistidningar utkommer i allmänhet bara en gång per vecka. I tabellerna ingår också de sociala nätverkstjänsterna Facebook och Instagram. Även YouTube är inkluderat i tabellerna. Dessa nätverkstjänster når en stor publik och är lättillgängliga via smartphones. På dessa plattformar kan vem som helst skapa nyheter som möjliggör direkt interaktion med innehållet.

TABELL 4.2 Daglig räckvidd för nyheter från professionella medier respektive via sociala nätverkstjänster **bland digitala morgontidningsprenumeranter**, 25–85 år, 2023 (procent)

	SVT	TV4	SR	Morgontidning	Kvällstidning	Lokal gratistidning	Facebook	Instagram	Youtube
Totalt	69	41	61	74	38	11	26	15	6
Kvinna	65	43	56	75	35	12	27	19	3
Man	74	40	65	73	40	11	24	11	9
25–44 år	47	21	48	63	34	9	33	22	9
45–64 år	65	40	59	74	42	9	23	12	5
65–85 år	92	60	72	83	36	17	23	12	4
Ej högskola	73	54	62	72	40	11	29	16	6
Högskola	67	32	60	75	36	11	23	14	6
Månadsinkomst									
Mindre än 20 000 kr	80	54	60	73	35	16	31	20	8
20 000–29 999 kr	78	55	67	76	37	15	31	15	6
30 000–39 999 kr	66	38	58	72	36	10	27	14	5
40 000–59 999 kr	64	35	60	74	42	8	21	14	5
60 000 kr eller mer	65	30	58	76	37	11	18	11	5
Storstad	67	32	59	75	33	12	21	14	6
Stad	69	44	58	76	41	9	27	15	5
Landsbygd	73	48	64	71	39	12	29	15	6
Antal svar	1 427	852	1 246	1 520	777	233	527	301	117

Mediebarometern 2023 (Nordicom, Göteborgs universitet). I tabellen redovisas den dagliga räckvidden (i procent) för nyheter från professionella medier och via sociala nätverkstjänster bland svarspersoner som angett att de har tillgång till en digital morgontidningsprenumeration i hushållet. Resultaten redovisas både i befolkningen 25–85 år som helhet och nedbrutet i olika undergrupper. För motsvarande andelar bland personer utan digital morgontidningsprenumeration, se Tabell B6.

Tabellen ger en översikt över nyhetskonsumtionens omfattning i olika medier bland personer med tillgång till digitala morgontidningar. Tabellen visar tydliga skillnader mellan olika demografiska grupper. Vid tolkningen av tabellen är det viktigt att komma ihåg att andelen prenumeranter på digitala morgontidningar varierar mellan grupperna. I kapitel 2 såg vi att tillgången till en digital morgontidningsprenumeration är avsevärt större bland äldre än bland yngre, och att både utbildnings- och inkomstnivå har en stor påverkan på tillgången. Bland personer med lägre utbildning och lägre inkomst inom yngre åldersgrupper fanns också den lägsta andelen digitala morgontidningsprenumeranter.

Tabellen visar att personer med tillgång till en digital morgontidningsprenumeration generellt sett hade en hög konsumtion av nyheter från etablerade medier såsom SVT, TV4, SR och även kvällstidningar, oavsett demografisk grupp. Nyhetskonsumtionen via sociala nätverkstjänster och lokala gratistidningar var däremot generellt sett lägre bland dem. För samtliga medietyper fanns tydliga skillnader i konsumtionen av nyheter beroende på faktorer som

ålder, utbildning, inkomst och boendeort.

Bland dem som hade tillgång till en digital morgontidning var män i större grad benägna att ta del av nyheter från SVT, 74 procent, jämfört med 65 procent av kvinnorna. Männen hade också en större konsumtion av nyheter från SR, 65 procent lyssnade på SR:s nyheter en genomsnittlig dag jämfört med 56 procent av kvinnorna. Kvinnor å andra sidan tog i större grad del av nyheter via Facebook och Instagram än män. 27 procent av kvinnorna tog del av nyheter via Facebook medan 24 procent av männen gjorde det. 19 procent av kvinnorna tog del av nyheter via Instagram medan endast 11 procent av männen gjorde det.

Bland dem tillgång till en digital morgontidning var räckvidden för nyheter i professionella medier mycket hög bland de äldsta. Till exempel tog 92 procent av dem mellan 65 och 85 år del av nyheter från SVT en vanlig dag och 72 procent tog del av SR-nyheter. Morgontidningarnas nyheter hade också en hög räckvidd i åldersgruppen. Andelen uppgick till 83 procent. I åldersgruppen mellan 25 och 44 år, var konsumtionen av nyheter betydligt lägre. Endast 47 procent tog del av SVT:s nyheter en vanlig dag och 48 procent tog del av nyheter från SR. I stället var nyheter i sociala nätverkstjänster förhållandevis populära i denna åldersgrupp, där 33 procent tog del av nyheter via Facebook och 22 procent via Instagram.

Bland dem med tillgång till en digital morgontidning tog generellt sett en större andel del av dem utan högskoleutbildning del av nyheter från traditionella medier. Exempelvis tog 73 procent av dem utan högskoleutbildning del av nyheter från SVT en vanlig dag jämfört med 67 procent bland högutbildade. Nyheter via TV4 var också vanligare bland personer utan högskoleutbildning, med en daglig räckvidd på 54 procent jämfört med 32 procent för högutbildade. Däremot tog högutbildade i något större grad del av nyheter via morgontidningar, där 75 procent dagligen tog del av dessa nyheter, jämfört med 72 procent av dem utan högskoleutbildning. Andelen som tog del av nyheter via Facebook var något större bland personer utan högskoleutbildning, 29 procent, jämfört med högutbildade, 23 procent.

Personer med lägre inkomster var mer benägna att ta del av nyheter via tv och sociala nätverkstjänster. Bland dem med månadsinkomster under 20 000 kronor tog 80 procent del av nyheter i SVT, medan andelen var 65 procent för personer med månadsinkomster över 60 000 kronor. Ett liknande mönster syntes för sociala nätverkstjänster, där personer med lägre inkomster oftare tog del av nyheter via Facebook och Instagram. Här bör nämnas att ålder kan ha en betydande inverkan på sambandet mellan inkomst och nyhetskonsumtion. Yngre personer har ofta lägre inkomster och använder sociala nätverkstjänster som nyhetskälla i större utsträckning än äldre, medan äldre, med högre inkomster, i högre grad tagit del av nyheter på traditionella medier som tv.

När det gällde boendeort visar tabellen att personer på landsbygden med tillgång till en digital morgontidning var mer benägna än stadsbor att använda nyhetskällor som SVT och SR, med en räckvidd på 73 procent respektive 64 procent. De tenderade också att använda Facebook för nyheter i större utsträckning än boende i stad och storstad.

Skillnader i nyhetskonsumtion mellan prenumeranter och icke-prenumeranter på digitala morgontidningar

I tabell 4.3 presenteras procentdifferenser mellan personer med och utan tillgång till en digital morgontidningsprenumeration, uppdelat på olika demografiska grupper. Medelvärdena i högerkolumnen visar tydligt att det är fler som tagit del av nyheter i olika kanaler bland dem som har tillgång till en digital morgontidning än bland dem som inte har tillgång. Bakom resultatet märks dock tydliga skillnader i hur olika grupper tog del av nyheter, såväl genom traditionella medier som genom sociala nätverkstjänster. De mycket höga procentdifferenserna för nyheter via morgontidningar kommenteras endast sparsamt i nedanstående text, då de speglar den uppenbara effekten av att ha tillgång till en digital morgontidningsprenumeration.

TABELL 4.3 Betydelsen av tillgång till digital morgontidningsprenumeration för användningen nyheter (daglig räckvidd) från professionella medier respektive via sociala nätverkstjänster, 25–85 år, 2023 (procentdifferenser)

	SVT	TV4	SR	Morgontidning	Kvällstidning	Lokal gratistidning	Facebook	Instagram	Youtube	Medelvärde
Totalt	+18	+3	+21	+61	+10	+1	-3	-2	-4	+12
Kvinna	+16	+3	+18	+60	+9	+1	-5	-2	-2	+11
Man	+21	+5	+24	+61	+10	+1	-3	-1	-5	+13
25–44 år	+13	±0	+17	+58	+6	+1	+2	±0	-4	+10
45–64 år	+11	-6	+18	+61	+11	±0	-5	-1	-3	+10
65–85 år	+4	-5	+14	+50	+13	-1	-2	+1	-1	+8
Ej högskola	+21	+8	+21	+58	+12	+1	-2	+1	-4	+13
Högskola	+17	+3	+22	+63	+8	±0	-4	-4	-3	+11
Mindre än 20 000 kr	+18	+9	+20	+54	+14	+4	+4	+5	-4	+14
20 000–29 999 kr	+27	+11	+25	+60	+10	+3	-2	-1	-6	+14
30 000–39 999 kr	+21	+2	+18	+62	+5	±0	-3	-4	-3	+11
40 000–59 999 kr	+14	+5	+23	+64	+11	±0	-7	-2	-2	+12
60 000 kr eller mer	+21	+2	+19	+65	+3	-1	-5	-2	-2	+11
Storstad	+16	-4	+22	+64	+3	±0	-5	-5	-5	+10
Stad	+18	+7	+20	+62	+10	-1	-3	-1	-6	+12
Landsbygd	+21	+8	+21	+56	+14	+3	-2	+0	-2	+13

Mediebarometern 2023 (Nordicom, Göteborgs universitet). I tabellen redovisas skillnaden i procentenheter mellan som har tillgång till en digital morgontidningsprenumeration minus dem utan tillgång till en digital morgontidningsprenumeration när det gäller den dagliga räckvidden (i procent) för nyheter från professionella medier och via sociala nätverkstjänster. Positiva differenser innebär att andelen är större bland dem som har tillgång till en digital morgontidningsprenumeration, medan en negativ differens betyder att andelen är större bland dem som ej har tillgång till en sådan prenumerat. Resultaten redovisas både i befolkningen 25–85 år som helhet och nedbrutet i olika undergrupper.

KÖN: Störst positiva procentdifferenser noterades bland män, där andelen som tog del av nyheter via SVT och SR var 21 respektive 24 procentenheter högre bland dem med en digital prenumeration än bland dem utan. Även bland kvinnor var differenserna betydande för SVT och SR, med skillnader på plus 16 respektive plus 18 procentenheter. På sociala nätverkstjänster, som Facebook och Instagram, var differenserna däremot små och negativa för både män och kvinnor.

ÅLDER: Bland personer i åldersgrupperna 25 till 44 år och 45 till 64 år, noterades stora positiva procentdifferenser för nyheter från både SVT och SR. I gruppen 25 till 44 år var differenserna plus 13 procentenheter för SVT och plus 17 procentenheter för SR. I åldersgruppen 45 till 64 år var motsvarande differenser plus 11 procentenheter för SVT och plus 18 procentenheter för SR. Detta visar att både yngre och medelålders personer med tillgång till en digital morgontidning i väsentligt större utsträckning tog del av nyheter från public service jämfört med sina jämnåriga utan prenumeration. I fråga om TV4 fanns däremot negativa procentdifferenser bland personer mellan 45 och 64 år och bland personer mellan 65 och 85 år. Differenserna låg på minus 6 respektive minus 5 procentenheter, vilket tyder på att dessa grupper med tillgång till en digital morgontidningsprenumeration följde TV4:s nyhetsutbud i lägre utsträckning än dem utan en digital morgontidningsprenumeration.

UTBILDNING: Bland personer utan högskoleutbildning var konsumtionen av nyheter från såväl SVT som SR 21 procentenheter större bland dem som hade tillgång till en digital morgontidning. Även nyheter i kvällstidningar visade en betydande skillnad, med plus 12 procentenheter. Konsumtionen av nyheter på sociala nätverkstjänster som Facebook, Instagram och YouTube var däremot i stort sett oförändrad eller något negativ.

MÅNADSINKOMST: Bland personer med en månadsinkomst över 40 000 kronor fanns de största procentdifferenserna för morgontidningar, plus 65 procentenheter, medan konsumtionen av SVT-nyheter, plus 21 procentenheter, och SR-nyheter, plus 19 procentenheter, också var markant större. För dem med lägst inkomster, under 20 000 kronor per månad, var differenserna också stora, särskilt för SR, plus 20 procentenheter, även om nivåerna inte var lika höga som bland höginkomsttagarna. Här bör nämnas att åldersfaktorn kan ligga bakom en del av resultatet, då äldre personer oftare har högre inkomster och därmed en annan nyhetskonsumtion än yngre med lägre månadsinkomster.

BOENDEORT: På landsbygden var differenserna betydande för SVT och SR, med plus 21 procentenheter vardera bland de med digital morgontidning i hushållet. Även morgontidningar visade en hög differens på plus 56 procentenheter. I storstäder och städer var skillnaderna också märkbara, men något lägre. För storstadsbor noterades dessutom negativa skillnader för sociala nätverkstjänster som Facebook, Instagram och YouTube, minus 5 procentenheter vardera, vilket indikerar en lägre användning av nyheter från sociala nätverkstjänster bland de med digital prenumeration i dessa områden.

Sammanfattning

Sammantaget visar tabellerna att äldre och höginkomsttagare under 2023 tenderade att ta del av nyheter från traditionella nyhetsmedier som SVT, morgontidningar och SR i större utsträckning om de har tillgång till digital morgontidning. Personer utan tillgång till en digital morgontidning, särskilt yngre och de med lägre inkomster, tog istället del av nyheter via sociala nätverkstjänster som Facebook, Instagram och Youtube mer frekvent. Intressant är också att personer utan tillgång till prenumeration på digitala morgontidningar tog del av nyheter i TV4 och via sociala nätverkstjänster i något större utsträckning än dem med tillgång till en digital morgontidning.

5. Summering och slutsatser

Syftet med den här rapporten har varit att studera hur tillgången till digitala morgontidningar samvarierar med tillgången till medieteknik, abonnemang, prenumerationer, konton på sociala nätverkstjänster och nyhetskonsumtion bland olika socioekonomiska och demografiska grupper i Sverige. Rapporten bygger på data från Nordicoms årliga frågeundersökning Mediebarometern.

Genomgången av resultaten i denna rapport har visat att socioekonomiska och demografiska faktorer spelar en viktig roll för tillgången till digitala morgontidningsprenumerationer, medieteknik, prenumerationer och abonnemang på olika medier samt tillgång på konton på sociala nätverkstjänster. Dessa faktorer påverkar även vilka kanaler man vänder sig till för att ta del av nyheter.

Under 2023 hade 43 procent av den svenska befolkningen mellan 25 och 85 år tillgång till en digital morgontidningsprenumeration. Det fanns inga könsskillnader i tillgången, men skillnaderna mellan yngre och äldre var påfallande. Den största andelen med tillgång fanns bland personer mellan 65 och 85 år. Personer med högskoleutbildning och högre månadsinkomst hade också större tillgång och tillgången var något större i städer och storstäder jämfört med landsbygden.

Rapporten har också visat att tillgången till olika former av medieteknik generellt sett var hög i befolkningen, men personer med en digital morgontidningsprenumeration hade över lag bättre tillgång till modern medieteknik, särskilt bärbara datorer, surfplattor och mediaspelare. Skillnaderna mellan dem med tillgång till en digital morgontidning och dem utan var mest framträdande bland äldre och bland dem med lägre inkomster. Däremot hade nästan hela befolkningen tillgång till smartphones.

När det gällde prenumerationer och abonnemang på olika digitala tjänster, var tillgången störst bland yngre och höginkomsttagare, samt bland boende i storstäder, medan tryckta medier fortfarande hade en stark ställning bland äldre, personer med lägre inkomster och på landsbygden.

I avseende på tillgången till konton på olika sociala nätverkstjänster visade resultaten att tillgång till eller avsaknad av en digital morgontidningsprenumeration inte spelade någon avgörande roll, även om det fanns små variationer i procentandelar. Faktorer som kön, åldersgrupp, utbildningsnivå, inkomst och boendeort påverkade tillgången till vissa sociala nätverkstjänster, men plattformar som Facebook och Instagram var huvudsakligen populära i alla grupper.

Det är också tydligt att det finns en klyfta i nyhetskonsumtionen mellan de som har tillgång till digitala morgontidningar och de som inte har det. Personer med digitala prenumerationer tenderar att konsumera nyheter också från andra professionella nyhetsmedier som SVT, SR och kvällstidningar i

större utsträckning än andra. De som inte hade tillgång till digitala morgontidningar använde sociala nätverkstjänster i större utsträckning för att ta del av nyheter.

Framför allt äldre använde traditionella medier som SVT, morgontidningar och SR för att ta del av nyheter oavsett om de hade tillgång till en digital morgontidningsprenumeration eller inte. En del av förklaringen till detta kan troligen sökas i den äldre generationens vana att följa traditionella nyhetskällor. Personer utan tillgång till digital morgontidning, särskilt yngre, 25 till 44 år, och de med lägre inkomster, tog i stället del av nyheter via sociala nätverkstjänster som Facebook, Instagram och Youtube mer frekvent. Sannolikt kan en del av förklaringen sökas i de yngres uppväxt med internet och digital teknik.

En viktig slutsats från rapporten är alltså att personer med digitala morgontidningsprenumerationer har större tillgång till olika former av medieteknik och tillgång till strömningstjänster och andra typer av digitala prenumerationer än personer utan tillgång till digitala morgontidningar. Resultatet antyder att digitala morgontidningsprenumerationer fungerar som en indikator på en större benägenhet att betala för digitalt innehåll mer generellt. På samma sätt finns det tydliga, positiva samband mellan att ha en digital tidningsprenumeration och benägenheten att också ta del av nyheter från andra professionella nyhetsmedier, public service inte minst.

Samtidigt pekar rapporten på att höginkomsttagare och personer med högskoleutbildning har större tillgång till digitala prenumerationer och olika former av medieteknik än vad som är fallet med låginkomsttagare och personer utan högskoleutbildning. Detta antyder att ekonomiska resurser och utbildningsnivå spelar roll för möjligheten att ta del av det innehåll som förmedlas i det digitala medielandskapet.

I avseende på ålder återfinns den största andelen prenumeranter på digitala morgontidningar och digitala tidskrifter i den äldsta åldersgruppen. Trots detta visar procentdifferenserna att de äldre har lägre tillgång till andra digitala plattformar som sociala nätverkstjänster och digitala prenumerationstjänster för till exempel poddar och streamingtjänster. Detta tyder på att äldre är mer benägna att hålla sig till digitala versioner av traditionella medier.

Rapporten har visat att ålder, utbildningsnivå och ekonomiska resurser spelar en viktig roll för människors tillgång till medier och för våra nyhetsvanor. Medvetenhet kring dessa skillnader kan ha betydelse för utformningen av mediepolitik och utbildning i mediekunskap. Genom kunskap om dessa socioekonomiska och demografiska skillnader ges förutsättningar för en informerad befolkning rustad att navigera i ett alltmer komplext medielandskap.

6. Summary and conclusions

The purpose of this report has been to study how access to digital morning newspapers co-varies with access to media technology, subscriptions, accounts on social networking services, and news consumption among different socioeconomic and demographic groups in Sweden. The report is based on data from Nordicom's annual survey, the Media Barometer.

The review of findings in this report has shown that socioeconomic and demographic factors play an important role in access to digital morning newspaper subscriptions, media technology, subscriptions to various media, and access to accounts on social networking services. These factors also affect which channels one turns to for news.

In 2023, 43 per cent of the Swedish population between the ages of 25 and 85 had access to a digital morning newspaper subscription. There were no gender differences in access, but the differences between younger and older people were striking. The largest share of people with access was those 65–85 years old. People with university education and higher monthly income also had greater access, and access was slightly greater in towns and cities compared with rural areas.

The report also found that access to various forms of media technology was generally high in the population, but people with a digital morning newspaper subscription had better access to modern media technology overall, especially laptops, tablets, and media players. The differences between those with access to a digital morning newspaper and those without were most prominent among the elderly and those with lower incomes. However, almost the entire population had access to smartphones.

When it came to subscriptions to various digital services, access was greatest among the younger and higher-income earners, as well as among residents of large cities, while print media still held a strong position among the elderly, people with lower incomes, and in rural areas.

Regarding access to accounts on different social networking services, the results showed that access to or lack of a digital morning newspaper subscription did not play a decisive role, although there were small variations in percentages. Factors such as gender, age group, education level, income, and place of residence influenced access to certain social networking services, but platforms such as Facebook and Instagram were generally popular in all groups.

It is also clear that there is a gap in news consumption between those who have access to digital morning newspapers and those who do not. People with digital subscriptions tend to also consume news from other professional news media, such as SVT, SR, and evening newspapers, to a greater extent than others. Those who did not have access to digital morning newspapers

used social networking services to a greater extent to access news.

Above all, older people used traditional media such as SVT, morning newspapers, and SR to get news regardless of whether they had access to a digital morning newspaper subscription or not. Part of the explanation for this can probably be found in the older generation's habit of following traditional news sources. People without access to a digital morning newspaper, especially the younger ones (25–44-year-olds) and those with lower incomes, instead accessed news via social networking services such as Facebook, Instagram, and YouTube more frequently. Part of the explanation can probably be found in the younger generation's upbringing with the Internet and digital technology.

An important conclusion from the report is that people with digital morning newspaper subscriptions have greater access to various forms of media technology, streaming services, and other types of digital subscriptions than people without access to digital morning newspapers. This result suggests that digital morning newspaper subscriptions act as an indicator of a greater willingness to pay for digital content more generally. In the same way, there are clear, positive connections between having a digital newspaper subscription and the tendency to also consume news from other professional news media, public service media not least.

At the same time, the report points out that high-income earners and people with higher education have greater access to digital subscriptions and various forms of media technology than is the case with low-income earners and people without higher education. This suggests that financial resources and level of education play a role in the possibility of consuming the content in the digital media landscape.

In terms of age, the largest share of subscribers to digital morning newspapers and digital magazines was found in the oldest age group. Despite this, the percentage differences show that the elderly have less access to other digital platforms, such as social networking services, and digital subscription services, for example, podcasts and streaming services. This suggests that older people are more likely to stay with digital versions of traditional media.

The report has shown that age, level of education, and financial resources play an important role in people's access to media and their news habits. Awareness of these differences can be important for the design of media policy and education in media literacy. Knowledge of these socioeconomic and demographic differences creates the conditions for an informed population equipped to navigate an increasingly complex media landscape.

Bilaga

TABELL B1 Antal svarspersoner i olika undergrupper, 2023

	Digital morgontidning	Ej tillgång till digital morgontidning
Totalt	2 734	2 057
Kvinna	1 322	1 025
Man	1 412	1 032
25–44 år	1 290	562
45–64 år	910	784
65–85 år	534	711
Ej högskola	1 424	839
Högskola	1 301	1 216
Månadsinkomst		
Mindre än 20 000 kr	572	323
20 000–29 999 kr	558	360
30 000–39 999 kr	773	520
40 000–59 999 kr	659	591
60 000 kr eller mer	163	261
Storstad	951	714
Stad	704	611
Landsbygd	1 079	732

Mediebarometern 2023 (Nordicom, Göteborgs universitet).

TABELL B2 Antal svarspersoner i olika undergrupper, 2023

	25 till 44 år	45 till 64 år	65 till 85 år
Totalt	1 852	1 694	1 245
Kvinna	913	819	615
Man	939	875	630
Ej högskola	676	860	727
Högskola	1172	827	518
Månadsinkomst			
Mindre än 20 000 kr	254	160	475
20 000–29 999 kr	273	274	361
30 000–39 999 kr	631	477	181
40 000–59 999 kr	556	541	149
60 000 kr eller mer	129	230	89
Storstad	710	566	389
Stad	529	439	347
Landsbygd	613	689	509

Mediebarometern 2023 (Nordicom, Göteborgs universitet).

TABELL B3 Tillgång till medieteknik bland dem som saknar digital morgontidningsprenumeration, 25–85 år, 2023 (andelar i procent)

	Traditionell radioapparat	Bilradio	Tv-apparat med internetuppkoppling	Mediaspelare	Bärbar dator	Stationär dator	Smartphone	Surfplatta	Antal svar
Totalt	76	88	82	75	90	40	99	77	2 734
Kvinna	58	74	76	64	82	34	96	63	1 322
Man	59	81	79	63	86	47	98	60	1 412
25–44 år	41	72	78	71	88	42	99	62	1 290
45–64 år	66	83	81	68	86	41	98	65	910
65–85 år	90	81	71	40	70	39	90	54	534
Ej högskola	63	80	77	61	79	40	96	61	1 424
Högskola	54	75	78	67	89	42	98	61	1 301
Månadsinkomst									
Mindre än 20 000 kr	66	66	64	45	72	39	92	52	572
20 000–29 999 kr	65	79	73	56	81	42	96	56	558
30 000–39 999 kr	55	81	81	70	84	40	99	62	773
40 000–59 999 kr	53	81	86	75	94	42	100	70	659
60 000 kr eller mer	50	83	90	78	95	40	99	76	163
Storstad	52	63	78	65	88	39	98	60	951
Stad	57	78	77	64	84	43	97	61	704
Landsbygd	66	91	78	62	81	41	96	62	1 079

Mediebarometern 2023 (Nordicom, Göteborgs universitet). I tabellen redovisas tillgången till olika typer av medieteknik (i procent) bland svarspersoner som angett att de **ej** har tillgång till en digital morgontidningsprenumeration i hushållet. Resultaten redovisas både i befolkningen 25–85 år som helhet och nedbrutet i olika undergrupper.

TABELL B4 Tillgång till prenumerationer och abonnemang bland dem som saknar digital morgontidningsprenumeration, 25–85 år, 2023 (andelar i procent)

	Strömningstjänst för tv, video-on-demand	Strömningstjänst för musik/podcasts	Kanalkpaket för tv	Tryckt magasin/tidskrift	Tryckt morgontidning	Prenumerations-tjänst e-böcker/ljudböcker	Prenumeration digitalt magasin/tidskrift	Prenumeration digital kvällstidning	Prenumerationstjänst poddar	Prenumerations-tjänst digitala magasin/tidskrifter	Antal svar
Totalt	71	64	46	21	13	20	5	4	6	2	2 734
Kvinna	70	64	46	23	14	25	4	4	5	3	1 322
Man	71	65	46	19	11	14	5	5	7	2	1 412
25–44 år	84	82	32	12	2	23	4	3	11	2	1 290
45–64 år	71	64	57	21	11	21	5	6	3	3	910
65–85 år	37	22	61	41	40	10	4	4	1	2	534
Ej högskola	65	57	50	20	16	18	3	5	5	2	1 424
Högskola	77	72	42	21	9	22	6	4	7	3	1 301
Månadsinkomst											
Mindre än 20 000 kr	48	38	43	26	22	14	3	2	4	2	572
20 000–29 999 kr	63	54	46	22	16	15	4	5	4	2	558
30 000–39 999 kr	79	73	46	19	9	22	4	4	8	2	773
40 000–59 999 kr	83	81	47	17	8	26	6	6	7	3	659
60 000 kr eller mer	86	83	58	15	7	25	10	7	7	3	163
Storstad	74	70	45	19	10	21	5	5	7	2	951
Stad	71	65	45	18	13	21	4	4	5	2	704
Landsbygd	67	59	48	23	15	18	5	4	6	2	1 079

Mediebarometern 2023 (Nordicom, Göteborgs universitet). I tabellen redovisas tillgången till olika typer av abonnemang och prenumerationstjänster (i procent) bland svarspersoner som angett att de *ej* har tillgång till en digital morgontidningsprenumeration i hushållet. Resultaten redovisas både i befolkningen 25–85 år som helhet och nedbrutet i olika undergrupper.

TABELL B5 Tillgång till sociala nätverkstjänster bland dem som saknar digital morgontidningsprenumeration, 25–85 år, 2023 (andelar i procent)

	Facebook	Instagram	Linkedin	Snapchat	X	Tiktok	Antal svar
Totalt	80	68	44	37	22	16	2 734
Kvinna	86	78	41	44	14	18	1 322
Man	75	59	47	32	29	13	1 412
25–44 år	89	81	56	55	31	24	1 290
45–64 år	81	67	46	31	18	12	910
65–85 år	59	41	13	6	4	1	534
Ej högskola	76	65	31	35	19	15	1 424
Högskola	85	72	58	40	24	16	1 301
Månadsinkomst							
Mindre än 20 000 kr	72	56	22	27	17	14	572
20 000–29 999 kr	75	62	29	32	17	15	558
30 000–39 999 kr	86	75	42	45	20	17	773
40 000–59 999 kr	85	76	68	43	26	15	659
60 000 kr eller mer	85	70	82	34	40	17	163
Storstad	82	72	58	38	26	18	951
Stad	81	69	41	39	22	14	704
Landsbygd	78	64	33	36	17	15	1 079

Mediebarometern 2023 (Nordicom, Göteborgs universitet). I tabellen redovisas tillgången till sociala nätverkstjänster (i procent) bland svarspersoner som angett att de *ej* har tillgång till en digital morgontidningsprenumeration i hushållet. Resultaten redovisas både i befolkningen 25–85 år som helhet och nedbrutet i olika undergrupper.

TABELL B6 Daglig räckvidd för nyheter från professionella medier respektive via sociala nätverkstjänster **bland dem som saknar digital morgontidningsprenumeration**, 25–85 år, 2023 (procent)

	SVT	TV4	SR	Morgontidning	Kvällstidning	Lokal gratistidning	Facebook	Instagram	Youtube
Totalt	51	38	40	13	28	10	29	17	10
Kvinna	49	40	38	15	26	11	32	21	5
Man	53	35	41	12	30	10	27	12	14
25–44 år	34	21	31	5	28	8	31	22	13
45–64 år	54	46	41	13	31	9	28	13	8
65–85 år	88	65	58	33	23	18	25	11	5
Ej högskola	52	46	41	14	28	10	31	15	10
Högskola	50	29	38	12	28	11	27	18	9
Månadsinkomst									
Mindre än 20 000 kr	62	45	40	19	21	12	27	15	12
20 000–29 999 kr	51	44	42	16	27	12	33	16	12
30 000–39 999 kr	45	36	40	10	31	10	30	18	8
40 000–59 999 kr	50	30	37	10	31	8	28	16	7
Mer än 60 000 kr	44	28	39	11	34	12	23	13	7
Storstad	51	36	37	11	30	12	26	19	11
Stad	51	37	38	14	31	10	30	16	11
Landsbygd	52	40	43	15	25	9	31	15	8
Antal svar	1 399	1 031	1 083	365	765	279	798	453	265

Mediebarometern 2023 (Nordicom, Göteborgs universitet). I tabellen redovisas den dagliga räckvidden (i procent) för nyheter från professionella medier och via sociala nätverkstjänster bland svarspersoner som angett att de *ej* har tillgång till en digital morgontidningsprenumeration i hushållet. Resultaten redovisas både i befolkningen 25–85 år som helhet och nedbrutet i olika undergrupper.

Mediebarometern 2023

Tema digitala morgontidningsprenumeranter

Mediebarometern är en årlig undersökning av den svenska befolkningens tillgång till, och användning av, olika typer av medier. Resultaten i 2023 års undersökning bygger på svar från omkring 6 000 slumpmässigt utvalda personer i åldern 9 till 85 år. *Mediebarometern 2023: Tema digitala morgontidningsprenumeranter* undersöker tillgången till digitala morgontidningsprenumerationer bland olika grupper i det svenska samhället. Genom att analysera socioekonomiska och demografiska faktorer syftar rapporten till att identifiera skillnader mellan dem som har och dem som inte har en digital morgontidningsprenumerations. Rapporten kartlägger vidare sambanden mellan tillgång medieteknik, abonnemang och prenumerationer på olika medietjänster samt med användningen av nyheter mer generellt. Studien fokuserar på befolkningen mellan 25 och 85 år. Rapporten har skrivits av Karin Hellingwerf vid Nordicom.

Rapporten *Mediebarometern 2023: Tema digitala morgontidningsprenumeranter* går att ladda ner gratis från Nordicoms webbplats: www.nordicom.gu.se

NORDICOM



GÖTEBORGS
UNIVERSITET

Nordicom
Göteborgs universitet
Box 713
405 30 Göteborg

ISBN 978-91-89864-10-8



9 789189 864108 >