

Arbetsrapport nr. 23

Mediers räckvidd

En jämförelse av mätmetoder och undersökningar

Åsa Nilsson

Arbetsrapport nr. 23

Mediers räckvidd

En jämförelse av mätmetoder och undersökningar

Åsa Nilsson

ISSN 1101-4679



GÖTEBORGS UNIVERSITET
Institutionen för Journalistik och Masskommunikation
Box 710, 405 30 GÖTEBORG
Telefon: 031-773 49 76 • Fax: 031-773 45 54
E-post: majken.johansson@jmg.gu.se
2004

Inledning	3
Den nationella SOM-undersökningen vs. Mediebarometern: undersökningsdesign och representativitet	4
<i>Postala intervjuer vs. telefonintervjuer</i>	4
<i>Datainsamlingsperiod</i>	4
<i>Räckviddsmätningens "gårdag"</i>	5
<i>Undersökningarnas representativitet</i>	6
<i>Frågeformuleringar</i>	7
Gårdagens medieanvändning	8
<i>Hur förklara olika räckviddsresultat?</i>	11
Vanan och räckvidd den enskilda dagen	14
<i>Vardagar och veckoslut</i>	16
<i>Fyra års mätningar</i>	17
"Oväntad" medieanvändning och betydelsen av individfaktorer	19
Oregelbundna eller felskattade vanor...	29
Appendix	32
Bilagor	43

Inledning

Att undersöka spridningen för medier kan göras på flera sätt. En teknik som ofta används är den att fråga om vilka medier (vilka kanaler, vilket medieinnehåll) människor tagit del av under gårdagen – s. k. *recency*-mätning. Att på detta sätt mäta mediers räckvidd görs framför allt genom personliga intervjuer. I postala enkätintervjuer brukar man i stället fokusera vanan, genom att fråga hur *ofta* man brukar ta del av ett visst medium – s. k. *frequency*-mätning.

SOM-institutet¹ har sedan mitten av 1980-talet medelst postenkäter genomfört mätningar av medievanor genom *frequency*-metoden. I de senaste årens nationella SOM-undersökningar, med start i Riks-SOM 2000, har denna teknik kompletterats med *recency*-metoden. Utöver de mer traditionella batterierna med frågor om hur många gånger per vecka man brukar ta del av ett visst medium – eller hur ofta man gjort det under de senaste tolv månaderna – avrundas enkäten med ett batteri frågor om gårdagsaktiviteter, dvs. vad man gjort dagen innan den man fyller i formuläret. Fokus har varit inställt på dagens medieanvändning, men från och med Riks-SOM 2001 har inkluderats även frågor om andra aktiviteter, i syfte att kunna analysera medieanvändningens vardagliga kontext (se Nilsson 2004a).

Sedan tidigare vet vi att medievanan som den kan mätas genom en direkt fråga till människor inte fullt ut återspeglas i användandet den enskilda dagen. Av självklara skäl gäller det den enskilda individen – som i sin medieanvändning den enskilda dagen kan påverkas av en rad olika faktorer som gör att vanan (eller ”icke-vanan”) inte realiseras. Men inte heller på aggregerad nivå korresponderar medieanvändningen som den framträder genom en vanemätning fullt med den baserad på en räckviddsmätning (Fredriksson 2002; Weibull 2002; beträffande morgontidningsläsning, se Weibull 1983, s. 181ff. och Reimer 1986, s. 31ff.).

Det är vidare ett välkänt faktum att olika typer av räckviddsmätningar inte alltid ger samma resultat (se t. ex. Hellingwerf 2001). En postenkätsundersökning är ett mer ovanligt verktyg i räckviddsmätningssammanhang. Ett naturligt sätt att validera resultaten är att jämföra dem med andra undersökningars. När det gäller användningen av medier en enskild dag står Mediebarometern – en helt och hållet telefonbaserad undersökning – för en av de viktigare regelbundna mätningarna av medievanor i Sverige².

Föreliggande text har två syften:

- Att relatera räckviddsresultaten i den postala SOM-enkäten 2000–2004 till resultaten från Mediebarometerns telefonintervjuer från samma period.
- Att inom ramen för SOM-undersökningen relatera gårdagens medieanvändning till vanan; dvs. att med utgångspunkt i ett och samma befolkningsurval ställa *recency*- och *frequency*-mätningen mot varandra.³

¹ SOM-institutet vid Göteborgs universitet drivs i samarbete mellan tre institutioner: Förvaltningshögskolan, Institutionen för journalistik och masskommunikation samt Statsvetenskapliga institutionen.

² Mediebarometern har genomförts sedan 1979; sedan 1994 vid Nordicom, Göteborgs universitet.

³ Delar av resultaten i föreliggande text har tidigare publicerats i Nilsson 2004a.

Den nationella SOM-undersökningen vs. Mediebarometern: undersökningsdesign och representativitet

För att grundligt kunna jämföra räckviddsresultaten från två studier av olika karaktär – SOM-undersökningen och Mediebarometern – ska undersökningarna först kort beskrivas utifrån ett antal centrala aspekter: undersökningsmetod, datainsamlingsperiod, undersökningarnas representativitet samt frågeteknik (se vidare Nilsson 2004b respektive *Mediebarometer 2003*).

Postala intervjuer vs. telefonintervjuer

Den nationella SOM-undersökningen, Riks-SOM, är en nationell frågeundersökning som brett syftar till att kartlägga den svenska allmänhetens vanor och attityder på temat samhälle, politik och medier; undersökningen har genomförts sedan 1986. Data samlas in via postala enkäter och varje år under så identiska förutsättningar som möjligt för att resultat från de olika åren ska vara jämförbara. Enkäten riktas till ett obundet slumpmässigt urval (OSU) av svenska befolkningen, inklusive utländska medborgare⁴. Sedan 2000 års undersökning omfattas personer i åldrarna 15–85 år⁵. Från och med 1998 utgör undersökningen i praktiken två parallella riksrepresentativa delundersökningar, vilka alltsedan 2000 års undersökning baseras på ett urval om 3 000 personer vardera. Det ena formuläret har en tonvikt på frågor om medier, kultur och livsstil, det andra på politik och samhällsfrågor. Mellan omkring en fjärdedel och en tredjedel av frågorna är gemensamma för bägge formulär.

Mediebarometern är alltsedan starten 1979 inriktad på att undersöka mediernas räckvidd en genomsnittlig dag, men sedan 1990 undersöks även mindre regelbunden användning. Ett obundet slumpmässigt urval (OSU) av svenska befolkningen⁶ intervjuas via telefon; åldersintervallet är 9–79 år⁷; utländska medborgare ingår. Antalet genomförda intervjuer ligger sedan 2002 på cirka 3 500–3 600 per undersökningsår.

Datainsamlingsperiod

Riks-SOM-undersökningens fältarbete är begränsat till en kortare period av året under hösten/vintern. De senaste fyra åren har enkäten nått ut till respondenterna kring månadsskiftet september/oktober. I 2003 års undersökning hade 85 procent av de som slutligen skulle komma att medverka skickat tillbaka sin enkät vid oktober månads utgång, 95 procent vid novembers utgång.

Mediebarometern genomförs via telefonintervjuer spridda under i princip hela året⁸ (med undantag av juli månad och julhelgerna samt vissa år hela/delar av januari, juni, augusti och december⁹). Sedan 2002 års undersökning är antalet intervjudagar 42 till antalet (2000–2001: 28 dagar).

⁴ Sedan 1992.

⁵ Åren 1986–1991 var intervallet 15–75 år; 1992–1997: 15–80 år; 1998: 16–80 år; 1999: 15–80 år.

⁶ Undantaget undersökningen 2002 då andra halvårets intervjuer gjordes med hjälp av ett telefonnummerbaserat urval (*random digit dialing*) riktat till den i hushållet som senast fyllde år.

⁷ Åren 1990–1993 inkluderade undersökningen även mindre barn, i åldrarna 3–8 år; dessa åldersgrupper ingår dock inte i de ordinarie resultatredovisningarna.

⁸ Före 1985 års undersökning var Mediebarometern en höstundersökning.

⁹ Januari månad ingick inte alls 2000 och 2002, och enbart slutet av månaden 2003. Juni ingick inte 2000, delvis 2001 och fullt ut 2002–2003. Augusti ingick delvis 2000–2001 och fullt ut 2002 och 2003. December ingick delvis 2000, 2002–2003, inte alls 2001.

Räckviddsmätningens ”gårdag”

I Mediebarometerns mätning av gårdagens medieanvändning säkerställs en god spridning över veckans dagar genom undersökningsdesignen; andelen genomförda intervjuer respektive veckodag representerar i 2003 års undersökning mellan 12 och 16 procent av det totala antalet intervjudagar (en veckodag motsvarar 14 procent).

En gårdagsmätning via en postal enkät som SOM-undersökningen präglas i stället av vilken dag i veckan enkäten når ut – och naturligtvis vilken dag respondenterna sedan väljer att fylla i enkäten. Frågorna om gårdagens aktiviteter är i enkäten kompletterade med frågan om vilken veckodag det var ”i går”. Resultaten från frågan, dvs. ”gårdagens” spridning över veckan, redovisas i tabell 1.

Tabell 1 ”Gårdagen” i Riks-SOM-undersökningen 2000–2003 (procent)

Veckodag	2000	2001	2002	2003
Måndag	9	10	9	10
Tisdag	7	8	28	8
Onsdag	24	10	17	31
Torsdag	20	28	15	18
Fredag	13	17	12	14
Lördag	16	14	12	11
Söndag	11	13	7	8
Summa procent	100	100	100	100
Vardagar	73	73	81	81
Veckoslut	27	27	19	19
Antal svar	1 766	1 838	1 759	1 805
Enkäten nådde ut	(fre) 6 okt	(fre) 28 sept	(tors) 26 sept ¹	(tors) 25 sept

Kommentar: ¹Enkäten nådde delvis ut redan (onsdagen) den 25 september.

Den stora koncentration av svar på SOM-undersökningen som är en direkt respons på det första enkätutskicket – omkring 40 procent av de slutligen inkomna enkäterna kommer tillbaka ifyllda efter en vecka – gör att varje års undersökning överrepresenterar en enskild vecko(går)dag som konsekvens av vilken dag enkäten nådde ut det aktuella undersökningsåret. Den stora onsdagsövertikten 2003 är exempelvis resultatet av att det första enkätutskicket nådde ut till det stora flertalet respondenter på en torsdag och att många besvarade enkäten samma dag.¹⁰

Mer avgörande för analyser av vardagsbeteende är fördelningen mellan vardagar och veckoslut. I 2000 och 2001 års undersökningar återspeglar fördelningen mellan vardagar och veckoslut ganska väl den faktiska (71 (5/7) respektive 29 (2/7) procent), medan undersökningarna 2002 och 2003 innehåller relativt fler vardagar i svarsunderlaget (81 procent). Analyser på basis av SOM-undersökningens samlade gårdagar riskerar därmed att överskatta vardagsbeteende något.¹¹ Som framgår av tabellen överskattar en genomsnittlig

¹⁰ I 2003 års undersökning angavs onsdagen som gårdag i 45 procent av de enkäter som kom in mellan fredagen i (den första) utskicksveckan och torsdagen i den första egentliga inflödesveckan.

¹¹ De veckor enkäten varit i fält omfattar några helgafnar/-dagar som infallit på en vardag: julafton, juldagen, annandag jul, nyårsafton, nyårsdagen, trettondagsafton respektive trettondagen. Ingen justering av veckodagar har gjorts för dessa dagar då detta handlar om en mycket begränsad del av underlaget. I

vardag i SOM-undersökningen något veckans mittdagar, medan analyser av helgbeteende riskerar att något överskatta lördagsaktiviteter relativt söndagens.

En ”genomsnittlig” dag i SOM-mätningen är alltså i mångt och mycket är en dag sent i september–oktober månad, och, totalt sett, oftare en onsdag eller torsdag jämfört med veckans övriga dagar.

Undersökningarnas representativitet

Svarsfrekvensen i de båda undersökningarna är relativt hög för den här typen av omfattande frågeundersökningar. Nettoresultatet 2000–2003 ligger för SOM-undersökningarna mellan 63 och 67 procent och för Mediebarometern kring 70 procent¹².

Vad gäller svarspersonernas representativitet relativt den svenska befolkningen är fördelningen med avseende på kön, ålder och storstadsregion/övriga Sverige – den mest relevanta geografiska dimensionen vad gäller medieanvändning – i bägge undersökningar mycket lik den svenska befolkningen som helhet – och mycket lik undersökningarna sinsemellan (liksom över tid) (tabell 2).¹³

Jämfört med 2003 års svenska befolkning är kvinnor något överrepresenterade i bägge undersökningar, liksom pensionärer på bekostnad av unga vuxna (20–29 år) (jfr. Nilsson 2004b). En svag överrepresentation gäller även boende utanför storstadsregionerna, på bekostnad av i första hand boende i Stockholmsregionen.

Den största differensen mellan undersökningarna beträffande de redovisade demografiska kategorierna i tabell 2 uppgår till 3 procentenheter och gäller en något större andel pensionärer i Mediebarometern än i Riks-SOM 2002 och tvärtom en något större andel medelålders i Riks-SOM.

Vad gäller fördelningen med avseende på klasstillhörighet, baserat på en subjektiv beskrivning erhållen via enkäten¹⁴, är undersökningarna även här i huvudsak lika. Den generella skillnad som finns är en något större andel arbetare och jordbrukare i SOM-undersökningen på bekostnad av ”lägre” tjänstemän; detta gäller främst 2002 då andelen tjänstemän är 6 procentenheter mindre i SOM än i Mediebarometern. Men om arbetarna är fler i SOM så gäller det 2002 och 2003 även kategorin högre tjänstemän/akademiker, så det handlar inte om något entydigt klassmönster.

2003 års undersökning kom det in 26 enkäter (av de totalt 1 859 ifyllda enkäterna för den delundersökning gårdagsfrågorna ingick i) i dagarna efter jul till och med den 14 januari, vilket motsvarar 1,4 procent av inflödet. I totalt 8 av dessa 26 enkäter syftar en vardag sannolikt på en helgdag (i tre fall på trettondedagsafton, en dag som vare sig är en typisk vardag eller typisk helgdag).

¹² Se respektive års resultatpublikation av *Mediebarometern*; undersökningsteknik (och undersökningsföretag) har varierat något mellan 2000 och 2004 varmed uppgifterna redovisats på något olika sätt och därmed är svåra att exakt summera i ett intervall för de fyra åren.

¹³ Redovisade data avser det mellan undersökningarna jämförbara åldersintervallet 15–79 år.

¹⁴ I Mediebarometern och Riks-SOM 2000–2001: ”Om du skulle beskriva din nuvarande familj, vilken av följande kategorier stämmer då bäst?” (ungefär samma formulering i bägge undersökningar), i Riks-SOM 2002–2003 gäller frågan i stället ”nuvarande hem”.

Tabell 2 Fördelningen över kön, ålder och A-region i Riks-SOM respektive Mediebarometern 2000–2003, inkl. jämförelse med befolkningen 2003 (procent)

		Riks-SOM				Mediebarometern				Befolkningen
		2000	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003	2003
<i>Kön</i>	Kvinna	51	50	53	52	51	51	54	52	50
	Man	49	50	47	48	49	49	46	48	50
<i>Ålder</i>	15–19 år	7	7	7	8	7	9	7	7	8
	20–29 år	15	13	14	13	13	15	14	13	16
	30–39 år	17	17	16	17	15	17	18	18	18
	40–49 år	16	17	18	16	18	15	15	16	17
	50–59 år	20	21	20	20	20	19	19	19	18
	60–65 år	9	9	10	10	10	9	9	10	9
	66–79 år	16	16	15	16	17	16	18	16	14
<i>A-region</i>	Sthlm/Södertälje	18	18	18	18	18	17	19	17	20
	Göteborg	9	9	8	10	10	9	9	10	10
	Malmö/Lund/Tbg	6	5	6	6	5	5	5	6	6
	Övrig region	67	68	68	66	67	69	67	67	64
<i>Sub- jektiv klass¹</i>	Arbetare	45	47	46	45	43	44	43	45	
	Jordbrukare	3	3	3	4	2	2	3	2	
	Tjänsteman	28	27	27	28	30	30	33	31	
	Hö. tjänsteman/ akademiker	14	15	15	15	17	15	12	12	
	Egenföretagare	10	9	8	9	9	9	9	10	
	Antal personer	3 426	3 511	3 490	3 556	2 451	2 194	3 136	3 193	6 900 742

Kommentar: Data avser undersökningarnas underlag av personer inom åldersintervallet 15–79 år. ¹Frågan gäller i Mediebarometern och Riks-SOM 2000–2001 "nuvarande familj", i Riks-SOM 2002–2003 "nuvarande hem".

Frågeformuleringar

Riks-SOM-undersökningens frågor om gårdagsräckvidd (2000–2003) är samlade i ett batteri i slutet av enkäten som, sedan 2001 års undersökning, förutom frågor om medieanvändning innehåller ett antal frågor om hur gårdagen såg ut i övrigt (frukosttid; arbets-/studiesituation etc.). Men batteriet har samtliga år haft ett tydligt mediefokus. De medier som ingått i mätningen är morgontidning, kvällstidning, vecko-/månadstidning, TV, radio, internet samt, 2002–2003, bok. Däremot har frågeformuleringarna varierat (se bilaga). I 2002 och 2003 års undersökningar har frågorna inledningsvis utgått från själva kontexten för medieanvändningen: platsen, tiden på dygnet; och 2002 frågades även om den sociala och mer situationsbundna kontexten. År 2000 och 2001 undersöktes medieanvändningen via direkta ja/nej-frågor – dvs. om man tagit del av de enskilda medierna eller inte (bägge år med ett vet ej/minns inte-alternativ). I 2000 års undersökning frågades inte om TV- och radiomediet i allmänhet utan om man tagit del av kanalerna med störst räckvidd (SVT1/SVT2, TV3, TV4 och/eller Kanal 5 respektive P1, P3, P4/Lokalradion och "någon privat radiostation (City, NRJ, Megapol etc.)".¹⁵

¹⁵ Dessa kanaler är inte heltäckande för TV- respektive radioutbudet, men andelen lyssnande/tittande på kanalerna sammantagna svarar, enligt Mediebarometern 2003, för cirka 97 och 95 procent av det totala radiolyssnandet respektive TV-tittandet (jfr. *Mediebarometern 2003*, s. 32, 36 resp. s. 46,50). Den lilla underskattning som denna begränsning i frågan betyder för det totala räckviddsresultatet kan samtidigt sägas "balanseras" av det faktum att räckviddsmätningar där man i frågan listar konkreta kanaler, dvs. använder sig av en teknik av "hjälp Erinran", normalt brukar resultera i högre räckviddsresultat (jfr. t. ex. Wadbring (2003, s. 166) ang. mätningar av tidningen *Metros* räckvidd).

Mediebarometern inkluderar ett större antal medier i sin långt mer omfattande och detaljerade räckviddsmätning; utöver de medier som ingår i SOM-undersökningens mätning ingår t. ex. cd-/grammofonskiva, video och bio. Frågan om morgontidning och kvällstidning lyder kort och gott 'Läste eller tittade du i någon morgontidning/kvällstidning i går?'. Frågorna om radiolyssnandet lyder lika kort 'Lyssnade du på radio någon gång i går?'. Beträffande TV förtydligas frågan 'Tittade du på TV någon gång i går?' av intervjuaren genom preciseringen 'Jag tänker då inte på video eller text-TV utan enbart TV.' Både radio- och TV-frågan följs därpå upp med frågan om tiden för lyssnandet/tittandet (se Appendix). När det gäller internet så skiljer mätningen på användningen i hemmet och användning på annan plats. Ifråga om hemanvändningen utgår mätningen från användning av persondator – 'När använde du senast persondator i din bostad?' – i kombination med det angivna syftet med användningen, där det fjärde alternativet som läses upp i frågan lyder 'internetanvändning' (t. ex. e-mail, sökt information, läst en tidning, utträttat ärenden, deltagit aktivt i en diskussionsgrupp eller chat-grupp). Längre fram i intervjun frågas om användning på annan plats: 'Använde du internet på någon annan plats (än i bostaden) i går?' (öppen fråga). I 2000 års formulär är mätningen av användningen utanför hemmet begränsad till den på arbete/skola och avser *senaste arbets-/skoldagen*, varmed det årets data inte är direkt jämförbara med 2001–2003 års. (Se bilaga.)

De medier som ska fokuseras i det följande gäller våra mest spridda och vardagliga massmedier: morgontidning, kvällstidning, internet, radio och TV.

Gårdagens medieanvändning

Såväl Riks-SOM-undersökningens som Mediebarometerens gårdagsmätningar visar liksom andra undersökningar på televisionens, radions och morgonpressens i särklass goda förankring i vardagen (tabell 3¹⁶; jfr. t. ex. RUAB:s mätningar (www.ruab.se/mediepubliken/medieutv.htm)). En genomsnittlig dag tittar omkring nittio procent av den svenska vuxna befolkningen (15–79 år) på TV; runt 80 procent lyssnar på radio och cirka tre fjärdedelar tar del av en morgontidning. Detta gäller oavsett om vi lutar till SOM- eller Mediebarometerdata; skillnaderna mellan undersökningarna uppgår som mest till sju procentandelar de fyra åren (TV, 2001).¹⁷ Också vad gäller den mindre omfattande kvällstidningsläsningen är undersökningarna påtagligt överens: andelen dagliga läsare omfattar en knapp tredjedel av befolkningen.

Men även om det generella mönstret är mycket likt mellan SOM-undersökningen och Mediebarometern så skiljer sig i flera fall nivåskattningen av den dagliga räckviddens (jfr. Hellingwerf 2001); 2002 och 2003 gäller det särskilt internet.

I SOM-undersökningen 2003 uppmättes andelen som tog del av internet en genomsnittlig vardag till nära hälften av den vuxna befolkningen, 49 procent.; i Mediebarometerens mätning är motsvarande andel en dryg tredjedel, 34 procent.¹⁸ Den högre skattningen i SOM relativt Mediebarometern återfinns samtliga mätår, men skillnaden är särskilt markant 2002 (11

¹⁶ Tabellen redovisar utfallet för gruppen 15–79-åringar, dvs. det åldersintervall som tillåter direkt jämförelse undersökningarna emellan.

¹⁷ Felmarginalen uppgår för underlaget som helhet till som mest 2,4 procentenheter för SOM-undersökningen och 2,0 procentenheter för Mediebarometern. För vardagsunderlaget är motsvarande tal 2,7 och 2,5 procentenheter; för det mindre helgunderlaget 5,5 respektive 3,8 procentenheter.

¹⁸ Felmarginalen är här för respektive undersökningar 2,6 och 2,0 procent.

procent) och 2003. I SOM-undersökningen är mönstret en väsentligt ökad användning mellan 2000 och 2003 – från 39 till 49 procent – som helt saknar motsvarighet i Mediebarometern. Den ökade användningen i SOM avser i första hand användningen under veckans vardagar (42 till 52 procent), vilka totalt sett är något överrepresenterade i SOM-undersökningen. Sett till enbart vardagsmätningarna finner vi något av en ökande internetanvändning även hos Mediebarometern, även om 2001 års andel sticker ut som högre än såväl 2002 och 2003 års resultat. Men skillnaden i nivåskattning mellan undersökningarna kvarstår generellt både vardagar och veckoslut.¹⁹

Under den analyserade fyraårsperioden visar SOM-undersökningen samtidigt på en minskad morgontidningsläsning: andelen dagliga läsare sjunker här från 83 till 73 procent (och än större är minskningen under veckoslutet då andelen minskat från 77 till 62 procent). Inte heller denna förändring har någon motsvarighet i Mediebarometerns data; här varierar andelen läsare en genomsnittlig dag mellan 74 och 77 procent under mätåren. Detta innebär att räckvidden skattas högst i SOM 2000 och 2001, medan mätningarna 2002 ligger på samma nivå och att Mediebarometern står för den högsta skattningen av räckvidden 2003. Ett genomgående mönster är dock att Mediebarometern uppvisar en betydligt större skillnad mellan vardags- och helgläsning än SOM-undersökningen.

Förutom dessa större skillnader mellan undersökningarna erhåller SOM-undersökningen en något större daglig räckvidd för TV (2003: 3 procentenheter), medan Mediebarometern å sin sida tvärtom bjuder på en större räckvidd för radion (2003: 6 procentenheters differens; 8 enheter en genomsnittlig dag i veckoslutet).

¹⁹ Den lika nivån för användning på vardagar och veckoslut år 2000 är resultatet av mättekniken det året; användningen på arbete/skola som vägs in i den totala användningen avser detta år *senaste arbets-/skoldag* – varmed resultaten redovisade för veckoslutet överskattas av det faktum att arbets-/skolrelaterad vardagsanvändning är inkluderad (jfr. tabellkommentar).

Tabell 3 Användning av olika typer av medier en genomsnittlig veckodag, vardag respektive helgdag i SOM-undersökningen respektive Mediebarometern (skuggade fält), 2000–2003 (procent)

		Räckvidd SOM respektive Mbar				Differens. SOM-Mbar			
		2000	2001	2002	2003	2001	2002	2002	2003
Totalt	Morgontidning	83	80	75	73				
		78	74	75	77	5	6	0	-4
	Kvällstidning	34	30	31	31				
		29	30	29	31	5	0	2	0
	Internet	39	40	43	49				
		32 ¹	36	32	34	7	4	11	15
	Radio	79 ²	77	75	75				
	82	81	81	81	-3	-4	-6	-6	
TV	94 ³	93	89	90					
	88	86	85	87	6	7	4	3	
	<i>Minsta antal personer</i>	1 676	1 754	1 703	1 783				
		2 429	2 183	3 112	3 177				
Måndag– fredag	Morgontidning	85	82	77	75				
		82	81	80	82	3	1	-3	-7
	Kvällstidning	33	29	31	30				
		27	29	29	31	6	0	2	-1
	Internet	42	43	46	52				
		32 ¹	40	36	38	10	3	10	14
	Radio	80 ²	78	76	77				
	83	81	82	83	-3	-3	-6	-6	
TV	95 ³	93	89	90					
	87	87	84	87	8	6	5	3	
	<i>Minsta antal personer</i>	1 205	1 270	1 364	1 419				
		1 741	1 535	2 206	2 248				
Lördag– söndag	Morgontidning	77	73	67	62				
		67	58	63	64	10	15	4	-2
	Kvällstidning	35	32	30	34				
		32	33	28	32	3	-1	2	2
	Internet	32	33	32	38				
		32 ¹	25	22	23	0	8	10	15
	Radio	75 ²	75	73	69				
	79	81	78	77	-4	-6	-5	-8	
TV	94 ³	94	89	90					
	90	86	86	85	4	8	3	5	
	<i>Minsta antal personer</i>	452	474	329	322				
		689	648	906	929				

Kommentar: Resultaten avser åldersintervallet 15–79 år. ¹År 2000 bygger andelen på en sammanvägning av användare i hemmet en genomsnittlig dag och andelen användare på arbete/skola senaste arbets-/skoldagen (jfr. Nordicom-Sveriges Internetbarometer 2003, s. 14). Övriga år avses både hem- och arbetsplats-/skolanvändning. Resultatet 2000 innebär rimligen en överskattning av internetanvändningen totalt åtminstone vad gäller veckoslutmätningen. ²Avser lyssnande på någon av kanalerna P1, P3, P4/Lokalradion och "någon annan privat radiostation (City, NRJ, Megapol etc.)". ³Avser tittande på någon av kanalerna SVT1/SVT2, TV3, TV4 och/eller Kanal 5.

Hur förklara olika räckviddsresultat?

Hur kan det då komma sig att mätningarna ger såpass olika resultat? Det faller sig naturligt att fokusera på SOM-undersökningens jämfört med Mediebarometerens väsentligt större räckvidd för internet.

I och med att skillnaden i internets räckvidd återfinns en genomsnittlig vardag såväl som helgdag står förklaringen knappast att finna i det faktum att SOM-undersökningen totalt sett något överskattar vardagsbeteende. Men relaterat till undersökningarnas design finns skäl att också fundera över i vilken mån den skillnad vi ser mellan resultaten påverkas av det faktum att SOM-undersökningen är en höstmätning medan Mediebarometerens intervjuer är spridda över i princip hela året. Med fokus begränsat till enbart oktoberintervjuerna i Mediebarometeren kvarstår räckviddsdifferenserna mellan undersökningarna för dagspress, radio och TV. Men vad gäller internet är räckvidden i Mediebarometerens oktobermätning (liksom i januari månad)²⁰ väsentligt högre än för året som helhet: 41 procent. Oktobers räckvidd ligger högre än årssnittet även i de övriga årens mätningar; anmärkningsvärt hög är räckvidden 2001: 42 procent.

En rimlig förklaring till den jämförelsevis stora räckvidden för internet i oktober 2003 är intresset för nyhetsuppdateringar i samband med mordet på utrikesminister Anna Lindh (jfr. Bergström 2004a). Även hösten 2001 var en nyhetsrik tid med attacken den 11 september 2001 mot World Trade Center i USA och dess efterspel. Dessa exempel visar tydligt på risken med att utifrån enkätundersökningar som ligger i fält under en förhållandevis kort fältperiod söka beskriva nivåer och förändringar i mediernas räckvidd på mer generell basis. Detta är en rimlig delförklaring till den stora skillnaden vi ser mellan SOM-undersökningens och Mediebarometerens räckviddsresultat för internet.

Ytterligare en designskillnad mellan undersökningarna är frågetekniken: den postala SOM-enkäten vs. Mediebarometerens telefonintervjuer, med olika intervjusituationer som följd. Mediebarometerens kontakt med respondenten i hemmet innebär potentiellt ett förstärkt fokus på hemmets medieanvändning på bekostnad av den som äger rum på annat håll. SOM-undersökningens enkät kan fyllas i mer obundet av plats, exempelvis på vägen till eller från arbetet, och bidrar därmed inte automatiskt till samma fokus på hemmiljön. Därtill utgår SOM-undersökningens räckviddsfrågor 2002 och 2003 – då skillnaderna i räckviddsresultat totalt sett är som störst – från hur medierna används i tid och rum, varmed respondenten automatiskt påminns om sin eventuella medieanvändning utanför hemmet. En hypotes skulle därmed kunna vara den att denna typ av kontextförankrade frågor (som därtill i potentiellt större utsträckning besvarats utanför hemmets ramar) bättre erinrar respondenten om medieanvändningen utanför hemmet. Men vid en närmare analys av internetanvändningens fysiska rum visar det sig att den stora skillnaden mellan undersökningarna handlar om hemanvändningen: 2003 uppmäter SOM-undersökningen räckvidden i hemmet till 37 procent, Mediebarometeren 21 procent (Nordicom-Sveriges Internetbarometer 2003, s. 13).²¹ Den stora ökningen i SOM-undersökningens räckvidd mellan 2002 och 2003 – då möjlighet också finns att studera platsen för användningen – visar sig också först och främst gälla användning i hemmet, vilken ökat från 32 till 37 procent. Arbetsplats-/skolanvändningen ligger mer stabilt på 22 respektive 23 procent (bland undersökningens 15–65-åringar). I Mediebarometerens mätning framkommer mellan 2002 och 2003 tvärtom en svag ökning vad gäller användning på arbete/skola – från 18 till 21 procent för motsvarande åldersintervall (2001: 19 procent) – medan räckvidden i hemmet

²⁰ 377 respektive 74 intervjuer.

²¹ Detta trots att andelen helgdagar, då hemanvändningen är som vanligast, i SOM-undersökningen är oproportionerligt låg.

ligger mer stabilt på 20 respektive 21 procent. Så i den mån SOM-undersökningen potentiellt något bättre fångar upp en faktisk användning på arbetet/skolan, så är det av underordnad betydelse med tanke på att den stora skillnaden relativt Mediebarometern gäller användningen i hemmet.

Sett till urvalens fördelning över kön, ålder och geografisk hemvist är skillnaderna mellan undersökningarna 2003, då räckviddsmätningen för internet är som störst, i princip obefintliga eller annars mycket små (tabell 2 ovan). Men mot bakgrund av internetanvändningens samband med särskilt ålder är det relevant att gå vidare och se hur undersökningarna skattar användningen i olika åldersgrupper (tabell A1c i Appendix). Det visar sig vara särskilt hos gruppen 20–29-åringar som SOM-undersökningen 2003 skattar användningen betydligt högre än Mediebarometern – 70 mot 39 procent en genomsnittlig dag. Men i samtliga redovisade åldersgrupper i intervallet 15–49 år uppgår skillnaden till nära 20 procentenheter (17 som minst), och även bland de äldsta kvarstår skillnadens riktning. Skillnaderna återfinns också övriga år om än i mindre omfattning; Mediebarometerns andel är aldrig större än SOM-undersökningens i någon av de redovisade grupperna, däremot försvinner skillnaden helt i några fall (0 procentenheter). Skillnadens storlek har heller ingen helt entydig koppling till ålder även om den samtliga år 2001–2003 är störst hos gruppen 20–29-åringar. 2003 är skillnaden för övrigt särskilt markant bland gruppen boende i Stockholmsregionen; vad gäller kvinnor och män är skillnaden generellt under åren något större hos män, men inte 2003 (tabell A1c).

Vad gäller övriga medier är bilden något blandad vad gäller hur de olika undersökningarna fångar upp yngres användning. SOM tenderar genomgående att ge större räckvidd för TV (dock inte så tydligt beträffande de allra de yngsta); Mediebarometern för radio (särskilt 2002 och 2003). Det finns däremot inget entydigt mönster att SOM-undersökningen ”bättre” än Mediebarometern fångar upp vare sig ungas eller äldres medieanvändning mer generellt (tabell A1a–e i Appendix).²² Däremot så finns det allmänt anledning att metodkritiskt fundera över i vilken mån inte minst SOM-undersökningens postala insamlingsmetod tenderar att få en överrepresentation av unga (och andra) människor med en bakgrund och livsstil som inte helt motsvarar den genomsnittliga ungdomens och hur dessa egenskaper tenderar att sammanfalla med medieanvändning. Vad gäller just undersökningarnas stora skillnad i räckvidden för internet 2002 och 2003 kan till exempel konstateras att SOM-undersökningens större andel högre tjänstemän/akademiker samma år (tabell 2 ovan) i första hand handlar om yngre; bland gruppen 20–29-åringar är kategorin högre tjänstemän/akademiker 6–7 procentenheter större i SOM-undersökningen än i Mediebarometern. Sett till undersökningarnas olika räckviddsresultat totalt sett är detta dock ändå av ringa betydelse.

Summerar vi betydelsen av dessa olika potentiella felkällor i undersökningarna gäller skillnaden vi ser mellan SOM-undersökningens och Mediebarometerns respektive räckviddsmätning för internet således särskilt användning i bostaden och särskilt gruppen unga vuxna (20–29 år). Mer generellt ser vi betydelsen av skillnader i fältperiod – där SOM-undersökningens resultat löper större risk att påverkas av omständigheter i omvärlden.²³

²² Det har för övrigt visat sig att räckviddsfrågorna i SOM-undersökningen (sist i enkäten) generellt har störst bortfall bland de över 60 år samt för två av åren även hos den allra yngsta gruppen (15–19-år).

²³ En rimlig hypotes beträffande räckvidden för internet är att dessa faktorer hänger samman: i en period när nyhetsintresset stiger kraftigt får det genomslag i den dagliga internetanvändningen särskilt hos yngre grupper som redan är regelbundna nätanvändare (jfr. Bergström 2004b). Vad gäller just nyhetskonsumtionen via internet är andelen som anger nyheter och nyhetstjänster som viktigt mål med användningen betydligt högre 2001 och 2003 relativt de två andra mätåren (ibid.). Ökningen är dock relativt sett större bland gamla än unga, något som inte stöder hypotesen.

Men vilken av undersökningarnas resultat ligger då närmast sanningen; hur utbredd är egentligen internetanvändningen i den svenska befolkningen? Det är svårt att direkt jämföra den dagliga räckvidden för internet i SOM-undersökningen och Mediebarometern med andra mätningar. Men World Internet Institute redovisar i sina rapporter (*Svenskarna och Internet 2002*, s. 10 samt Findahl 2003, s. 26) hur den dagliga användningen mellan 2000 och 2003 varierar mellan 20 och 26 procent²⁴ för befolkningen 18 år och uppåt, dvs. visar på en betydligt mindre räckvidd än såväl Mediebarometern som SOM-undersökningen.

När det gäller användning minst varje vecka visar SOM-undersökningens vanemätning hur användningen (oavsett plats) ökat från 51 (via 57–59) till 64 procent mellan 2000 och 2003 (bland befolkningens 15–79-åringar).²⁵ FSI²⁶ redovisar i resultaten från sin studie av den veckoregelbundna användningen en ökning av motsvarande storlek men på en genomgående lägre nivå: från 46 (via 51–56) till 58 procent under samma period (avser åldersintervallet 16–79 år). Också i Mediebarometern mäts sedan 2001 veckoräckvidden för internet oavsett plats; andelen användare senaste veckan har ökat även här, från en från nivå jämförbar med SOM-undersökningens vanemätning men med en något lägre ökningstakt: 56–58–61 procent.²⁷

Dessa data pekar samstämmigt på att i alla fall den något mindre regelbundna internetanvändningen har ökat under perioden 2000 och 2003; vad gäller den mer frekventa användningen ger de olika mätningarna en betydligt mer tvetydig bild, både vad gäller eventuella förändringar och användningens utbredning.

²⁴ 2000: 20 procent; 2002: 26 procent; 2003: 24 procent.

²⁵ Även resultaten från den västsvenska SOM-undersökningen ("Väst-SOM") visar på en väsentlig ökning i internetanvändning, från 49 procent som använt internet varje vecka under år 2000 till 61 procent 2003. Ser vi till motsvarande population i Riks-SOM-undersökningen – dvs. boende i Västra Götaland samt Kungsbacka kommun – är ökningen något mindre tydlig: användningen bland västsvensarna (inkl. kungsbackaborna) har i Riks-SOM ökat från 53 till 57 procent.

²⁶ FSI – Forskningsstudier för Samhälls- och Informationsstudier – är en från myndigheter, företag och organisationer fristående forskningsinstitution som genomför surveystudier rörande svenska befolkningens attityder, värderingar, kunskaper, vanor och bakgrundsförhållanden (se www.forskningsgruppen.com).

²⁷ Enligt World Internet Institutes rapport *Svenskarna och Internet 2002* har andelen som "använt Internet" (osäkert vilken frekvens som avses, se s. 10, s. 28) ökat från 46 till 55 procent mellan 2000 och 2002. I deras rapport *Svenskarna och Internet 2003* anges att "56% av befolkningen [är] Internetanvändare även om en hel del av dessa använder Internet mycket sparsamt" och att sammanlagt 46 procent använder Internet minst någon gång per vecka (Findahl 2004, s. 22, 26). För övrigt kan nämnas att Orvesto, den stora och reguljära räckviddsmätning som tidningsbranschen använder sig av, undersöker räckvidden för specifika medier (tidningstitlar, internetsajter, tv- och radiokanaler) men inte användningen av medier mer generellt.

Vanan och räckvidd den enskilda dagen

Ett sätt att värdera giltigheten av SOM-undersökningens räckviddsmätning annat än genom att jämföra med andra räckviddsmätningar är att på individnivå relatera till den vana som respondenten anger i enkätens tidigare delar – vilket är möjligt att göra i de senaste årens SOM-undersökningar, 2000–2003. Även om vanan för den enskilde individen av självklara skäl aldrig fullt ut återspeglas i användandet varje enskild dag – till följd av mer eller mindre nyckfulla händelser i vardagslivet, i omvärlden eller som en konsekvens av förändringar i själva medieutbudet (jfr. Nilsson 2004a; Fredrikson 2002; Weibull 2002) – bör ändå generellt en högfrekvent vana i högre grad än en lågfrekvent sammanfalla med användningen en enskild dag. Vad som i vardagen kan ”hindra” en regelbunden medieanvändare den enskilda dagen torde på aggregerad nivå balanseras av att personer som vanligen är icke-användare ändå tar del av mediet till följd av tillfälliga omständigheter.

Undersökningens vaneskalor – ungefär hur ofta man brukar göra något respektive hur ofta man gjort något under de senaste 12 månaderna – kan omvandlas till mått för *förväntad* räckvidd (jfr. Fredrikson 2002; Weibull 2002). Skalorna som används i SOM-undersökningens mätningar skiljer sig åt för olika medier, och endast för morgon- och kvällstidningsläsning – där svarsalternativen inkluderar frekvensen om 7 dagar i veckan – går det att direkt relatera svaret till gårdagsanvändningen. Om en person uppger sig ta del av en morgontidning sju dagar i veckan kan sannolikheten att samma person gjort det en enskild dag skattas till i princip 100 procent. På motsvarande sätt kan sannolikheten för att en person som säger sig aldrig ta del av morgontidningar ändå ska ha gjort det en enskild dag skattas till 0 procent. En användningsvana på 3 dagar i veckan ger $3/7 \cdot 100$ procent sannolikhet etc. De andra mer ungefärliga frekvensalternativen har, på friare grund, omvandlas i termer av förväntad räckvidd enligt det procenttal som anges i tabell 5. För att få ett större underlag är samtliga fyra års Riks-SOM-undersökningar med både vane- och räckviddsmätning sammanslagna, dvs. data från 2000–2003.

Vad gäller vanefrågorna om TV-tittande respektive radiolyssnande är dessa ställda på kanalnivå, dvs. hur ofta respondenten tittar på var och en av ett antal listade kanaler. Antalet inkluderade TV-kanaler har mellan undersökningarna 2000 och 2003 varierat mellan 12 och 14 stycken²⁸, och vad gäller radiokanaler var dessa 10 till antalet 2000–2001 och från och med 2003 11 stycken^{29, 30}. Frågans uppdelning på kanalnivå innebär att redovisningar av tittarfrekvensen *totalt sett* brukar baseras på den kanal respondenten tittar oftast på. Tittar man som oftast på kanalen TV4 och gör detta 5–6 dagar i veckan används denna frekvens som ett minimimått för individens totala TV-tittande. Detta tillvägagångssätt innebär samtidigt att såväl TV- som radiotittandet totalt sett rimligen underskattas något – vilket bör beaktas vid jämförelser av förväntad räckvidd (baserad på vaneskanan) och den faktiska räckvidden erhållen via gårdagsfrågan.³¹

²⁸ De nio kanaler som återfinns samtliga år är: SVT1, SVT2, TV3, TV4, Kanal 5, ZTV, MTV, Canal plus samt TV1000. Variationerna gäller TV6 / Viasat Nature/Action (namnbyte), TV8, Eurosport, TV4 plus, Barnkanalen (SVT) och 24 (SVT).

²⁹ P1, P2, P3, P4, Rix FM, Radio City, NRJ (Energy), Mix Megapol, Lugna favoriter (fr. o. m. 2003), Annan privat kanal samt Närradiokanal.

³⁰ Gäller frågorna ställda i formuläret ”Riks-2”, där frågorna om medieanvändningen under gårdagen återfinns. Kanalerna är förvisso inte heltäckande för TV- respektive radioutbudet, men då de svarar för en mycket stor andel av tittandet/lyssnandet kan kanalerna sammantaget sägas fånga upp tittandet/lyssnandet totalt sett mycket väl (jfr. not 15).

³¹ Eftersom man i princip kan titta på samtliga kanaler under enbart en och samma dag är det svårt att konstruera ett additivt index där den totala tittarfrekvensen beräknas genom att slå samman resultaten för olika kanaler.

Tabell 5 Medieanvändning i går efter vanan, medelvärde 2000–2003 (procent)

		Räckvidd: Tog del av i går	Förväntad räckvidd ¹	Differens	Antal personer
Morgontidning	7 dgr/v	94	100	-6	2 434
	6 dgr/v	92	86	6	2 232
	5 dgr/v	80	71	9	701
	4 dgr/v	72	57	15	278
	3 dgr/v	57	43	14	327
	2 dgr/v	41	29	12	151
	1 dag/v	37	14	23	101
	Mer sällan/aldrig	18	0–14	4–18	836
	<i>Totalt</i>	78	74	4	7 207
Kvällstidning	7 dgr/v	90	100	-10	554
	6 dgr/v	83	86	-3	196
	5 dgr/v	76	71	5	343
	4 dgr/v	68	57	11	340
	3 dgr/v	54	43	11	533
	2 dgr/v	38	29	9	759
	1 dag/v	23	14	9	1 062
	Mer sällan	7	0–14	-7–+7	2 296
	Aldrig	4	0	4	884
	<i>Totalt</i>	31	28	3	7 191
Internet	Flera ggr/v	78	28–100	-22–+50	3 120
	Ngn g/v	38	14	24	872
	Ngn g/mån	18	3	15	523
	Ngn g/kvartal	6	1	5	129
	Ngn g/halvår	8	1	7	91
	Ngn g/året	8	0	8	223
	Ingen gång	1	0	1	1 865
		<i>Totalt</i>	42	*	*
Radio	Dagligen	91	100	-9	3 882
	5–6 ggr/v	82	79	3	1 106
	3–4 ggr/v	67	50	17	966
	1–2 ggr/v	41	21	20	506
	Mer sällan	20	0–14	6–20	403
	Aldrig	14	0	14	186
		<i>Totalt</i>	76	77	-1
TV	Dagligen	95	100	-5	5 049
	5–6 ggr/v	90	79	11	1 147
	3–4 ggr/v	84	50	34	594
	1–2 ggr/v	65	21	44	169
	Mer sällan	52	0–14	38–52	50
	Aldrig/ej tillgång	31	0	31	88
		<i>Totalt</i>	92	88	4

Kommentar: Vanan avser användning per vecka utom beträffande internet då den avser användning under de senaste 12 månaderna. Beträffande radio och TV är vanemåttet ett minimimått baserat på den kanal respondenten tittar oftast på. ¹Måttet bör tolkas som bred referenspunkt. För radio och TV har frekvensen '5–6 ggr/v' omvandlats till en sannolik räckvidd på 5,5/7x100 procent etc. Frekvensen 'mer sällan' har omvandlats till 7 procent förväntad räckvidd (motsvarar en gång per fjortonde dag). Frekvensen beträffande 'någon gång i månaden' har omvandlats till 1/30x100 procent etc. *Måtskalan tillåter inte en beräkning av förväntad räckvidd på total nivå.

Källa: Riks-SOM-undersökningen; åldersintervallet 15–85 år.

Resultaten visar genomgående att den dagliga vanan aldrig fullt ut realiseras i ett faktiskt beteende den enskilda dagen (jfr. Fredrikson 2002 och Weibull 2002 för analys av TV och radio på kanalnivå samt Weibull 1983, s. 181ff. och Reimer 1986, s. 31ff. beträffande morgontidningsläsning). Televisionen och morgontidningen är de medier där en daglig vana i högst utsträckning också omsätts i praktiken: 5 respektive 6 procent faller ifrån den genomsnittliga enskilda dagen³².

Vardagar och veckoslut

Andelen som inte omsätter sin dagliga vana i praktiken är något större under veckoslutet än under vardagarna när det gäller morgontidningsläsning och radiolyssnande (tabell 6a). Vad gäller morgontidning är skillnaden i någon mån förväntad med tanke på att många tidningar inte har full eller alls någon helgutgivning vilket inte nödvändigtvis hindrar att regelbundna läsare betraktar sig som dagliga läsare – och i vissa fall därför svarar att de läser 7 dagar i veckan trots att tidningen inte kommer på söndagen. Det kan också handla om att prenumeranter de (helg) dagar då tidningen inte utkommer ersätter läsningen av den dagsfärskas tidningen med att läsa delar av gårdagens/veckans utgåvor – en vana som möjligen lättare överskattas/bryts den enskilda dagen. Men liksom beträffande radiolyssnandet kan veckoslutets större differens mellan förväntad och faktisk räckvidd möjligen också tolkas som utslag av helgens normalt mindre rutinartade dagar; de som ser sig som dagliga användare har rimligen större benägenhet att generalisera utifrån sina vardagsvanorna än sina helgvanor, helt enkelt då de senare tenderar att vara svårare att beskriva just i termer av vanor. För internetanvändningen motsvarar skillnaden hela 20 procentenheter; här är dock det mest högfrekventa alternativet ett användande ”flera gånger i veckan” – vilket man leva upp till genom användning enbart under vardagarna.

Tabell 6a Medieanvändning i går bland dem med högfrekvent vana, vardag respektive veckoslut, medelvärde 2000–2003 (procent)

		Räckvidd:		Differens	Antal personer
		Tog del av i går	Förväntad räckvidd ¹		
Morgontidning:	Må–fr	95	100	-5	1 832
7 dgr/v	Lö–sö	91	100	-9	575
Kvällstidning:	Må–fr	90	100	-10	433
7 dgr/v	Lö–sö	89	100	-11	114
Internet:	Må–fr	82	28–100	-18–+54	2 412
flera ggr/v	Lö–sö	62	28–100	-38–+34	684
Radio:	Må–fr	92	100	-8	2 931
dagligen	Lö–sö	88	100	-12	898
TV:	Må–fr	95	100	-5	3 805
dagligen	Lö–sö	95	100	-5	1 186

Kommentar: Vanan avser användning per vecka utom beträffande internet då den avser användning under de senaste 12 månaderna. ¹Måttet måste för internet tolkas som bred referenspunkt.

Källa: Riks-SOM-undersökningen; åldersintervallet 15–85 år.

³² För internet frågas inte om daglig vana varför de mest högfrekventa användarna inte kan särstuderas och dessa medier därmed inte heller fullt rättvisande kan jämföras med övriga.

Lämnar vi de mest högfrekventa användargrupperna är mönstret generellt det att respondenterna i sin beskrivning av vanan *underskattar* sin faktiska användning – eller med en annan tolkning: att de den enskilda dagen tenderar att ta del av mediet fast de inte skulle förväntas göra det utifrån den beskrivna vanan. Det är inte möjligt att rakt av jämföra de olika mediernas differens mellan förväntad och uppmätt räckvidd då frekvensskalorna skiljer sig åt, men ser vi till den mer lågfrekventa användningen – mer sällan än någon gång i veckan – framkommer hur särskilt konsumtionen av TV väsentligt undervärderas i den beskrivna vanan relativt den dagliga räckvidden – eller annorlunda uttryckt: att man tenderar att ta del av televisionens innehåll den enskilda dagen i högre utsträckning än man ”borde” utifrån hur man beskriver sin vana (tabell 5). Även beträffande radio- och morgontidningsanvändningen är differensen betydande.³³

Det finns en tendens till att det mer oväntade TV-tittandet sker oftare under veckoslutet än under vardagarna (tabell 6b), men underlaget är för litet för något säkert resultat i den riktningen. Mönstret saknas också helt hos övriga medier.

Tabell 6b Medieanvändning i går bland dem med lågfrekvent/ingen vana, vardag respektive veckoslut, medelvärde 2000–2003 (procent)

		Räckvidd: Tog del av i går	Förväntad räckvidd ¹	Differens	Antal personer
Morgontidning:	Må–fr	18	0-14	4–18	637
mer sällan än varje vecka/aldrig	Lö–sö	17	0-14	3–17	189
Kvällstidning:	Må–fr	6	0-14	-8–+6	2 399
mer sällan än varje vecka/aldrig	Lö–sö	7	0-14	-7–+7	743
Internet:	Må–fr	6	0-14	-8–+6	2 095
som oftast ngn gång/mån	Lö–sö	4	0-14	-10–+4	696
Radio:	Må–fr	18	0-14	4–18	444
mer sällan/aldrig	Lö–sö	19	0-14	5–19	138
TV:	Må–fr	36	0-14	22–36	106
mer sällan än varje vecka/aldrig/ej tillgång	Lö–sö	(45)	0-14	(31–45)	29

Kommentar: Vanan avser användning per vecka utom beträffande internet då den avser användning under de senaste 12 månaderna. Observera att resultaten i parentes bygger på ett mycket litet antal personer. ¹Måttet måste för internet tolkas som bred referenspunkt.

Källa: Riks-SOM-undersökningen; åldersintervallet 15–85 år.

Fyra års mätningar

Totalt sett (tabell 5 ovan, kursiva rader) ser vi hur den generella ”underskattningen” av medieanvändningen i någon mån balanseras av ”överskattningen” av den dagliga vanan (internet redovisas inte här då mätskalans utformning inte möjliggör full jämförelse).³⁴ Över

³³ Beträffande ”underskattningen” av TV- och radiovanan ska hållas i minnet att den förväntade räckvidden för TV och radio bygger på ett *minimimått* av TV-tittandet totalt, då frågan ställs på kanalnivå (jfr. ovan och not 30).

³⁴ Beträffande förhållandet beskrivet i not 34: Då skillnaden mellan uppmätt och förväntad räckvidd totalt sett för TV och radio är i nivå med övriga medier (vad gäller radiolyssnandet ger till och med den förväntade räckvidden något lite högre värde än den uppmätta), styrker detta rimligheten i att i mer generella beskrivningar av TV-/radiovanor utgå från den oftast använda kanalen snarare än att söka skapa något slags additivt index.

lag ger 2002 och 2003 års undersökningar en mindre skillnad än de tidigare åren mellan faktisk och förväntad räckvidd; framför allt gäller det beträffande morgontidningsläsning (tabell 7). Här har den ”faktiska” räckvidden minskat från 83 till 73 procent, medan den ”förväntade” räckvidden, dvs. räckvidden beräknad på basis av vanefrågan, visserligen indikerar en minskning under perioden men en mindre tydlig sådan: från 75 till 72 procent.

Tabell 7 Räckvidd för olika medier en genomsnittlig dag respektive förväntad räckvidd i Riks-SOM 2000–2003 (procent)

		2000	2001	2002	2003
Morgontidning	SOM: Räckvidd en genomsnittlig dag	83	80	75	73
	SOM: Förväntad räckvidd	75	74	73	72
	<i>Differens uppmätt-förväntad räckvidd</i>	8	6	2	1
Kvällstidning	SOM: Räckvidd en genomsnittlig dag	34	30	31	31
	SOM: Förväntad räckvidd	27	27	30	28
	<i>Differens uppmätt-förväntad räckvidd</i>	7	3	1	3
Radio	SOM: Räckvidd en genomsnittlig dag	79 ¹	77	75	75
	SOM: Förväntad räckvidd	78	78	77	76
	<i>Differens uppmätt-förväntad räckvidd</i>	1	-1	-2	-1
TV	SOM: Räckvidd en genomsnittlig dag	94 ²	93	89	90
	SOM: Förväntad räckvidd	88	88	87	88
	<i>Differens uppmätt-förväntad räckvidd</i>	6	5	2	2

Kommentar: Resultaten avser åldersintervallet 15–79 år. Ang. beräkningen av förväntad räckvidd; se kommentar till tabell 5. ¹Avser lyssnande på någon av kanalerna P1, P3, P4/Lokalradion och ”någon annan privat radiostation (City, NRJ, Megapol etc.)”. ²Avser tittande på någon av kanalerna SVT1/SVT2, TV3, TV4 och/eller Kanal 5.

Skillnader i utfall mellan vana och faktiskt användning är inget unikt resultat för SOM-undersökningen (jfr. Weibull 1983; Reimer 1986; Ohlsson 1989, s. 166ff.; jfr. Fredrikson 2002 och Weibull 2002) och ska inte tolkas som uteslutande ett reliabilitetsproblem. Snarare visar denna typ av skillnader på nödvändigheten att reflektera över vad de två mätmetoderna egentligen mäter. Wadbring och Weibull (1996) betonar, ifråga om dagspressläsning, vikten av att se på vane- respektive räckviddsmätningen som två olika ansatser att beskriva människors medieanvändning – ansatser vilka tenderar att mäta något olika saker. Det finns en validitetsproblematik i det att vanemättet tenderar att förutom den faktiska vanan spegla sådant som intresse, attityder och prestige. Skillnader i resultat mellan vane- och räckviddsmätning kan därmed delvis tillskrivas identitetsfaktorer (jfr. Fredriksons (2002) analys av *underskattare* respektive *överskattare*). Tillmäter man exempelvis morgontidningen hög prestige – samhällelig, social, intellektuell... – är benägenheten att se sig själv som regelbunden morgontidningsläsare högre än om man är mer likgiltig inför morgontidningens roll som informationskanal och har sin identitet förankrad i en annan syn på samhälle/socialt umgänge/intellekt.

Det är dock svårt att mot denna bakgrund tolka SOM-undersökningens två något skiftande bilder av morgontidningsläsning under 2000–2003. I den mån attityder till morgontidningsläsning – och vad man kanske kan kalla en *morgontidningsläsaridentitet* – avspeglas i vanemätningen tycks attityderna/identiteten förhålla sig tämligen stabil under perioden. Detta alltså samtidigt som andelen läsare en genomsnittlig dag enligt gårdagsmätningen har minskat väsentligt.

Det är rimligt att tänka sig att morgontidningsläsaridentiteten hänger nära samman med benägenheten att hålla sig med en morgontidningsprenumeration – detta gäller i alla fall den beskrivna vana som väl brukar följa andelen människor som bor i prenumererande hushåll (Sternvik 2004). Med denna utgångspunkt kan man förvänta sig att vanemåttet i högre grad än räckviddsmåttet är knutet till prenumerations – vilket också är fallet i SOM-undersökningen 2000–2004. Men ser vi till Mediebarometerens räckviddsmätning under samma period är sambandet mellan räckvidd och prenumerations i princip detsamma som mellan vana och prenumerations i SOM-undersökningen, varför en sådan tolkning av skillnader i mätresultat haltar. Med tanke på att SOM-undersökningens vanemätning och Mediebarometerens räckviddsmätning bägge ger en mer stabil bild under perioden (jfr. tabell 3) är det rimligt att anta att den i metodhänseende begränsade gårdagsmätningen i SOM-undersökningen har överskattat läsningen både 2000 och 2001, till följd av slumpen och/eller av andra orsaker.

”Oväntad” medieanvändning och betydelsen av individfaktorer

Den typ av validitetsproblem som är förknippad med olika mätmetoder diskuterad ovan har hög teoretisk relevans inte minst då de till delar kan relateras till demografiska faktorer. Vi vet exempelvis att unga människor tenderar att ha andra attityder till medier än äldre (Elliot 1997, s. 179f.; Weibull 2003, s. 293f.), ett förhållande som kan tänkas återspeglas i hur den egna vana upplevs och beskrivs. Tidigare analyser av förhållandet mellan medievana och daglig exponering har också kunnat påvisa att unga generellt svarar för större skillnader härvidlag än äldre (Ohlsson 1989; Weibull 1983, s.192f.). Genom SOM-undersökningarna 2000–2003 – som inkluderar både vane- och räckviddsmätningar – kan vi genom att just relatera medievana till användning en enskild dag, på individnivå, undersöka i vilken utsträckning åldersfaktorn är av betydelse i dag samt söka finna andra individfaktorer som tenderar att hänga samman med en svag koppling mellan (självbeskriven) vana och beteende den enskilda dagen (jfr. Fredriksson 2002).

Allt handlar dock inte om attityder. Individfaktorer som vi är vana att se som viktiga i studier av medieanvändning kan samtidigt som de har betydelse för grad av vardaglig användning också hänga samman med att användningen aldrig blir just särskilt vardaglig. En lågfrekvent vana kan vara både högst regelbunden (jag läser tidningen varje måndag) eller resultatet av en mer nyckfull användning (jag läser någon gång då och då när jag får tid). Unga, rörliga människor vet vi exempelvis läser morgontidning mer sällan än andra. Just ungdomens rörlighet tenderar också att innebära att läsningen är mer oregelbunden. Tidigare analyser av dem som läst en morgontidning en enskild dag men uppger att de normalt inte brukar göra det, har visat att det här återfinns en relativt hög andel unga människor. Förutom unga finner vi också en relativt hög andel ensamstående och relativt nyinflyttade i kommunen – faktorer som samvarierar med ålder och som indikerar rörlighet och med mindre stabila vanor över lag (Nilsson 2004a). Förklaringar till avvikelser mellan förväntad och faktisk räckvidd i olika befolkningsgrupper bör alltså sökas inte bara i gruppernas varierande identitet och attityder kopplade till mediet ifråga utan också i gruppernas varierande livsstil.

I studier som genomförs under en mer begränsad tidsram måste man på mer generell grund också ta hänsyn till omvärldsfaktorer med kraft att bryta individers vardagsrutiner (Nilsson 2004a). Den vidare omvärlden kan påverka vanor hos hela befolkningslager en viss dag eller en viss period (jfr. exemplet med mordet på Anna Lindh ovan). Och ibland har omvärldshändelser eller vardagsfaktorer särskild inverkan på vissa grupper i befolkningen. Ju mer integrerad man är i det omgivande samhället och ju fler kontaktytor man har med en

föränderlig omvärld, desto större ”risk” löper man att inte kunna låta dagen gå i planerad takt och riktning. En yrkesarbetande småbarnsförälder i storstan med stort socialt nätverk och brinnande engagemang i samhällsfrågor lever rimligen ett liv i mindre utsträckning uppbyggt på rutiner jämfört med en pensionär bosatt på landet långt från släkt och vänner och utan något större intresse för vad som händer i omvärlden. En person med en mindre rutinartad tillvaro har rimligen större benägenhet att i sin vardag ”reagera på” omvärldshändelser, exempelvis genom att ta del av medier på ett sätt man inte brukar.

Vissa livsstilar och frånvaro från fasta vardagsrutiner kan alltså hänga samman med mindre regelbundna medievanor. Problemet är bara att det ofta är empiriskt svårt att skilja oregelbundna vanor från regelbundet lågfrekventa vanor. Men via SOM-undersökningens undersökningar 2000–2003 kan vi genom att ställa vana och faktiskt beteende en enskild dag mot varandra, på individnivå, urskilja vilka individfaktorer som tenderar att hänga samman med en svag koppling mellan (självbeskriven) vana och beteende den enskilda dagen. Om människor som anger att de aldrig brukar ta del av ett visst medium ändå gör det en enskild dag så handlar det rimligen på generell nivå inte om en i realiteten lågfrekvent vana som omsätts i praktiken just den (undersökta) dagen utan om en tendens hos denna grupp av människor att bete sig på ett sätt som de av en eller annan anledning inte uppger att de brukar. Men varför, hur ska denna avvikelse mellan beskriven vana och faktiskt beteende förklaras? Utifrån diskussionen ovan kan vi urskilja åtminstone tre alternativ: a) man har tillfälligt brutit sin icke-vana till följd av något som inträffat i omvärlden (i den nära vardagen eller långt borta); b) man har på grund av en oregelbunden livsstil svårt att göra en korrekt bedömning av sitt faktiska vardagsbeteende; c) man är på grund av sin identitet/sina attityder i förhållande till mediet obenägen att beskriva sig på ett korrekt sätt. Vilket alternativ som bäst förklarar de avvikelser mellan vana och daglig räckvidd som SOM-undersökningen visar på kan utifrån samma empiriska material blott spekuleras i. Vad studien däremot medger är analyser av vilka grupper av människor som över huvud taget tenderar att ha låg överensstämmelse mellan beskriven vana och faktiskt beteende.

Resultaten redovisade ovan (tabell 7) visar att av de fyra undersökta medierna så är radion det medium där vi finner bäst överensstämmelse mellan förväntad och uppmätt räckvidd totalt sett. Men ett genomsnitt på aggregerad nivå ger en begränsad bild av sanningen. Om vi i stället utgår från de enskilda individerna kan varje individ ges ett värde baserat på differensen mellan sin faktiska medieanvändning – utifrån svaret på frågan om gårdagens medieanvändning – och den förväntade – baserat på svaren på frågan om vanan att ta del av samma medium (se figur 1). Variabeln antar ett värde mellan -1 (inte tagit del av mediet i går, men angett daglig vana (0-1=-1)) och +1 (tagit del av mediet i går, men angett att man aldrig brukar göra det (1-0=1)). Värdet (exakt) 0 anger därmed att man den enskilda dagen antingen betett sig som ”förväntat”, dvs. följt sin dagliga vana genom att ha tagit del av mediet eller följt sin icke-vana genom att *inte* ha tagit del av mediet (1-1=0 respektive 0-0=0).

Figur 1 Modell över förhållandet mellan beskriven vana och medieanvändning en enskild (går)dag hos ”extremgrupperna”

Gårdagens användning	Vana	
	Aldrig	Dagligen
Inte tagit del av i går	0	-1
Tagit del av i går	+1	0

På individnivå kommer de individer som tar del av medierna mindre ofta än varje dag men oftare än ”aldrig” naturligtvis aldrig att kunna uppvisa en total överensstämmelse mellan ”förväntad” och ”faktisk” räckvidd i en mätning av enbart en dags användning. Ifråga om dessa individer kan vi – i denna typ av studie – aldrig veta om vi har att göra med en oregelbunden vana eller en regelbundet lågfrekvent. Det är i så måtto enbart de dagliga användarna och icke-användarna som kan uppträda oväntat. Icke desto mindre är det relevant att undersöka i vilken utsträckning avvikelserna *totalt sett* balanseras av varandra i olika grupper av människor eller annars vilken riktning avvikelserna tenderar att ta.

I den mån det på detta sätt är rimligt att tala om felskattningar innebär ett positivt värde i figur 1 en ”underskattning” av vanan (dvs. man tog del av mediet mer än vad som kunde förväntas utifrån den beskrivna vanan) medan ett negativt värde innebär en ”överskattning” (tog del av mediet mindre än förväntat).

För tydlighets skull begränsar vi oss först till enbart dem som vi i en reell mening kan ha förväntningar på i en mätning av en enskild dags användning – dvs. de som anger att de *aldrig* eller *dagligen* tar del av det enskilda mediet (jfr. figur 1). Det framgår då (figur 2) hur TV är mediet som i störst utsträckning är knutet till ”pålitliga” vanor: sammanlagt 94 procent placerar sig i någon av de förväntade boxarna den enskilda dagen – resten är i huvudsak personer som föll ifrån sin dagliga vana men också en mindre andel (27 personer) kom till trots att de uppger sig aldrig titta. För övriga medier uppträder mellan 90 och 93 procent som förväntat – ifråga om radion representeras avvikarna i första hand av sådana som faller ifrån, för tidningsmedierna är det ungefär lika stor andel som faller ifrån som tillkommer.

Figur 2 Förhållandet mellan beskriven vana och medieanvändning en enskild (går)dag hos ”extremgrupperna” (procent)

	<i>Gårdagens användning</i>	<i>Vana</i>	
		Aldrig	Dagligen
<i>Morgontidning</i>	Inte tagit del av i går	21	5
	Tagit del av i går	4	70
<i>Kvällstidning</i>	Inte tagit del av i går	59	4
	Tagit del av i går	3	34
<i>Radio</i>	Inte tagit del av i går	4	9
	Tagit del av i går	1	86
<i>TV</i>	Inte tagit del av i går	1	5
	Tagit del av i går	1	93

Kommentar: Andelarna summerar till hundra procent per medium. Andelen som representerar icke-förväntat beteende är markerade med fetstil.

Källa: Riks-SOM-undersökningen 2000–2003; åldersintervallet är 15–85 år.

Nästa steg är att enligt beräkningarna av förväntad räckvidd ovan inkludera användargrupperna mellan icke- och dagliga användare. Värdet för varje individ kan då variera på fler sätt inom intervallet -1 – $+1$. Resultaten som på detta sätt erhålls via analyser på individnivå avspeglar i huvudsak de på aggregerad nivå redovisade ovan. Bortsett från radiolyssnandet ser vi en generell tendens till underskattning av medievanan – eller, annorlunda uttryckt, en utifrån den beskrivna vanan oväntat stor räckvidd (tabell 8). Men går

vi vidare och ser på *spridningen* bland individerna, framkommer att även om radiolyssnandet uppvisar bäst balans *totalt sett*, så finner vi här – tillsammans med kvällstidningsläsandet – störst variation vad gäller förhållandet vana/daglig räckvidd (standardavvikelsen i tabell 8). Människors radiolyssnande och kvällstidningsläsande tycks därmed ha ett något mindre entydigt förhållande till (den beskrivna) vana jämfört med vad gäller bruket av morgontidning och TV. En tänkbar förklaring skulle kunna vara den att båda medier för många är komplementmedier – kvällstidningsläsningen i termer av komplement till annan nyhetsanvändning (Bergström 2004b) och radiolyssnandet i termer av sekundärlyssnande i samband med andra vardagssysslor/-vanor (Steeg Larsen 2000; Nilsson 2004a ang. lyssnande på arbetsplats/skola, under resa). Användningen av dessa medier blir rimligen därmed mer kontextberoende och svårskattad. Men skillnaderna i standardavvikelse är inte stora och denna möjliga förklaring ska därför inte övertolkas.

Tabell 8 Individens avvikelse en genomsnittlig dag från vana att ta del av olika medier, medelvärde 2000–2003

	Medelvärde	Standard- avvikelse	Antal personer
Morgontidning	0,04	0,34	7 060
Kvällstidning	0,04	0,37	6 967
Radio	0,00	0,38	7 049
TV	0,03	0,30	7 097

Kommentar: Medelvärdet är ett genomsnitt hos individerna. För varje individ är beräknat differensen mellan den faktiska räckvidden ("i går") och den förväntade (baserat på vana). Variabeln antar ett värde mellan -1 (inte tagit del av i går, men angett daglig vana) och +1 (tagit del av i går, men angett att man aldrig brukar göra det). Värdet (exakt) 0 anger därmed att man den enskilda dagen antingen betett sig som "förväntat", dvs. följt sin dagliga vana genom att ha tagit del av mediet eller följt sin icke-vana genom att *inte* ha tagit del av mediet. Ju större avvikelse från 0, desto större differens mellan "faktisk" och "förväntad" räckvidd; ett positivt värde innebär en "underskattning" av, ett negativt en oväntad icke-användning (jfr. ovan). Ang. beräkningen av förväntad räckvidd; se kommentar till tabell 5.

Källa: Riks-SOM-undersökningen; åldersintervallet 15–85 år.

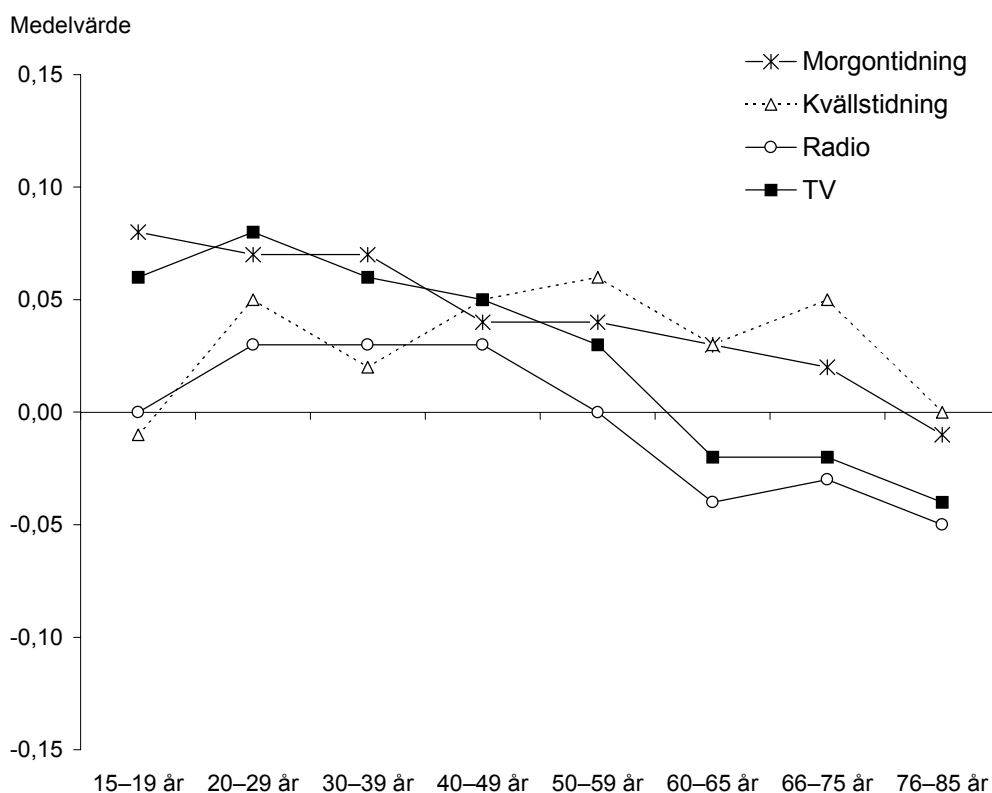
Vilka faktorer kan då bäst förklara den spridning i individers skillnad mellan faktisk och förväntad räckvidd på ett mer övergripande plan? Om vi inte skiljer mellan medierna utan ser till individfaktorerens betydelse mer allmänt visar sig åldersfaktorn vara den sociodemografiska faktor (av de undersökta) som har störst generell förklaringskraft (tabell 9a). Det är bland unga vuxna och unga medelålders (20–49 åringar) som vi finner den tydligaste benägenheten till viss underskattning av medievanorna – eller annorlunda uttryckt: den tydligaste tendensen att man tar del av mediet den enskilda dagen i större utsträckning än vad som vore sannolikt utifrån den beskrivna vana. Detta gäller särskilt för morgontidning och TV (figur 3; jfr. tabell A2a,d i Appendix). Men det ska samtidigt betonas att det inte handlar om någon stor skillnad mellan faktiskt och förväntad räckvidd. Bland de allra äldsta finner vi tvärtom en generellt mer överskattad vana, eller uttryckt utifrån det motsatta perspektivet: den tydligaste tendensen till att man inte tar del av medierna den enskilda dagen trots att den beskrivna vana antyder att man "borde" (tabell 9a). Detta gäller främst radiolyssnandet (vilket däremot gruppen 20–49-åringar "underskattar") och TV-tittandet, där "underskattningen" i övrigt är relativt utbredd (jfr. tabell A2c–d i Appendix).

Tabell 9a Genomsnittlig avvikelse den enskilda dagen från medievanan, efter demografiska faktorer (medelvärde 2000–2003)

		Medelvärde	Antal personer
<i>SAMTLIGA</i>		0,03	6 676
Kön	Kvinna	0,02	3 433
	Man	0,04	3 242
Ålder	15–19 år	0,03	445
	20–29 år	0,05	911
	30–39 år	0,04	1 092
	40–49 år	0,04	1 108
	50–59 år	0,03	1 286
	60–65 år	0,00	644
	66–75 år	0,01	764
	76–85 år	-0,02	425
Utbildningsnivå	Folkskola, grundskola el. motsv. obligatorisk skola	0,01	1 773
	Gymnasium, fackskola, flickskola, realskola, eftergymnasiala studier utanför universitetet	0,04	2 885
	Studier vid högskola/ universitet	0,04	591
	Examen fr. högsk./univ.	0,04	1 324
Stad–land	Ren landsbygd	0,03	1 070
	Mindre tätort	0,03	1 553
	Stad eller större tätort	0,03	3 025
	Sthlm/Gbg/Malmö	0,02	937
Boendelängd i kommunen	Alltid bott i kommunen ¹	0,04	2 501
	Inflyttad, bott > 10 år	0,02	2 653
	Inflyttad, bott 1–10 år	0,03	1 154
	Inflyttad, bott < 1 år	0,05	213
Civilstånd	Ensamstående	0,04	2 024
	Sambo	0,03	1 313
	Gift	0,03	3 234
Barn under 15 år i hushållet	Ej barn under 15 år	0,02	4 717
	Barn under 15 år	0,04	1 959

Kommentar: Medelvärdet är ett genomsnitt för morgontidning, kvällstidning, radio och TV; se vidare kommentar till tabell 8. ¹Bott i kommunen hela livet eller född i kommunen med tillfälligt boende på annan ort.

Figur 3 Genomsnittlig avvikelse den enskilda dagen från medievanan, efter ålder, (medelvärde 2000–2003)



Kommentar: Se kommentar till tabell 8.

Graden av förankrad parrelation – vilket i viss mån hänger samman med ålder – tycks också i någon mån spela in för hur man uppfattar sin morgontidningsläsning och sitt TV-tittande (tabell A2a,d). I bägge dessa fall ”underskattar” ensamstående sin vana mer än samboende som i sin tur ”underskattar” den mer än gifta. Motsvarande förhållande gäller inte kvällstidningsläsning och radiolyssnade – medier som i mindre utsträckning är knutna till hemmet (Nilsson 2004a).

Vad gäller morgonläsning visar data också hur boende i våra tre storstadsregioner – där tidningsläsningen är relativt låg – tenderar att uppvisa den bästa överensstämmelsen mellan faktisk och förväntad läsning jämfört med boende i övriga Sverige (tabell A2a). Utanför storstäderna, där läsvanan generellt är starkare, tenderar man att i högre utsträckning ta del av morgontidningen en enskild dag trots att den beskrivna vanan i mindre grad gör det sannolikt. En trolig förklaring är att människor på landsorten i större utsträckning är hänvisade till lokala morgontidningar med en mer begränsad utgivning per vecka och att de som en konsekvens av detta under veckans övriga dagar oftare läser ”gamla” utgåvor – eller en helt annan tidning. Vidare ser vi här hur de som bott mindre än ett år på bostadsorten uppvisar jämförelsevis stor räckvidd relativt den beskrivna vanan; här handlar det rimligen om just en underskattning av vanan, till följd av en relativt svag *identitet* som läsare av den lokala tidningen (angående den lokala integrationens betydelse för tidningsvanan, se t. ex. Johansson 1998, s. 98ff., Lithner 2000, s. 106ff.).

Utbildningsfaktorn spelar in något vad gäller radio och TV (tabell A2c–d): de högutbildade tenderar att ”underskatta” sitt lyssnande/tittande medan de med lägre utbildning lyssnar/tittar den enskilda dagen på ett sätt som bättre stämmer med vanan – eller, beträffande radio, till och med innebär en ”överskattning” av vanan. Radio och TV är jämfört med morgontidning inte medier som generellt räknas till prestigemedier – men det gör å andra sidan inte heller kvällstidningen, där denna typ av samband saknas.

Men både för enskilda medier och särskilt för medierna sammantaget är skillnaderna små mellan olika demografiska och socio-ekonomiska grupper beträffande hur beskrivningen av vanan stämmer överens med användandet den enskilda dagen. Det är svårt att knyta vad man skulle kunna se som nyckfullhet i medieanvändning till någon specifik kategori människor mer generellt. I princip uppvisar alla undersökta grupper en något större faktisk medieanvändning än vad vanan indikerar vore sannolik. Undantaget är de allra äldsta i studien, gruppen 76–85 år, vilka är de enda som totalt sett uppvisar ett motsatt förhållande (även det i begränsad mån) – för radio- respektive TV-mediet specifikt gäller detta redan den genomsnittlige 60–65-åringen.

Men det finns också andra individfaktorer som kan tänkas spela in för i vilken utsträckning människors medieanvändning en enskild dag tenderar att följa den egna beskrivningen av vanan: sådant som exempelvis grad av samhällsengagemang, grad av socialt aktivt liv, om identiteten drar mot det konservativa eller det mer radikala, om intresset vetter mot underhållning eller mot fakta/information. Men inte heller om vi analyserar betydelsen av denna typ av individfaktorer som tar fasta på allmänna intressen och attityder – utifrån ett antal operationaliseringar som SOM-formulärets övriga frågor medger – finner vi några tendenser som kan hjälpa till att förklara vad som mer generellt avgör om man är trogen sina beskrivningar av de egna medievänorna (tabell 9b). Vad gäller enbart TV finns dock ett mönster, om än svagt, att de grupper som är ointresserade av politik, identifierar sig med den ideologiska högern, har ett aktivt socialt liv respektive uttrycker ett relativt lågt intresse för såväl informations- som underhållningsprogram i högre utsträckning ”underskattar” sitt tittande än andra, eller i alla fall tittar oftare än förväntat med utgångspunkt i den beskrivna vanan (tabell A3d i Appendix).

Tabell 9b Genomsnittlig avvikelse den enskilda dagen från medievanan, efter intressen och attityder (medelvärde 2000–2003)

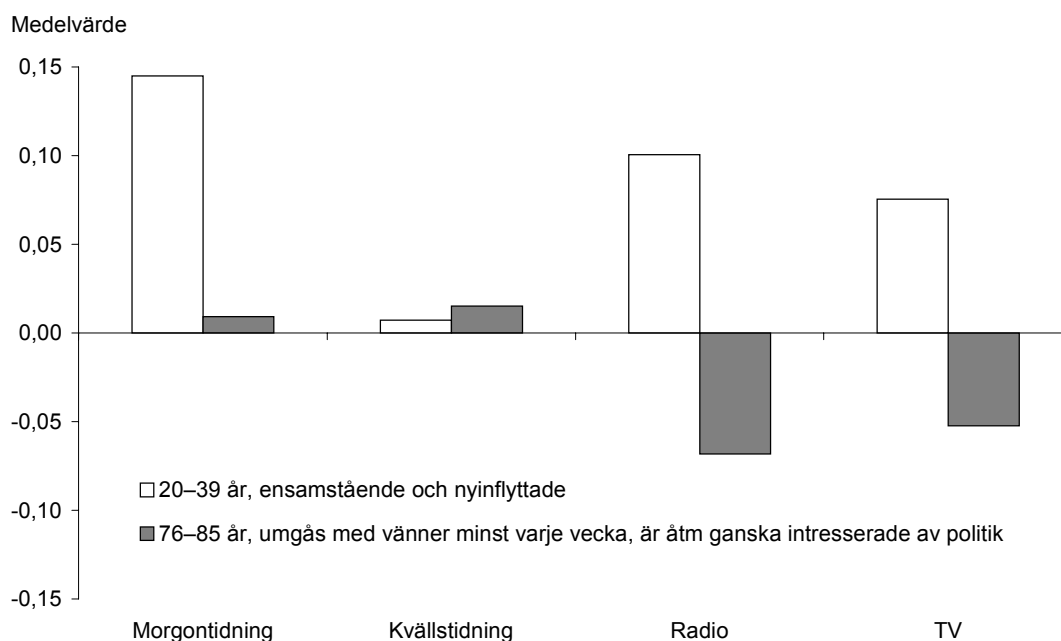
		Medelvärde	Antal personer
Intresse för politik	Mycket intresserad	0,03	711
	Ganska intresserad	0,03	2 666
	Inte intresserad	0,03	3 299
Vänster-högerideologi	Klart till vänster	0,02	671
	Något till vänster	0,03	1 548
	Varken till vä eller till hö	0,03	2 192
	Något till höger	0,04	1 540
	Klart till höger	0,03	536
Umgåtts med vänner senaste 12 mån	Högst ngn gång i månaden	0,03	2 533
	Någon gång i veckan	0,03	2 122
	Flera gånger i veckan	0,03	1 931
TV-intresse: informations-/faktaprogram ¹	Relativt högt	0,03	2 039
	Medel	0,03	2 817
	Relativt lågt	0,03	1 660
TV-intresse: förströelse-/underhållningsprogram ¹	Relativt högt	0,02	1 725
	Medel	0,04	2 945
	Relativt lågt	0,03	1 884

Kommentar: Se kommentar till tabell 9a. ¹Frågan gäller programpreferenser för två typer av programinriktningar: informations-/faktaprogram respektive förströelse-/underhållningsprogram. Svarsskalan går från 0 ('Inte alls intresserad av att titta på') till 10 ('Mycket intresserad av att titta på'). Trikotomin är indelad enligt 0–5 (Relativt lågt); 6–8 (Medel); 9–10 (Relativt högt).

Om resultaten inte visar på några stora skillnader mellan befolkningsgrupper kan det vara befogat att ändå gå vidare genom att begränsa fokus till extremgrupper. En studie av den grupp människor som är mellan 20 och 39 år, ensamstående och nyinflyttade i kommunen – det vill säga unga, ”oetablerade” människor – visar hur de i jämförelsevis stor utsträckning tenderar att avvika från sin medievanan den enskilda dagen: både vad gäller morgontidning, radio och TV tenderar denna grupp att ta del av mediet oftare än vad deras beskrivna vana indikerar att de ”borde” (figur 4). Tendensen är mest tydlig ifråga om morgontidningsläsning. En rimlig tolkning är den att den lokala identiteten hos denna rörliga grupp är tämligen svag, något som påverkar intresset att hålla sig med en morgontidning – en generellt mycket lokal produkt (jfr. ovan). Men tendensen går åt samma håll beträffande radio och TV, vilket indikerar att rörligheten troligen påverkar förhållandet mellan vana och faktiskt beteende på fler sätt än via enbart en underskattning till följd av svag lokal identitet.

Ser man tvärtom till gruppen rörliga och samhällsengagerade äldre – de som är över 75 år, umgås med vänner på veckobasis och har ett visst, eller starkt, politiskt intresse – så visar också denna grupp på relativt stora avvikelser mellan vana och beteende den enskilda dagen för radio och TV. Fast här handlar det tvärtom om tendenser till överskattning av vanan, eller uttryckt mer försiktigt: att man i alla fall inte tar del av mediet i så hög grad som vanan anger vore rimligt. En möjlig tolkning är att det sociala och samhällsliga engagemanget gör att man ser sig som aktiv även på medieområdet, mer än vad man den enskilda dagen lever upp till. Dagspressläsningen i denna grupp är möjligen tydligare införlivad i vardagsrutinerna och därmed mindre svårskattad.

Figur 4 Genomsnittlig avvikelse den enskilda dagen från medievanan i två extremgrupper (medelvärde 2003)



Kommentar: Se kommentar till tabell 8 samt tabell 9a–b.

I 2003 års SOM-undersökning finns också möjligheten att relatera förhållandet mellan medievanor och gårdagsanvändning till en fråga om i vilken utsträckning det skett viktiga förändringar i livet de senaste 12 månaderna (tabell 9c). Det visar sig att denna typ av individfaktorer tycks ha viss betydelse för graden av korrelation mellan vana och gårdagsbeteende: Särskilt förändringar i boende men också beträffande familje-/partnerrelation, arbets-/studiesituation och ekonomisk situation gör att individer i något större utsträckning än annars tenderar att använda medier den enskilda dagen i högre grad än vad vanan beskriver som sannolikt. Det ska dock sägas att det bland denna grupp människor finns en överrepresentation av unga människor, det gäller särskilt dem som förändrat sin situation ifråga om boende och familj/partner. Som konstaterats tidigare är ungdom och rörlighet något som tenderar att hänga samman.

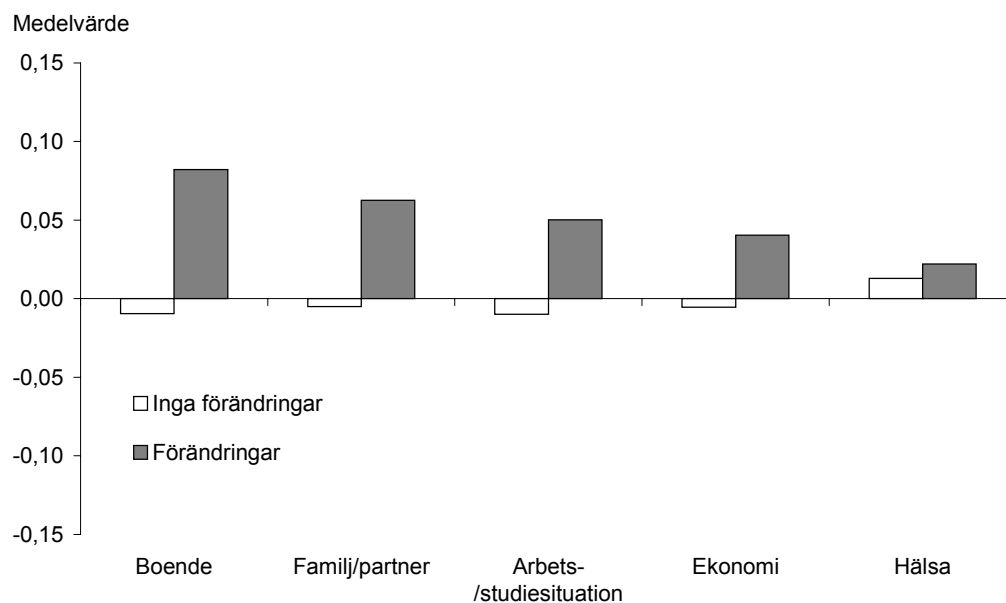
Resultaten redovisade i tabell 9c gäller medieanvändningen sammantagen; en noggrannare analys per medium visar att förändringsfaktorerna särskilt gäller TV-tittandet (figur 5; jfr. tabell A4d i Appendix) men också morgontidningsläsningen (tabell A4a). Beträffande båda dessa i huvudsak ”hemmiljökonsumerade” medier (Nilsson 2004a) betyder förändringar i boendet mest; stora eller små förändringar härvidlag innebär en ökad ”positiv” avvikelse från vanan den enskilda dagen. Förändringar i familje-/partnersituation, arbets-/studiesituation och ekonomisk situation påverkar förhållandet i samma riktning. Beträffande kvällstidningsläsandet (tabell A4b) syns en visst samband med förändringar i ekonomi och hälsa och vad gäller radiolyssnandet i någon mån vad gäller arbets-/studiesituation (tabell A4c). I samtliga dessa fall – där vi ser hur förändringar i livet tenderar att korrelera med en större avvikelse mellan den beskrivna vanan och den ”faktiska” gårdagsanvändningen – torde det vara rimligt att tolka avvikelserna i termer av underskattning: människors vardagsliv har förändrats på ett sätt som ökar medieanvändningen den enskilda dagen men synen på den egna vanan har (ännu?) inte anpassats därefter.

Tabell 9c Genomsnittlig avvikelse den enskilda dagen från medievanan, efter viktiga förändringar i livet de senaste 12 månaderna (medelvärde 2003)

		Medelvärde	Antal personer
Boende	Stora förändringar	0,05	297
	Mindre förändringar	0,05	183
	Inga förändringar	0,01	1 216
Familj/partner	Stora förändringar	0,04	318
	Mindre förändringar	0,02	254
	Inga förändringar	0,02	1 115
Arbets-/studiesituation	Stora förändringar	0,02	424
	Mindre förändringar	0,04	415
	Inga förändringar	0,02	832
Ekonomi	Stora förändringar	0,02	255
	Mindre förändringar	0,05	566
	Inga förändringar	0,01	875
Hälsa	Stora förändringar	0,02	218
	Mindre förändringar	0,03	537
	Inga förändringar	0,02	948

Kommentar: Se kommentar till tabell 9a. Frågan om förändringar lyder 'Upplever Du att det under de senaste 12 månaderna skett viktiga förändringar i Ditt liv vad gäller: Ditt boende; Din familj/partner; Din arbets-/studiesituation; Din ekonomi; Din hälsa.

Figur 4 Genomsnittlig avvikelse den enskilda dagen från TV-vanan efter viktiga förändringar i livet de senaste 12 månaderna (medelvärde 2000–2003)



Kommentar: Se kommentar till tabell 8 samt tabell 9c.

Oregelbundna eller felskattade vanor...

Föreliggande text har visat på en del av problemen med att utifrån svar om medievanor uttala sig om mediers räckvidd. En vanemätning är aldrig detsamma som en mätning av medierna faktiska räckvidd. Individens beskrivningar av sina vanor tenderar att vara färgade av sådant som attityder och identitet. I så måtto kan man tala om under- och överskattningar av mediekonsumtion. Ibland kan kanske orsaken vara att individens identitet inte alltid ändras i samma takt som livet, i och med förändringar i livssituationen. Men diskrepanser mellan ”faktisk” och ”förväntad” räckvidd kan också ha annan grund; det finns livsstilsmonster och vardagsliv som gör att vi helt enkelt tar del av medier på ett mer nyckfullt vis än vad vi klarar av att beskriva i termer av vanor. Många inslag i vårt liv följer regelbundna mönster, men långt ifrån alla. Och för vissa grupper – särskilt unga, socialt och geografiskt rörliga människor – är vardagslivet mindre vardagligt. Människor gör ofta det oväntade (även om ibland efter förväntade mönster!).

Slutligen ska bara konstateras att avvikelser mellan räckvidds- och vanedata till trots – vanefrågor är långt ifrån dåliga instrument för att söka skatta medierna räckvidd: totalt sett är överensstämmelsen mellan uppmätt och förväntad räckvidd snarast oväntat god.

Referenser

Bergström, Annika (2004a) ”Internetanvändningens fas II”. I Holmberg, Sören & Lennart Weibull (red.) *Ju mer vi är tillsammans*. Rapport nr. 34. SOM-institutet, Göteborgs universitet.

Bergström, Annika (2004b) *nyhetsvanor.nu – Nyhetsanvändning på internet 1998 till 2003*. JMG, Göteborgs universitet

Elliot, Maria (1997) *Förtroendet för medierna – TV, radio och dagspress i allmänhetens ögon*. JMG, Göteborgs universitet.

Findahl, Olle (2004) *Svenskarna och Internet 2003*. World Internet Institute. www.worldinternetinstitute.org.

Fredrikson, Magnus (2002) *Vanor och bruk – En jämförelse mellan den vanemässiga användningen av press, radio och TV och användningen en enskild dag*. PM från Dagspresskollegiet, nr. 33. JMG, Göteborgs universitet.

Hellingwerf, Karin (2001) *Gårdagskonsumtion av massmedier – En jämförelse mellan Mediebarometern 2000 och SOM 2000*. PM från Dagspresskollegiet, nr. 32. JMG, Göteborgs universitet.

Johansson, Bengt (1998) *Nyheter mitt ibland oss – Kommunala nyheter, personlig erfarenhet och lokal opinionsbildning*. JMG, Göteborgs universitet.

Lithner, Anders (2000) ”Alla läser tidningen. Nästan.” I Wadbring, Ingela och Lennart Weibull (red.) *Tryckt. 20 kapitel om dagstidningar i början av 2000-talet*. Dagspresskollegiet, JMG, Göteborgs universitet.

Mediebarometer 2003. Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet.

Nilsson, Åsa (2004a) ”Vanliga och mer ovanliga dagars medieanvändning”. I Holmberg, Sören & Lennart Weibull (red.) *Ju mer vi är tillsammans*. Rapport nr. 34. SOM-institutet, Göteborgs universitet.

Nilsson, Åsa (2004b) ”Den nationella SOM-undersökningen 2003”. I Holmberg, Sören & Lennart Weibull (red.) *Ju mer vi är tillsammans*. Rapport nr. 34. SOM-institutet, Göteborgs universitet.

Nordicom-Sveriges Internetbarometer 2003. Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet. www.nordicom.gu.se

Ohlsson, Anders (1989) ”Läste Du tidningen igår? Om läsvana och gårdagsläsning”. I Weibull, Lennart & Karin Björkqvist (red.) *Dagspressen och dess läsare – Empiriska studier av dagspressens utveckling under 1980-talet*. Almqvist & Wiksell International, Stockholm.

Reimer, Bo (1986) *Läsaren och tidningen – MEMO-studier av en dags tidningsläsning*. Rapport nr. 9, Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet.

Steeg Larsen, Bent (2000) *Medier till hverdag – En undersøgelse af mediebrug og hverdagsliv*. Film- og Medievidenskab, Københavns Universitet.

Sternvik, Josefine (2004) ”Svårbedömda läsvanor”. I Holmberg, Sören & Lennart Weibull (red.) *Ju mer vi är tillsammans*. Rapport nr. 34. SOM-institutet, Göteborgs universitet.

Svenskarna och Internet 2002 (2003?; uppgift saknas). World Internet Institute. www.worldinternetinstitute.org.

Wadbring, Ingela (2003) *En tidning i tiden? Metro och den svenska dagstidningsmarknaden*. JMG, Göteborgs universitet.

Wadbring, Ingela & Weibull, Lennart (1996) ”Räckvidd och läsvana 1986–1995”. I *Medienotiser*, nr. 3, 1996. Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet.

Weibull, Lennart (1983) *Tidningsläsning i Sverige – Tidningsinnehav, tidningsval, läsvanor*. LiberFörlag, Stockholm.

Weibull, Lennart (2002) ”En vanlig dag: om vardagsaktivitet och medicexponering”. I Holmberg, Sören & Lennart Weibull (red.) *Det våras för politiken*. Rapport nr. 30. SOM-institutet, Göteborgs universitet.

Weibull, Lennart (2003) ”Förtroendet för mediernas innehåll”. I Holmberg, Sören & Lennart Weibull (red.) *Ju mer vi är tillsammans*. Rapport nr. 34. SOM-institutet, Göteborgs universitet.

www.ruab.se/mediepubliken/medieutv.htm

Appendix

Tabell A1a Morgontidningsläsning en genomsnittlig veckodag efter kön, ålder respektive A-region i Riks-SOM respektive Mediebarometern 2000–2003 (procent)

		Riks-SOM				Mediebarometern				Antal pers. 2003	
		2000	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003	SOM	Mbar
<i>Kön</i>	Kvinna	83	80	74	74	77	74	75	78	926	1 657
	Man	82	80	77	72	79	74	75	75	857	1 532
<i>Ålder</i>	15–19 år	81	74	67	56	64	63	61	64	154	233
	20–29 år	70	63	63	61	63	60	61	61	262	424
	30–39 år	76	75	71	71	73	72	69	71	311	561
	40–49 år	84	81	76	76	80	79	79	77	274	526
	50–59 år	89	83	83	81	85	79	81	85	339	603
	60–65 år	88	89	81	78	85	78	85	85	177	330
	66–79 år	90	89	77	79	85	83	83	85	266	512
<i>A-region</i>	Sthlm/Södertälje	73	71	67	68	71	68	72	74	333	550
	Göteborg	81	83	69	69	76	81	74	78	173	309
	Malmö/Lund/Tbg	92	81	73	78	92	78	86	84	106	194
	Övrig region	85	82	78	74	79	74	75	76	1 171	2 136

Kommentar: Data avser undersökningarnas underlag av personer inom åldersintervallet 15–79 år.

Tabell A1b Kvällstidningsläsning en genomsnittlig veckodag efter kön, ålder respektive A-region i Riks-SOM respektive Mediebarometern 2000–2003 (procent)

		Riks-SOM				Mediebarometern				Antal pers. 2003	
		2000	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003	SOM	Mbar
<i>Kön</i>	Kvinna	32	28	26	27	26	27	25	28	926	1 659
	Man	35	32	36	34	31	33	33	35	857	1 531
<i>Ålder</i>	15–19 år	33	30	35	21	29	26	24	27	154	234
	20–29 år	39	34	28	35	28	34	34	29	262	426
	30–39 år	32	26	28	28	25	30	31	34	311	561
	40–49 år	29	33	29	34	32	32	31	34	274	525
	50–59 år	37	34	36	35	29	32	33	33	339	602
	60–65 år	36	26	31	30	28	31	30	34	177	329
	66–79 år	30	26	26	26	27	24	19	27	266	513
<i>A-region</i>	Sthlm/Södertälje	41	32	37	31	33	29	27	30	333	550
	Göteborg	23	27	32	26	23	19	24	26	173	311
	Malmö/Lund/Tbg	19	26	21	28	17	20	21	23	106	194
	Övrig region	34	30	29	31	29	32	30	33	1 171	2 135

Kommentar: Data avser undersökningarnas underlag av personer inom åldersintervallet 15–79 år.

Tabell A1c Internetanvändning en genomsnittlig veckodag efter kön, ålder respektive A-region i Riks-SOM respektive Mediebarometern 2000–2003 (procent)

		Riks-SOM				Mediebarometern				Ant. pers. 2003	
		2000	2001	2002	2003	2000 ¹	2001	2002	2003	SOM	Mbar
<i>Kön</i>	Kvinna	33	33	37	46	27	30	29	30	857	1 660
	Man	45	48	49	53	37	41	36	38	926	1 533
<i>Ålder</i>	15–19 år	65	53	65	64	48	52	48	47	154	234
	20–29 år	57	58	60	70	48	47	40	39	262	426
	30–39 år	49	60	54	60	49	51	45	42	311	561
	40–49 år	42	47	49	61	36	47	40	44	274	526
	50–59 år	38	33	42	46	30	30	34	35	339	603
	60–65 år	19	21	29	31	18	21	17	26	177	330
	66–79 år	10	12	9	12	4	5	7	7	266	513
<i>A-region</i>	Sthlm/Södertälje	48	51	53	60	43	43	42	38	333	551
	Göteborg	51	48	45	46	37	39	32	36	173	311
	Malmö/Lund/Tbg	37	47	52	49	32	34	38	41	106	194
	Övrig region	35	36	39	46	28	34	31	32	1 171	2 137

Kommentar: Data avser undersökningarnas underlag av personer inom åldersintervallet 15–79 år. ¹Andelen år 2000 bygger på en sammanvägning av användare i hemmet en genomsnittlig dag och andelen användare på arbete/skola senaste arbets-/skoldagen (jfr. Nordicom-Sveriges Internetbarometer 2003, s. 14).

Tabell A1d Radiolyssnande en genomsnittlig veckodag efter kön, ålder respektive A-region i Riks-SOM respektive Mediebarometern 2000–2003 (procent)

		Riks-SOM				Mediebarometern				Antal pers. 2003	
		2000 ¹	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003	SOM	Mbar
<i>Kön</i>	Kvinna	78	75	72	74	79	79	81	80	926	1 655
	Man	79	80	79	76	85	82	81	83	857	1 522
<i>Ålder</i>	15–19 år	78	73	69	58	77	72	79	77	154	232
	20–29 år	70	67	69	70	77	78	74	73	262	424
	30–39 år	77	74	72	72	79	79	79	81	311	558
	40–49 år	76	77	75	79	79	81	83	81	274	524
	50–59 år	83	81	79	81	88	84	82	82	339	599
	60–65 år	85	84	77	81	86	87	87	85	177	328
	66–79 år	82	83	78	77	85	82	84	86	266	512
<i>A-region</i>	Sthlm/Södertälje	76	70	71	72	75	78	77	78	333	551
	Göteborg	76	78	71	73	81	80	81	83	173	309
	Malmö/Lund/Tbg	83	76	74	67	85	73	75	74	106	193
	Övrig region	79	79	77	77	84	82	81	82	1 171	2 124

Kommentar: Data avser undersökningarnas underlag av personer inom åldersintervallet 15–79 år. ¹Avser lyssnande på någon av kanalerna P1, P3, P4/Lokalradion och "någon annan privat radiostation (City, NRJ, Megapol etc.)".

Tabell A1e TV-tittande en genomsnittlig veckodag efter kön, ålder respektive A-region i Riks-SOM respektive Mediebarometern 2000–2003 (procent)

		Riks-SOM				Mediebarometern				Antal pers. 2003	
		2000 ¹	2001	2002	2003	2000	2001	2002	2003	SOM	Mbar
<i>Kön</i>	Kvinna	94	92	88	89	87	86	83	84	926	1 656
	Man	95	95	91	90	89	87	86	89	857	1 531
<i>Ålder</i>	15–19 år	93	94	94	90	90	93	87	91	154	234
	20–29 år	96	93	91	91	84	82	82	82	262	425
	30–39 år	91	93	92	91	82	79	82	85	311	558
	40–49 år	94	91	90	92	84	83	81	84	274	525
	50–59 år	96	93	87	88	89	86	83	87	339	602
	60–65 år	94	91	88	88	92	93	88	90	177	330
	66–79 år	96	97	85	89	95	95	92	91	266	513
<i>A-region</i>	Sthlm/Södertälje	93	93	89	90	87	86	85	82	333	551
	Göteborg	92	88	87	84	84	85	77	87	173	310
	Malmö/Lund/Tbg	94	92	93	87	87	81	86	85	106	194
	Övrig region	95	94	89	91	89	87	85	88	1 171	2 132

Kommentar: Kommentar: Data avser undersökningarnas underlag av personer inom åldersintervallet 15–79 år.

¹Avser tittande på någon av kanalerna SVT1/SVT2, TV3, TV4 och/eller Kanal 5.

Tabell A2a Genomsnittlig avvikelse den enskilda dagen från morgontidningsvanan, efter demografiska faktorer, (medelvärde 2000–2003)

		Medelvärde	Antal personer
<i>SAMTLIGA</i>		0,04	7 060
Kön	Kvinna	0,04	3 644
	Man	0,05	3 415
Ålder	15–19 år	0,08	471
	20–29 år	0,07	956
	30–39 år	0,07	1 150
	40–49 år	0,04	1 163
	50–59 år	0,04	1 356
	60–65 år	0,03	674
	66–75 år	0,02	815
	76–85 år	-0,01	473
Utbildningsnivå	Folkskola, grundskola el. motsv. obligatorisk skola	0,02	1 899
	Gymnasium, fackskola, flickskola, realskola, eftergymnasiala studier utanför universitetet	0,06	3 014
	Studier vid högskola/ universitet	0,04	627
	Examen fr. högsk./univ.	0,04	1 392
Stad–land	Ren landsbygd	0,05	1 128
	Mindre tätort	0,05	1 626
	Stad eller större tätort	0,05	3 177
	Sthlm/Gbg/Malmö	0,00	1 023
Boendelängd i kommunen	Alltid bott i kommunen ¹	0,06	2 635
	Inflyttad, bott > 10 år	0,03	2 795
	Inflyttad, bott 1–10 år	0,04	1 228
	Inflyttad, bott < 1 år	0,10	224
Civilstånd	Ensamstående	0,06	2 170
	Sambo	0,05	1 361
	Gift	0,03	3 409
Barn under 15 år i hushållet	Ej barn under 15 år	0,04	4 998
	Barn under 15 år	0,06	2 062

Kommentar: Se kommentar till tabell 8 respektive 9a.

Tabell A2b Genomsnittlig avvikelse den enskilda dagen från kvällstidningsvanan, efter demografiska faktorer, (medelvärde 2000–2003)

		Medelvärde	Antal personer
<i>SAMTLIGA</i>		0,04	6 967
Kön	Kvinna	0,03	3600
	Man	0,05	3366
Ålder	15–19 år	-0,01	480
	20–29 år	0,05	957
	30–39 år	0,02	1 141
	40–49 år	0,05	1 145
	50–59 år	0,06	1 333
	60–65 år	0,03	660
	66–75 år	0,05	799
	76–85 år	0,00	451
Utbildningsnivå	Folkskola, grundskola el. motsv. obligatorisk skola	0,03	1 852
	Gymnasium, fackskola, flickskola, realskola, eftergymnasiala studier utanför universitetet	0,04	3 006
	Studier vid högskola/ universitet	0,03	614
	Examen fr. högsk./univ.	0,04	1 370
Stad–land	Ren landsbygd	0,02	1 124
	Mindre tätort	0,04	1 616
	Stad eller större tätort	0,04	3 138
	Sthlm/Gbg/Malmö	0,05	982
Boendelängd i kommunen	Alltid bott i kommunen ¹	0,04	2 609
	Inflyttad, bott > 10 år	0,04	2 747
	Inflyttad, bott 1–10 år	0,03	1 212
	Inflyttad, bott < 1 år	0,02	226
Civilstånd	Ensamstående	0,03	2 133
	Sambo	0,04	1 361
	Gift	0,04	3 352
Barn under 15 år i hushållet	Ej barn under 15 år	0,04	4 923
	Barn under 15 år	0,03	2 044

Kommentar: Se kommentar till tabell 8 respektive 9a.

Tabell A2c Genomsnittlig avvikelse den enskilda dagen från radiovanan, efter demografiska faktorer, (medelvärde 2000–2003)

		Medelvärde	Antal personer
<i>SAMTLIGA</i>		0,00	7 049
Kön	Kvinna	-0,01	3 632
	Man	0,02	3 416
Ålder	15–19 år	0,00	485
	20–29 år	0,03	963
	30–39 år	0,03	1 142
	40–49 år	0,03	1 156
	50–59 år	0,00	1 340
	60–65 år	-0,04	674
	66–75 år	-0,03	818
	76–85 år	-0,05	469
Utbildningsnivå	Folkskola, grundskola el. motsv. obligatorisk skola	-0,03	1 896
	Gymnasium, fackskola, flickskola, realskola, eftergymnasiala studier utanför universitetet	0,01	3 027
	Studier vid högskola/ universitet	0,03	624
	Examen fr. högsk./univ.	0,04	1 382
Stad–land	Ren landsbygd	0,00	1 130
	Mindre tätort	-0,01	1 634
	Stad eller större tätort	0,01	3 171
	Sthlm/Gbg/Malmö	0,00	1 013
Boendelängd i kommunen	Alltid bott i kommunen ¹	0,01	2 633
	Inflyttad, bott > 10 år	0,00	2 779
	Inflyttad, bott 1–10 år	0,02	1 231
	Inflyttad, bott < 1 år	0,02	235
Civilstånd	Ensamstående	0,00	2 173
	Sambo	0,01	1 368
	Gift	0,00	3 387
Barn under 15 år i hushållet	Ej barn under 15 år	-0,01	4 993
	Barn under 15 år	0,03	2 056

Kommentar: Se kommentar till tabell 8 respektive 9a.

Tabell A2d Genomsnittlig avvikelse den enskilda dagen från TV-vanan, efter demografiska faktorer, (medelvärde 2000–2003)

		Medelvärde	Antal personer
<i>SAMTLIGA</i>		0,03	7 097
Kön	Kvinna	0,02	3 661
	Man	0,04	3 435
Ålder	15–19 år	0,06	487
	20–29 år	0,08	974
	30–39 år	0,06	1 148
	40–49 år	0,05	1 162
	50–59 år	0,03	1 349
	60–65 år	-0,02	681
	66–75 år	-0,02	823
	76–85 år	-0,04	471
Utbildningsnivå	Folkskola, grundskola el. motsv. obligatorisk skola	0,00	1 908
	Gymnasium, fackskola, flickskola, realskola, eftergymnasiala studier utanför universitetet	0,04	3 044
	Studier vid högskola/ universitet	0,05	633
	Examen fr. högsk./univ.	0,04	1 391
Stad–land	Ren landsbygd	0,01	1 132
	Mindre tätort	0,04	1 642
	Stad eller större tätort	0,03	3 199
	Sthlm/Gbg/Malmö	0,03	1 021
Boendelängd i kommunen	Alltid bott i kommunen ¹	0,05	2 654
	Inflyttad, bott > 10 år	0,01	2 790
	Inflyttad, bott 1–10 år	0,04	1 243
	Inflyttad, bott < 1 år	0,06	235
Civilstånd	Ensamstående	0,05	2 190
	Sambo	0,04	1 375
	Gift	0,02	3 412
Barn under 15 år i hushållet	Ej barn under 15 år	0,02	5 027
	Barn under 15 år	0,06	2 070

Kommentar: Se kommentar till tabell 8 respektive 9a.

Tabell A3a Genomsnittlig avvikelse den enskilda dagen från morgontidningsvanan, efter intressen och attityder, (medelvärde 2000–2003)

		Medelvärde	Antal personer
<i>SAMTLIGA</i>		0,04	7 060
Intresse för politik	Mycket intresserad	0,03	747
	Ganska intresserad	0,04	2 792
	Inte intresserad	0,05	3 521
Vänster-högerideologi	Klart till vänster	0,05	702
	Något till vänster	0,05	1 622
	Varken till vä eller till hö	0,05	2 325
	Något till höger	0,04	1 609
	Klart till höger	0,03	565
Umgåtts med vänner senaste 12 mån	Högst ngn gång i månaden	0,04	2 675
	Någon gång i veckan	0,05	2 241
	Flera gånger i veckan	0,05	2 033
TV-intresse: informations-/fakta program	Relativt högt	0,04	2 142
	Medel	0,05	2 914
	Relativt lågt	0,05	1 729
TV-intresse: förströelse-/underhållningsprogram	Relativt högt	0,04	1 806
	Medel	0,06	3 047
	Relativt lågt	0,03	1 977

Kommentar: Se kommentar till tabell 8 respektive 9b.

Tabell A3b Genomsnittlig avvikelse den enskilda dagen från kvällstidningsvanan, efter intressen och attityder, (medelvärde 2000–2003)

		Medelvärde	Antal personer
<i>SAMTLIGA</i>		0,04	6 967
Intresse för politik	Mycket intresserad	0,04	730
	Ganska intresserad	0,04	2 763
	Inte intresserad	0,04	3 474
Vänster-högerideologi	Klart till vänster	0,03	693
	Något till vänster	0,02	1 603
	Varken till vä eller till hö	0,04	2 293
	Något till höger	0,05	1 586
	Klart till höger	0,05	559
Umgåtts med vänner senaste 12 mån	Högst ngn gång i månaden	0,04	2 637
	Någon gång i veckan	0,04	2 202
	Flera gånger i veckan	0,03	2 020
TV-intresse: informations-/fakta program	Relativt högt	0,04	2 099
	Medel	0,03	2 894
	Relativt lågt	0,04	1 723
TV-intresse: förströelse-/underhållningsprogram	Relativt högt	0,04	1 796
	Medel	0,04	3 018
	Relativt lågt	0,04	1 938

Kommentar: Se kommentar till tabell 8 respektive 9b.

Tabell A3c Genomsnittlig avvikelse den enskilda dagen från radiovanan, efter intressen och attityder, (medelvärde 2000–2003)

		Medelvärde	Antal personer
<i>SAMTLIGA</i>		0,00	7 049
Intresse för politik	Mycket intresserad	0,02	748
	Ganska intresserad	0,01	2 785
	Inte intresserad	0,00	3 516
Vänster-högerideologi	Klart till vänster	-0,03	707
	Något till vänster	0,01	1 631
	Varken till vä eller till hö	-0,01	2 323
	Något till höger	0,03	1 599
	Klart till höger	0,01	567
Umgåtts med vänner senaste 12 mån	Högst ngn gång i månaden	0,01	2 676
	Någon gång i veckan	0,01	2 231
	Flera gånger i veckan	-0,01	2 040
TV-intresse: informations-/fakta program	Relativt högt	0,01	2 163
	Medel	0,02	2 927
	Relativt lågt	-0,01	1 756
TV-intresse: förströelse-/underhållningsprogram	Relativt högt	-0,01	1 830
	Medel	0,02	3 071
	Relativt lågt	0,00	1 991

Kommentar: Se kommentar till tabell 8 respektive 9b.

Tabell A3d Genomsnittlig avvikelse den enskilda dagen från TV-vanan, efter intressen och attityder, (medelvärde 2000–2003)

		Medelvärde	Antal personer
<i>SAMTLIGA</i>		0,03	7 097
Intresse för politik	Mycket intresserad	0,02	757
	Ganska intresserad	0,02	2 795
	Inte intresserad	0,04	3 545
Vänster-högerideologi	Klart till vänster	0,02	709
	Något till vänster	0,03	1 643
	Varken till vä eller till hö	0,02	2 340
	Något till höger	0,04	1 606
	Klart till höger	0,04	568
Umgåtts med vänner senaste 12 mån	Högst ngn gång i månaden	0,02	2 690
	Någon gång i veckan	0,03	2 251
	Flera gånger i veckan	0,05	2 051
TV-intresse: informations-/fakta program	Relativt högt	0,02	2 173
	Medel	0,04	2 951
	Relativt lågt	0,04	1 766
TV-intresse: förströelse-/underhållningsprogram	Relativt högt	0,00	1 849
	Medel	0,04	3 091
	Relativt lågt	0,04	1 995

Kommentar: Se kommentar till tabell 8 respektive 9b.

Tabell A4a Genomsnittlig avvikelse den enskilda dagen från morgontidningsvanan, efter viktiga förändringar i livet de senaste 12 månaderna (medelvärde 2003)

		Medelvärde	Antal personer
Boende	Stora förändringar	0,06	305
	Mindre förändringar	0,04	188
	Inga förändringar	0,01	1 243
Familj/partner	Stora förändringar	0,04	328
	Mindre förändringar	0,01	256
	Inga förändringar	0,01	1 143
Arbets-/studiesituation	Stora förändringar	0,02	431
	Mindre förändringar	0,04	423
	Inga förändringar	0,01	855
Ekonomi	Stora förändringar	0,02	256
	Mindre förändringar	0,04	584
	Inga förändringar	0,01	897
Hälsa	Stora förändringar	0,01	222
	Mindre förändringar	0,02	545
	Inga förändringar	0,02	976

Kommentar: Se kommentar till tabell 8 respektive 9c.

Tabell A4b Genomsnittlig avvikelse den enskilda dagen från kvällstidningsvanan, efter viktiga förändringar i livet de senaste 12 månaderna (medelvärde 2003)

		Medelvärde	Antal personer
Boende	Stora förändringar	0,06	311
	Mindre förändringar	0,01	189
	Inga förändringar	0,04	1 239
Familj/partner	Stora förändringar	0,04	335
	Mindre förändringar	0,03	257
	Inga förändringar	0,05	1 138
Arbets-/studiesituation	Stora förändringar	0,03	435
	Mindre förändringar	0,04	426
	Inga förändringar	0,05	849
Ekonomi	Stora förändringar	0,05	263
	Mindre förändringar	0,06	583
	Inga förändringar	0,03	892
Hälsa	Stora förändringar	0,07	225
	Mindre förändringar	0,03	546
	Inga förändringar	0,04	974

Kommentar: Se kommentar till tabell 8 respektive 9c.

Tabell A4c Genomsnittlig avvikelse den enskilda dagen från radiovanan, efter viktiga förändringar i livet de senaste 12 månaderna (medelvärde 2003)

		Medelvärde	Antal personer
Boende	Stora förändringar	0,01	314
	Mindre förändringar	0,03	190
	Inga förändringar	0,01	1 255
Familj/partner	Stora förändringar	0,00	336
	Mindre förändringar	0,00	259
	Inga förändringar	0,02	1 154
Arbets-/studiesituation	Stora förändringar	0,01	438
	Mindre förändringar	0,04	431
	Inga förändringar	0,00	862
Ekonomi	Stora förändringar	-0,03	264
	Mindre förändringar	0,04	587
	Inga förändringar	0,01	907
Hälsa	Stora förändringar	-0,03	228
	Mindre förändringar	0,02	551
	Inga förändringar	0,01	985

Kommentar: Se kommentar till tabell 8 respektive 9c.

Tabell A4d Genomsnittlig avvikelse den enskilda dagen från TV-vanan, efter viktiga förändringar i livet de senaste 12 månaderna (medelvärde 2003)

		Medelvärde	Antal personer
Boende	Stora förändringar	0,06	314
	Mindre förändringar	0,11	191
	Inga förändringar	-0,01	1 257
Familj/partner	Stora förändringar	0,08	336
	Mindre förändringar	0,04	258
	Inga förändringar	0,00	1 158
Arbets-/studiesituation	Stora förändringar	0,04	438
	Mindre förändringar	0,06	431
	Inga förändringar	-0,01	863
Ekonomi	Stora förändringar	0,04	264
	Mindre förändringar	0,04	588
	Inga förändringar	-0,01	909
Hälsa	Stora förändringar	0,01	226
	Mindre förändringar	0,03	552
	Inga förändringar	0,01	989

Kommentar: Se kommentar till tabell 8 respektive 9c.

Bilagor

SOM-undersökningens räckviddsfrågor 2000–2003

Mediebarometerns räckviddsfrågor 2003