

Pressmeddelande 2007-08-22

1(3)

Markant ökning av Internet-användningen Resultat från NORDICOMs *Internetbarometer 2006*

Nordicom vid Göteborgs universitet genomför varje år en studie av svenskarnas Internetanvändning, *Internetbarometern*, som baseras på den årliga medievaneyundersökningen Mediebarometern. Nu redovisas resultaten från undersökningen 2006.

Den ökade tillgången till bredband i svenska hushåll påverkar medieanvändningen både vad gäller användningsmönster och tid. En direkt effekt av bredbandsutbyggnaden är en markant ökad användning av Internet, säger Ulla Carlsson, professor och ansvarig för undersökningen vid Nordicom, Göteborgs universitet.

Ökad användning av Internet

2003 hade knappt 30 procent tillgång till bredband medan motsvarande siffra för 2006 är drygt 60 procent. Sedan 2003 har andelen Internetanvändare i det närmaste fördubblats, från 33 procent till 62 procent en vanlig dag. Den bruttotid svenskarna ägnar åt medierna har legat relativt stabilt under de senaste åren men nu kan en ökning skönjas och medietiden passerar sex timmar (6 timmar och 8 minuter) och den ökningen kan i hög grad tillskrivas användningen av Internet.

Ett fragmenterat mediasystem - plattformar för text, ljud och bild på nätet spelar en allt större roll

Konvergens, fragmentering, individualisering, interaktivitet och mobilitet är begrepp som återkommer i analyserna av dagens medielandskap. Informationen flödar allt friare, allt mer utan bindning till tid och rum. Medierna är inte kopplade till hemmet på samma sätt som tidigare. Den ökade tillgången till bredband har förstärkt och påskyndat denna utveckling.

Publiken fördelar sig idag över ett allt större antal olika kanaler. Såväl räckvidd som medietid ökar för nättidningar, webbaserad radio och tv, etc. Det är främst i de yngre åldersgrupperna, 15 till 44-åringarna, de nya mönstren i medieanvändningen kan avläsas.

Fler läser dagstidningen på nätet en genomsnittlig dag 2006 än tidigare och bland Internetanvändarna är det 25 procent (16 % 2005) som uppger att de läser dagstidning i elektronisk form en vanlig dag. Internet spelar särskilt stor roll för kvällspressens räckvidd - nästan varannan kvällstidningsläsare tar del av tidningen i form av nättidning och här är 25 till 44-åringarna flitigast. Räckvidden ökar också, om än långsamt, för tittande på TV-program och lyssnande på radio via nätet. Närmare en fjärdedel av 15 till 24-åringarna har tittat på TV eller film i datorn en genomsnittlig vecka.

Stora skillnader mellan män och kvinnor

Skillnader mellan olika gruppers tillgång till bredband tenderar att förstärka såväl den sociala ojämlikheten som skillnaderna mellan män och kvinnor vad gäller Internetanvändningen i hemmet. Det är betydligt fler män (58 %) som använder Internet än kvinnor (46 %) en genomsnittlig dag och samma mönster upprepas vad gäller tiden (83 min resp 61 min). Endast läsning av böcker uppvisar så stora skillnader mellan könen men då är mönstret det omvända. Kvinnorna (45 %) är betydligt flitigare bokläsare än männen (31 %) en genomsnittlig dag.

Ökad Internet-användning bland äldre

Internetanvändningen är fortfarande i hög grad ålderssegregerad. Bland 15 till 24-åringarna har närmare 85 procent varit ute på nätet en genomsnittlig dag och den tid ungdomarna lägger på nätet i hemmet en vanlig dag är drygt 120 minuter (totalt 132 minuter). Motsvarande siffror för ålderspensionärerna är 26 procent och 48 minuter. Det är dock fråga om en påfallande ökning i denna grupp - drygt 10 procentenheter skiljer mellan 2006 och 2005. Inget annat land kan uppvisa en sådan Internet-aktivitet bland äldre.

Men TV, radio och morgonpress dominerar ändå medieanvändningen...

Ett mobilt och interaktivt kommunikationssamhälle växer fram vid sidan av de traditionella medieformerna. Men de medier som flest människor tar del av en genomsnittlig dag är television, morgonpress och radio. TV är det största mediet med en räckvidd på 86 procent, dagstidningen 81 procent och radion når 74 procent. Styrkeförhållandet mellan de tre har varit i stort sett detsamma sedan mitten av 1990-talet. Det som hänt är att andelen TV-tittare har ökat med mellan fem och tio procentenheter sedan början av 1990-talet medan andelen läsare av morgonpress och böcker är kvar på samma nivå som tidigare och för radiolyssnandet kan en nedgång förmärkas. Sammantaget kan man konstatera att de tryckta medierna klarar sig relativt bra i konkurrensen i ett nytt medielandskap konstaterar Ulla Carlsson.

Om undersökningen *Mediebarometern*

Mediebarometern är en årlig räckviddsundersökning, som avser att belysa hur stor andel av den svenska befolkningen som en genomsnittlig dag under respektive år har tagit del av ett antal enskilda medier: radio, TV, text-TV, video, bio, ljudkassett, CD, mp3, morgontidning, kvällstidning, vecko-månadstidning/tidskrift, reklam och Internet. Syftet är att beskriva tendenser och förändringar i människors nyttjande av massmedier. Undersökningen bygger på telefonintervjuer till ett slumpmässigt urval av befolkningen mellan 9-79 år. Urvalet 2006 omfattar kring 4 200 personer. Mediebarometern genomfördes första gången 1979 och har sedan genomförts varje år. NORDICOM vid Göteborgs universitet har sedan 1994 ansvar för undersökningen.

För ytterligare information:

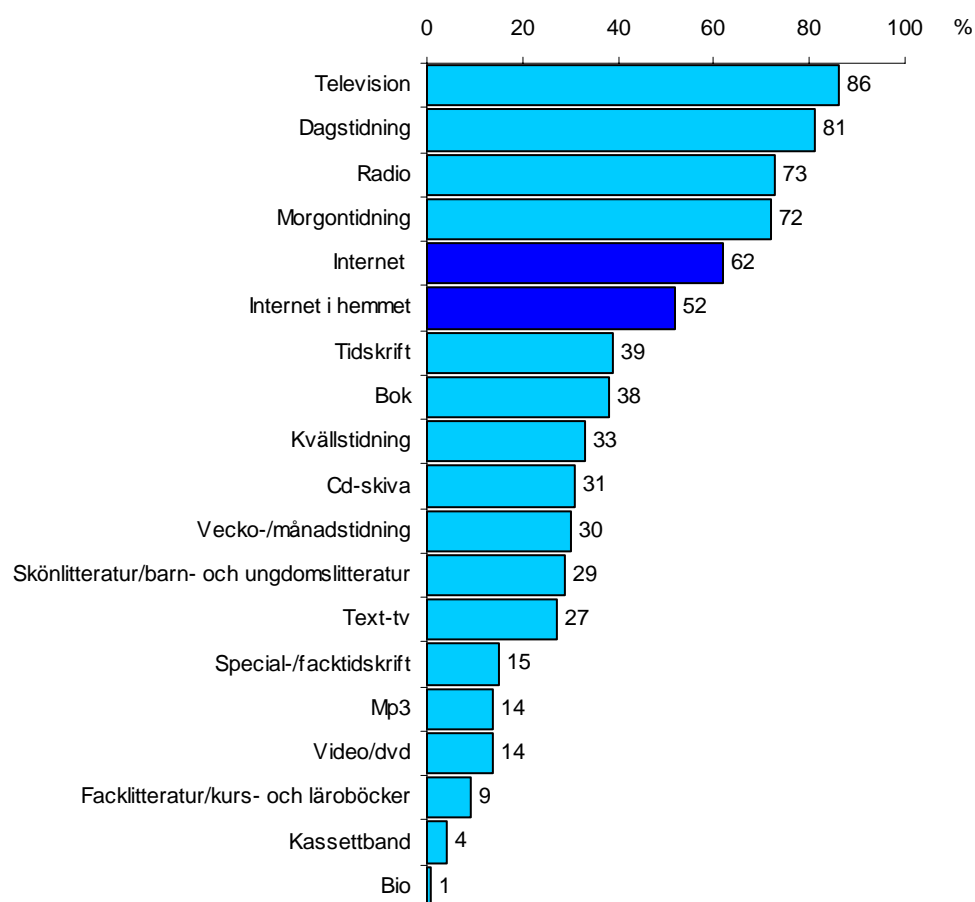
<i>Ulla Carlsson</i>	tel 031 786 12 19	ulla.carlsson@nordicom.gu.se
<i>Ulrika Facht</i>	tel 031 786 13 06	ulrika.facht@nordicom.gu.se
<i>Karin Hellingwerf</i>	tel 031 786 19 92	karin.hellingwerf@nordicom.gu.se

Mediebarometern 2006 är publicerad på Nordicoms hemsida www.nordicom.gu.se

Bilagor:

- Andel som använder olika massmedier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2006 (%)
- Genomsnittlig användningstid för Internet en genomsnittlig dag 2006 (minuter)

Andel som använder olika massmedier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2006 (%)



Genomsnittlig användningstid för internet sett till typ av anslutning i hemmet bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2006 (minuter)

