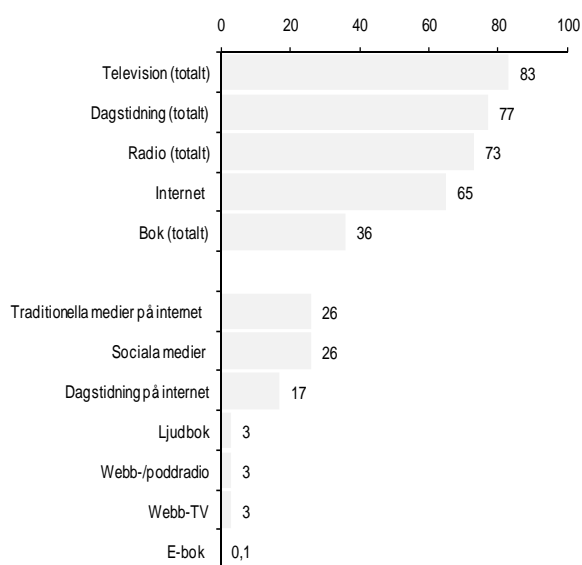


Nordicom-Sveriges

Internetbarometer 2009

Den 'nya' mediedagen



MedieNotiser

Nordicom-Sverige
Göteborgs universitet
Nr 2, 2010

Nordicom-Sveriges Internetbarometer 2009

En sammanfattning

Ett interaktivt och mobilt kommunikationssamhälle har växt fram vid sidan av de traditionella medierna. Ungdomar väljer sociala medier och nischade tv-kanaler medan äldre väljer 'traditionella' medier och deras sajter. Sett i ett 30-årsperspektiv är det idag något fler som tittar på tv och läser böcker medan ungefär lika många lyssnar på radio och läser dagstidning. Och tiden vi lägger på medierna? Totalt sett har den ökat med ungefär 40 minuter en vanlig dag för att idag uppgå till ungefär 6 timmar. Förtätningen i medieutbudet innebär att en omfördelning har skett mellan medierna – från de traditionella medierna till nya medieformer på nätet. Man ägnar inte lika lång tid åt t ex att lyssna, titta och läsa vad gäller de traditionella medierna, radio, tv och tidningar, som tidigare. Men variationen är stor mellan olika grupper. Lågutbildade ägnar betydligt längre tid åt att lyssna på radio och tv än att använda internet i hemmet medan det motsatta gäller för högutbildade. Dessa sociala skillnader genomsyrar alla åldersgrupper.

Nästan alla har internet hemma – Internet i någon annan apparat än dator allt vanligare

I befolkningen 9-79 år har närmare 90 procent tillgång till internet i hemmet. Bland ungdomar, 15–19 år, har 99 procent internet och bland de äldre är motsvarande siffra 66 procent (se tabell 3). Majoriteten av dem som har internet i hemmet är uppkopplade via bredband. En fjärdedel har tillgång till internet via annan apparat än dator, t ex mobiltelefon och mp3-spelare. Bland ungdomar 15–19 år handlar det om drygt 40 procent (se figur 9).

Två tredjedelar av befolkningen har använt internet en genomsnittlig dag

Nästan alla ungdomar, 85 procent, använder internet en vanlig dag. Bland pensionärer är andelen internetanvändare 33 procent medan 66 procent av dem har tillgång till internet i hemmet (se tabellerna 8 och 3).

Den tid som ägnas åt internet ökar för varje år. 1998 var användningstiden under en timme medan den genomsnittliga användaren 2009 ägnar drygt 1 timme och 45 minuter åt internet en vanlig dag, längst är den genomsnittliga användningstiden bland ungdomar, 2 timmar och 35 minuter och kortast bland pensionärer, 1 timme och 26 minuter (se tabell 10).

En av fyra har konsumerat traditionella medier via internet

Allt fler använder sig av nätet för att ta del av olika medier. En genomsnittlig dag 2009 har 25 procent av befolkningen tagit del av någon dagstidning, veckotidning, tidskrift, radio- och/eller tv-kanal online.

Dagstidning

Internetbarometern visar att andelen dagstidningsläsare på nätet snabbt har ökat från 6 procent 2002 till 15 procent 2006. Därefter har ökningstakten varit svag och sedan 2007 är det oförändrat 17 procent som uppger att de läser någon dagstidning på nätet (se figur 11).

Morgontidningsläsningen på nätet är 6 procent – samma som de två föregående åren. Andelen som har läst morgontidningen enbart på nätet är 3 procent 2009 (se figur 13). Motsvarande siffra för kvällstidningsläsning på nätet ligger stabilt på 14 procent sedan 2006. Det är 12 procent som har läst kvällstidningen enbart på internet 2009 (se figur 12).

Morgon- och kvällstidningars webbplatser är de sajter som användarna i störst utsträckning nyttjar för nyheter online. En genomsnittlig dag har 18 procent av dem tagit del av nyheter på en kvällstidnings sajt medan 14 procent har hämtat nyheter på någon morgontidnings sajt. En procent av internetanvändarna har använt webb-tv på någon morgontidning eller kvällstidning (se tabell 24).

Tv och annan rörlig bild

Den rörliga bilden har gått från att distribueras via biografer, tv och video till att vara tillgänglig via digitala format och internet. Det ger publiken möjlighet att själva välja vad man vill se och när man vill se på film och

rörlig bild. Utbyggnaden av bredband har varit en förutsättning för distribution och konsumtion via internet. 2009 har tre av fyra i befolkningen tillgång till bredband i hemmet; samtidigt som möjligheten att surfa via bärbara apparater blir allt större.

En genomsnittlig dag tittar 81 procent av befolkningen på tv i 'vanlig' tv-apparat, 13 procent tittar på video/dvd. Andelen tv-tittare via internet uppgår 2009 till 3 procent. I ungdomsgruppen har 8 procent sett tv via internet, och andelen av befolkningen som ser videoklipp på internet (t ex på youtube) uppgår till 15 procent (se tabell 6 och tabell 20).

Om man ser till dem som *använt internet* en genomsnittlig dag har 6 procent sett på någon tv-kanal online och i gruppen ungdomar 15–24 år är andelen 9 procent. Att se på videoklipp är betydligt vanligare – det gör 23 procent av användarna. I ungdomsgrupperna har över hälften tittat på videoklipp en genomsnittlig dag. En procent av användarna lade själva ut något klipp på nätet (se tabell 17).

Radio

De flesta som lyssnar på radio gör det via en vanlig radioapparat och 2 procent av befolkningen lyssnar på direktsänd radio via internet. Bland ungdomar är andelen 5 procent (se tabell 6).

Stora generationsskillnader i internetanvändningen

– En av fyra svenskar har använt sociala medier en genomsnittlig dag

Av hela befolkningen är det 26 procent som har använt något socialt medium en vanlig dag (sociala nätverk/communities/diskussionsforum och chattgrupper) och lika många tar del av traditionella medier på internet (se tabell 19). Framför allt använder de äldre grupperna av befolkningen internet för e-post, information/faktasökning och dagstidningsläsning medan de unga söker sig till sociala medier, lyssnar till musikfiler och tittar på videoklipp.

I barn- och ungdomsgrupperna har de sociala medierna på internet och nya medietekniker haft stor genomslagskraft under senare år men den populäraste 'medieaktiviteten' bland barn är fortfarande att se på tv, 91 procent, att läsa böcker för nöjes skull, 59 procent följt av datorspel, 54 procent – bland flickorna är andelen som läser blogg 27 procent och bland pojkarna tar 24 procent del av ett onlinespels community (se figurerna 4, 5, 27 och 28). I samma åldersgrupp läser 28 procent en vecko-/månadstidning och det är 20 procent tar del av ett socialt nätverk.

Ungdomar mellan 15-24 år är förhållandevis flitiga användare av de internetjänster som möjliggör kommunikation mellan flera användare och de sociala nätverken har en självklar plats i deras liv. Drygt 65 procent av ungdomarna ägnar sig åt sociala medier en vanlig dag – av dessa kommunicerar 66 procent via messenger och närmare 60 procent tar del av något socialt nätverk, t ex facebook (se tabell 17 och 20). Bland ungdomarna är skillnaderna mellan pojkar och flickor mycket tydliga vad gäller internetanvändningen. 56 procent av flickorna har deltagit i något socialt nätverk, 44 procent läser blogg och 35 procent ser på videoklipp. Bland pojkar i samma åldersgrupp används messenger av 41 procent och 31 procent ser något videoklipp. Samtidigt ägnar 42 procent av ungdomarna sig åt nöjesläsning av böcker (se figur 4, 5, 28a och 28b).

Vem bloggar och vem nätverkar?

Deltagandet i bloggsfären har ökat från 7 procent 2008 till 12 procent 2009. Andelen blogggläsare är högst i gruppen flickor 9–17 år (35 procent). I samma grupp har 10 procent skrivit i egen blogg en genomsnittlig dag (tabell 20). Den sociala nätverkaren har en något äldre åldersprofil än bloggarna, 54 procent i åldersgruppen 15–19 år och 18 procent i åldersgruppen 35–44 år deltar i ett socialt nätverk, t ex Facebook (tabell 23).

Hälften av alla pojkar spelar datorspel en vanlig dag

I befolkningen har hälften av pojkarna och 37 procent av flickorna i gruppen 9–14 år spelat dator-/tv-/internetspel en vanlig dag. Actionspel och äventyrsspel tillhör de mest populära spelen (tabellerna 29 och 30). Att datorspel även har en social dimension märks i åldersgruppen där 25 procent av internetanvändarna har tagit del av något onlinespels community en vanlig dag.

INNEHÅLL

Användning av och tillgång till massmedier

Figur 1. Andel som använder massmedier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	8
Tabell 1. Andel som använder olika massmedier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	8
Figur 2. Tidpunkter för medieanvändning i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	9
Figur 3. Andel av befolkningen 15-24 år och 65-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig dag 2009 (%).....	10
Figur 4. Populära medieaktiviteter en genomsnittlig dag 9-14 år 2009 (%).....	11
Figur 5. Populära medieaktiviteter en genomsnittlig dag 15-24 år 2009 (%).....	11
Tabell 2. Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till olika medier i hemmet 2009 (%).....	12

Tillgång

Tabell 3. Andel av befolkningen som har tillgång till internet i hemmet 1995-2009 (%).....	14
Figur 6. Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till internet i hemmet efter ålder 1996-2009 (%).....	15
Figur 7. Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till internet i hemmet efter yrkesgrupp-tillhörighet 1996-2009 (%).....	15
Figur 8. Tillgång till internet och bredband i hemmet i befolkningen 9-79 år 2002-2009 (%).....	16
Tabell 4. Tillgång till bredband i hemmet i befolkningen 9-79 år 2002-2009 (%).....	16
Figur 9. Andel av befolkningen som har tillgång till internet i annan apparat än datorn 2009 (%).....	17
Tabell 5. Andel av befolkningen som har tillgång till internet i annan apparat än datorn 2007-2009 (%).....	18

Medier och internet

Figur 10. Olika tekniker för medieanvändning i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	20
Tabell 6. Olika tekniker för medieanvändning i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	20
Figur 11. Dagstidningsläsning en genomsnittlig dag 2002-2009 (%).....	21
Figur 12. Kvällstidningsläsning en genomsnittlig dag 2002-2009 (%).....	21
Figur 13. Morgontidningsläsning en genomsnittlig dag 2002-2009 (%).....	21
Tabell 7. Läsaren av dagstidning på internet 2009 (%).....	22

Användning av internet en genomsnittlig dag

Figur 14. Andel av befolkningen 9-79 år som använt internet i hemmet en genomsnittlig dag sett i relation till tillgång 1998-2009 (%)..	24
Figur 15. Andel av befolkningen 9-79 år som använt internet totalt en genomsnittlig dag 2009 (%).....	24
Tabell 8. Andel av befolkningen 9-79 år som använt internet totalt och i hemmet en genomsnittlig dag 2009 (%).....	25
Figur 16. Andel av befolkningen 9-79 år som använt internet totalt och i hemmet en genomsnittlig dag 1998-2009 (%).....	26
Tabell 9. Andel av befolkningen 9-79 år som använt internet totalt1 eller i hemmet en genomsnittlig dag 1998-2009 (%).....	26
Figur 17. Genomsnittlig användningstid bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (minuter).....	27
Tabell 10. Genomsnittlig användningstid bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 1998-2009 (minuter).....	27
Figur 18. Användningstid i intervall bland internetanvändare 9-79 år en genomsnittlig dag 2003 och 2009 (%).....	28
Tabell 11. Användningstid i intervall bland internetanvändare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	28
Figur 19. Internetanvändning i befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2009 (%).....	29
Tabell 12. Internetanvändning i befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2009 (%).....	29
Figur 20. Tidpunkter för användning av massmedier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	29
Figur 21. Tidpunkter för internetanvändning och tv i hemmet i befolkningen 15-24 år en genomsnittlig dag 2003 och 2009 (%).....	30
Tabell 13. Internetanvändning i hemmet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2003 och 2009 (%).....	30

Användningsområde en genomsnittlig dag

Figur 22. Användning av medier på internet bland användare i hemmet 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	32
Tabell 14. Användning av medier på internet bland användare i hemmet 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	32
Figur 23. Användningsområde bland användare i hemmet 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	33
Tabell 15. Användningsområde bland användare i hemmet en genomsnittlig dag 2009 (%).....	33
Figur 24. Användningsområde bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	34
Tabell 16. Användningsområde bland användare en genomsnittlig dag 2009 (%).....	34

Figur 25. Användningsområde bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	35
Tabell 17. Användningsområde bland användare i en genomsnittlig dag 2009 %.....	35
Figur 26. Användningsområde bland låg- och högkonsumenter av internet 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	36
Tabell 18. Användningsområde bland låg- och högkonsumenter av internet 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	36
Figur 27. Användningsområde i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	37
Tabell 19. Användningsområde i befolkningen en genomsnittlig dag 2009 (%).....	38
Tabell 20. Användningsområde i befolkningen en genomsnittlig dag 2009 (%).....	38
Tabell 21. Användaren av traditionella medier på internet (A) och sociala medier på internet (B) 2009 (%).....	39
Tabell 22. Andel som skrivit i egen blogg (A) och andelen som läser blogg (B) 2009 (%).....	40
Tabell 23. Andel som deltagit i socialt nätverk 2009 (%).....	41
Figur 28a. Populära internetaktiviteter i befolkningen 9-14 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	42
Figur 28b. Populära internetaktiviteter i befolkningen 15-24 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	42
Figur 29. Andel av befolkningen 9-79 år som tagit del av nyheter på internet en genomsnittlig dag 2009 (%).....	43
Tabell 24. Internetanvändare 9-79 år som tagit del av nyheter på olika internetplatser en genomsnittlig dag 2009 (%).....	43
Tabell 25. Andel av befolkningen 9-79 år som spelar spel på internet genomsnittlig dag 2004-2009 (%).....	44
Tabell 26. Andel av befolkningen 9-79 år som spelar spel i mobiltelefon en genomsnittlig dag 2007-2009 (%).....	44
Tabell 27. Andel av befolkningen 9-79 år som spelar dator-/tv- och internetspel en genomsnittlig dag/vecka 2004-2009 (%).....	45
Tabell 28. Dator-/tv- och internetspel användare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2004-2009 (%).....	45
Figur 30. Typ av spel bland spelare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	46
Tabell 29. Typ av spel bland spelare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	46
Tabell 30. Typ av spel bland spelande pojkar 9-14 och 15-24 år 2009 (%).....	46

Internet och andra medier

Figur 31. Medieanvändning bland internetanvändare i hemmet /ej användare i hemmet 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	48
Figur 32. Medieanvändning bland internetanvändare/ej användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	49
Figur 33. Medieanvändning bland internetanvändare/ej användare 9-14 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	50
Figur 34. Medieanvändning bland internetanvändare/ej användare 15-24 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	51
Figur 35. Medieanvändning bland internetanvändare/ej användare 25-44 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	52
Figur 36. Medieanvändning bland internetanvändare/ej användare 45-64 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	53
Figur 37. Medieanvändning bland internetanvändare/ej användare 65-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	54
Tabell 31. Medieanvändning bland internetanvändare/ej användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	55
Tabell 32. Medieanvändning bland (A) personer som använt sociala medier på internet och (B) personer som använt traditionella medier på internet 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	56
Figur 38a. Användningstid för olika medier bland internetanvändare/ej användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (minuter).....	57
Figur 38b. Användningstid för olika medier bland internetanvändare/ej användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2000 (minuter).....	57
Figur 39. Bruttotid för massmedier fördelat på olika medier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2003 och 2009 (%).....	58
Tabell 33. Användningstid för olika massmedier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (minuter).....	58
Figur 40. Bruttotid för massmedier fördelat på olika medier i befolkningen, efter ålder en genomsnittlig dag 2009 (%).....	59
Figur 41. Andel som tagit del av reklam på internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2004-2009 (%).....	60
Tabell 34. Andel som tagit del av reklam på internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2004-2009 (%).....	60

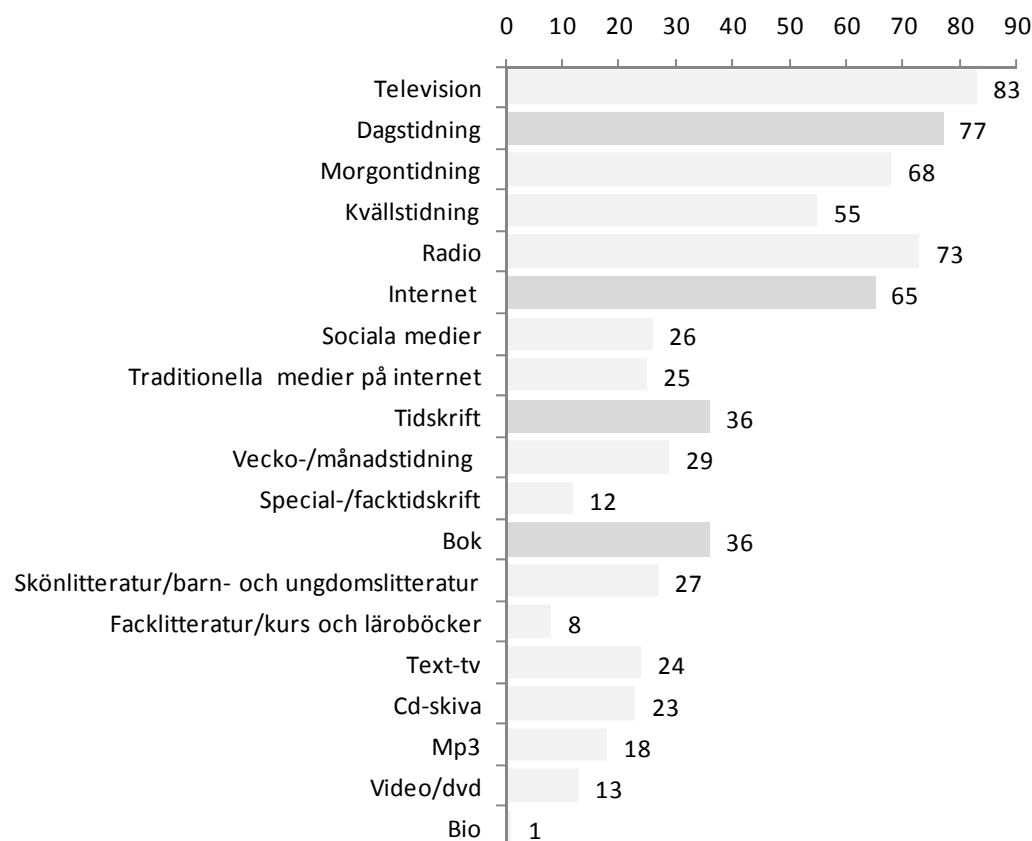
Mobiltelefoni

Figur 42. Tillgång till mobiltelefonfunktioner bland innehavare 9-79 år 2009 (%).....	62
Tabell 35. Tillgång till mobiltelefonfunktioner bland innehavare 9-79 år 2009 (%).....	62
Figur 43. Tillgång till olika funktioner i mobiltelefonen bland barn 9-14 år 2009 (%).....	63
Figur 44. Tillgång till olika funktioner i mobiltelefonen bland ungdomar 15-24 år 2009 (%).....	63
Figur 45. Användningsområden bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	64
Tabell 36. Användningsområden bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%).....	64
Figur 46. Användning av mobiltelefonfunktioner bland mobilinnehavare 9-14 år och 15-24 år en genomsnittlig dag, 2009 (%).....	65
Fakta om Mediebarometern.....	66
Urvalsstorlek.....	69

Användning av och tillgång till massmedier

Användning

Figur 1. Andel som använder massmedier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)



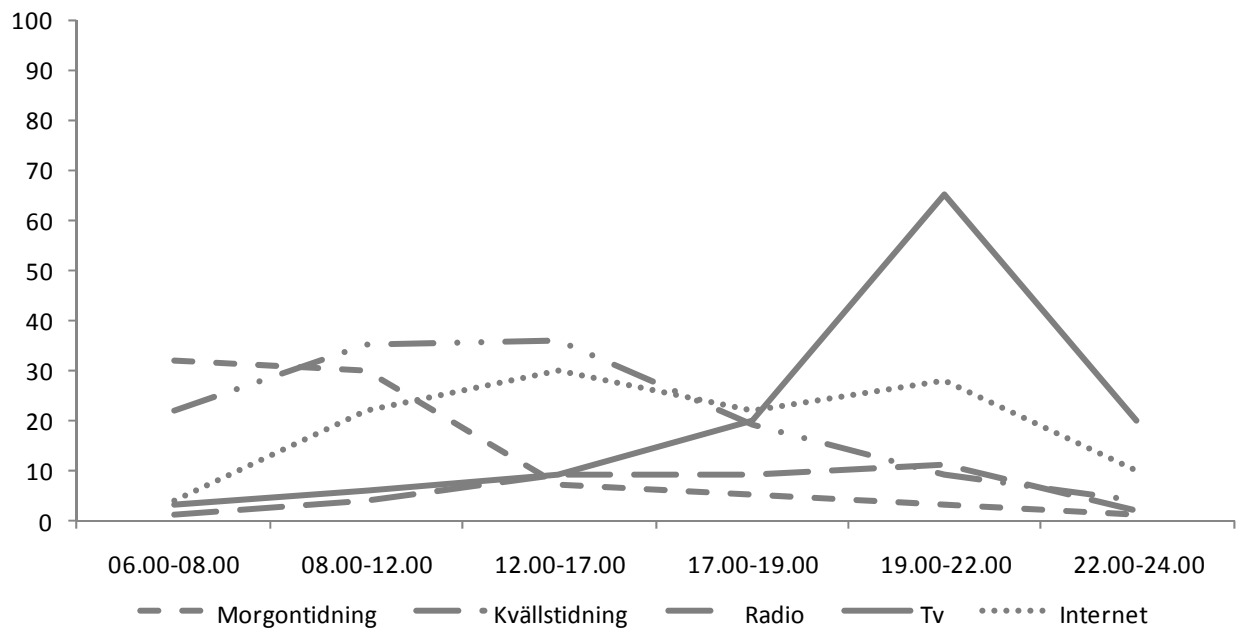
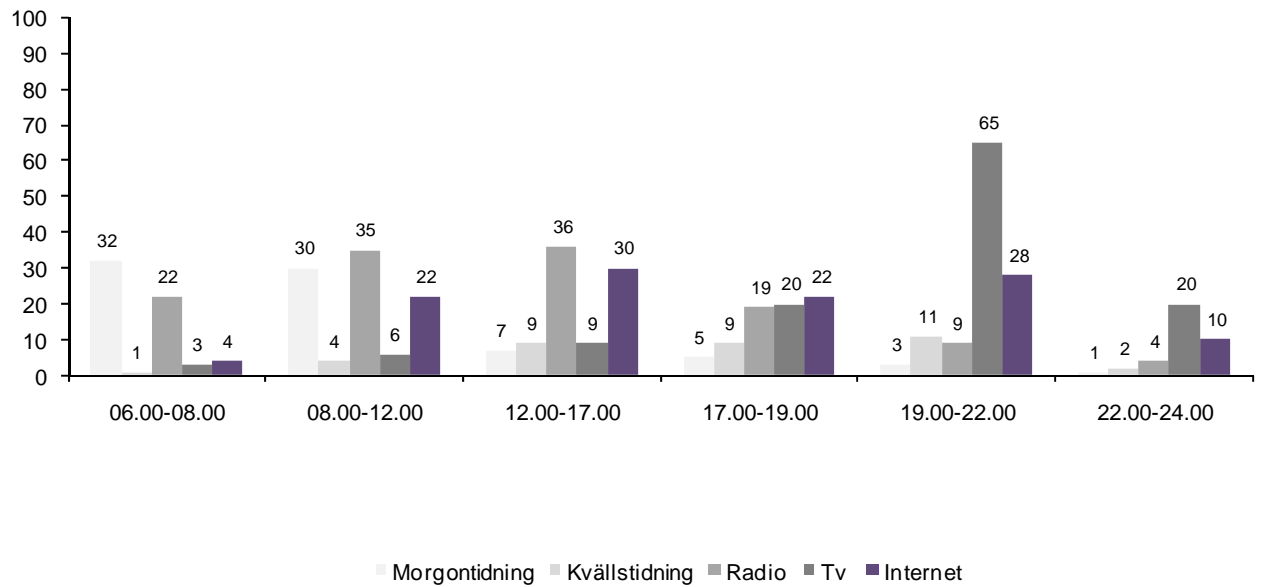
Tabell 1. Andel som använder olika massmedier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)

	Totalt	Kön			Ålder						Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor		9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög	
Television	83	84	82		91	78	80	82	90	88	83	80	
Dagstidning	77	77	76		41	58	76	88	89	85	78	84	
Morgontidning	68	68	68		31	46	66	81	84	77	68	77	
Kvällstidning	55	56	55		33	52	61	59	52	59	63	53	
Radio	73	72	73		52	59	72	80	80	78	76	73	
Internet	65	69	61		65	85	78	63	34	35	68	75	
Sociala medier	26	25	26		44	64	32	11	4	8	28	23	
Traditionella medier på internet	25	30	22		5	29	39	26	13	13	30	34	
Tidskrift	36	31	41		29	23	33	38	51	42	31	41	
Vecko-/månadstidning	29	21	35		28	20	24	27	45	37	24	29	
Special-/facktidsskrift	12	15	10		1	4	13	16	14	9	10	19	
Bok	36	28	43		59	40	35	31	34	21	30	43	
Skönlitteratur/barn- och ungdomslitteratur	27	19	34		43	27	25	24	28	17	23	32	
Facklitteratur/kurs- och läroböcker	8	8	8		16	14	9	5	4	2	5	10	
Text-tv	24	30	18		11	16	28	24	28	26	24	26	
Cd-skiva	23	24	23		30	24	27	22	16	16	22	27	
Mp3	18	19	16		40	54	16	6	2	5	17	13	
Video/dvd	13	14	12		24	18	14	9	8	6	12	12	
Bio	1	1	1		1	3	1	1	0	0	1	1	

Anm: Kategorin dagstidning är en sammanslagning av morgon- och kvällspressläsare och innebär att man tagit del av minst något av dessa medier. På samma sätt är kategorin tidskrift en sammanslagning av vecko-/månadstidning och special-/facktidsskrift. Vad gäller bokkategorierna, skönlitteratur/barn- och ungdomslitteratur samt facklitteratur/kurs- och lärobok bygger dessa på följdfrågor till bokläsare. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chatgrupp eller blogg. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, radio eller tv.

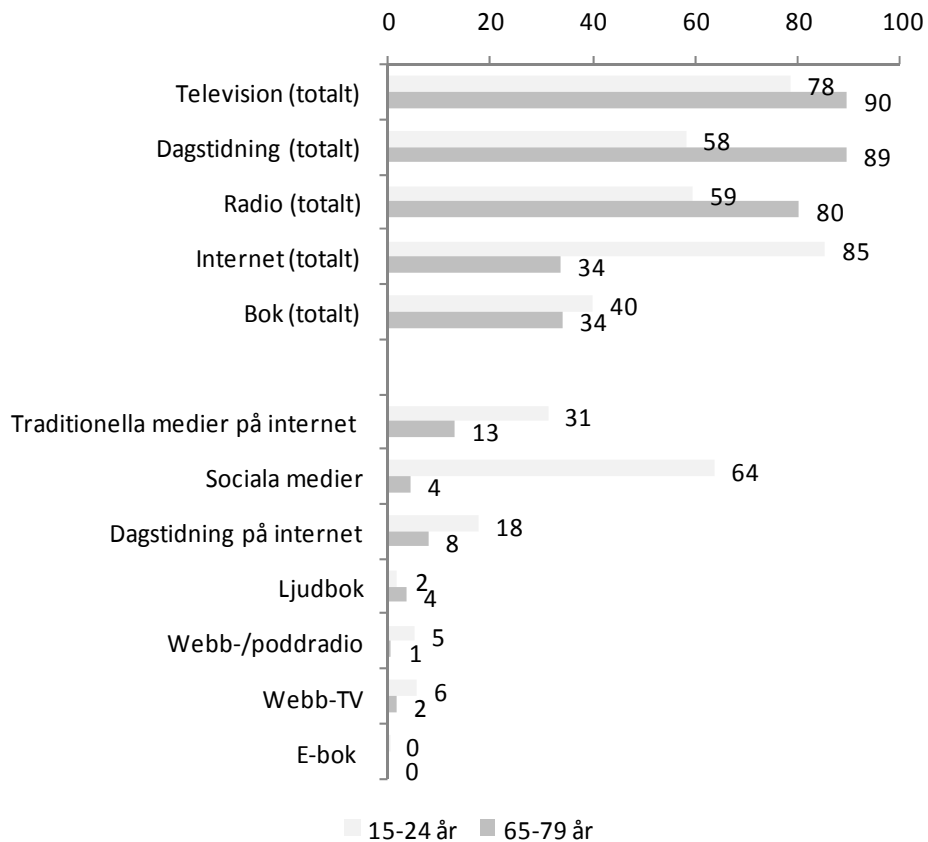
Användning

Figur 2. Tidpunkter för medieanvändning i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)



Användning

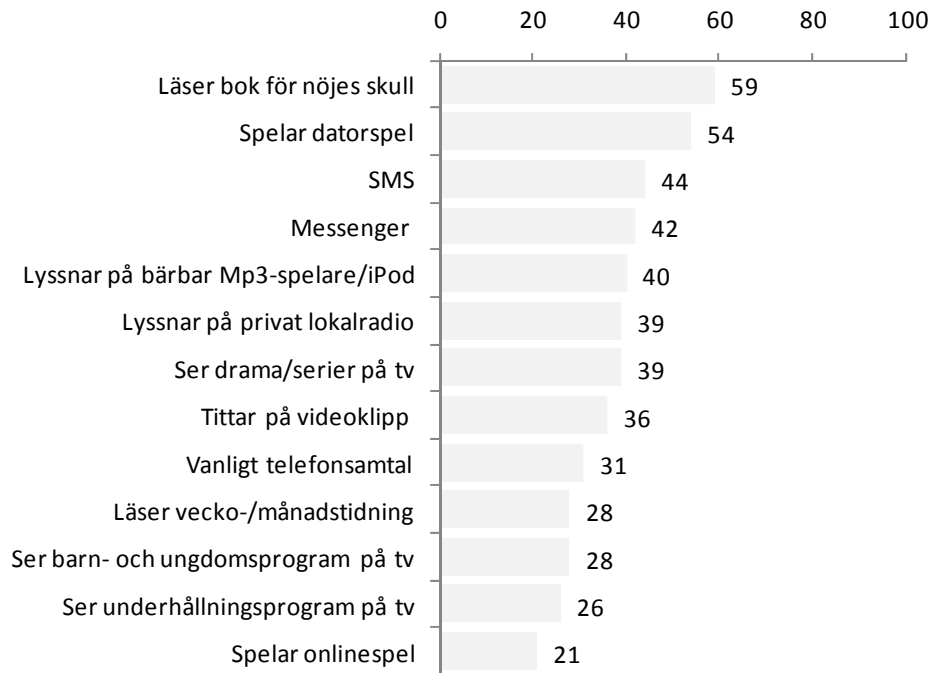
Figur 3. Andel av befolkningen 15-24 år och 65-79 år som använder olika massmedier en genomsnittlig dag 2009 (%)



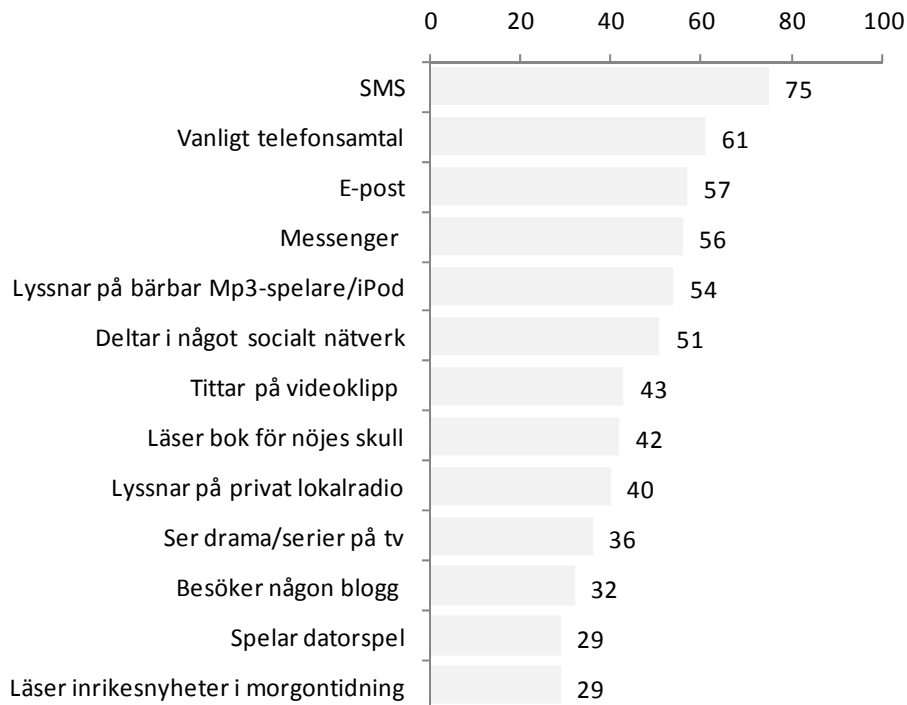
Anm: Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chatgrupp eller blogg. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, radio eller tv.

Användning: ungdomar

Figur 4. Populära medieaktiviteter en genomsnittlig dag 9-14 år 2009 (%)



Figur 5. Populära medieaktiviteter en genomsnittlig dag 15-24 år 2009 (%)



Tillgång till medier

Tabell 2. Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till olika medier i *hemmet* 2009 (%)

Har i <i>hemmet</i> tillgång till	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Prenumeration på dagstidning	66	64	67	55	55	53	75	81	71	63	69
enbart en	59	58	60	52	52	49	66	71	65	59	59
två eller fler	7	6	7	3	4	4	9	10	5	4	10
Radio	100	99	100	99	99	100	100	100	100	100	99
vanlig radioapparat	92	90	93	89	81	86	97	99	96	91	91
via internet	56	59	54	51	77	71	54	26	31	61	64
i mobil/mp3/ipod	56	59	54	71	77	66	52	28	38	61	55
bilradio	85	86	84	88	81	84	89	81	79	87	84
Tv	97	97	98	100	97	95	98	99	98	97	97
vanlig tv-apparat	97	96	97	100	96	94	97	99	97	96	96
enbart en	33	31	35	11	21	38	33	46	43	31	38
två	34	35	34	34	28	30	37	41	38	34	34
tre eller fler	29	31	28	54	47	25	28	12	16	32	24
via internet	29	29	29	28	37	35	28	17	18	30	33
i mobil/mp3/ipod	5	7	3	6	7	6	4	2	4	5	5
i annan apparat	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Text-tv	93	93	93	90	94	91	95	93	92	94	92
via tv-apparat	92	91	92	90	92	89	94	93	92	92	91
via internet	22	28	18	16	30	29	21	13	15	26	23
i mobil/mp3/ipod	5	7	3	6	7	6	4	2	4	5	5
Multi-tv totalt	90	90	90	72	87	91	94	93	93	92	91
via kabel	41	39	43	30	40	43	43	42	40	42	45
via parabol	30	30	29	28	31	24	33	30	32	31	26
via mark	33	32	33	29	30	34	32	35	35	33	32
via bredband/IP-tv	10	9	10	9	10	11	10	8	8	10	10
DVD-spelare	86	87	85	97	94	91	88	65	69	90	88
enbart en	59	57	60	54	51	60	63	56	55	61	61
två eller fler	28	30	26	43	43	32	25	9	13	29	28
Video	53	52	53	66	53	47	54	50	49	51	51
enbart en	45	45	46	56	44	42	46	46	44	43	44
två eller fler	7	7	7	10	10	6	8	4	6	7	7
PVR/hårddiskmottagare	15	16	13	15	16	18	15	7	8	15	17
Persondator totalt	91	88	89	96	98	97	90	66	67	93	95
enbart en	33	36	34	17	20	34	38	47	42	39	34
två eller fler	58	52	55	79	78	63	52	19	25	54	61
Portabel dator	63	61	62	70	77	75	60	30	34	61	72
Internet via dator	89	91	88	96	98	97	90	66	67	93	95
Internet via annan apparat ¹	26	28	23	32	39	35	20	9	11	27	29
Bredbandsanslutning	73	75	72	79	80	82	73	54	55	77	77
Mp3-spelare	46	43	45	68	81	54	32	14	20	46	46
Konsol för tv-spel	44	36	40	85	68	53	25	4	13	42	36
Bärbart spel	11	9	10	24	17	14	5	0	3	10	9

Anm: Med multikanal-tv avses tv med fler kanaler än marknätets så kallade frikanaler.

¹ Avser tillgång via till exempel mobiltelefon mp3/Ipod, spelkonsol eller annan mediaspelare.

Tillgång

Tillgång: internet i hemmet

Tabell 3. Andel av befolkningen som har tillgång till internet i *hemmet* 1995-2009 (%)

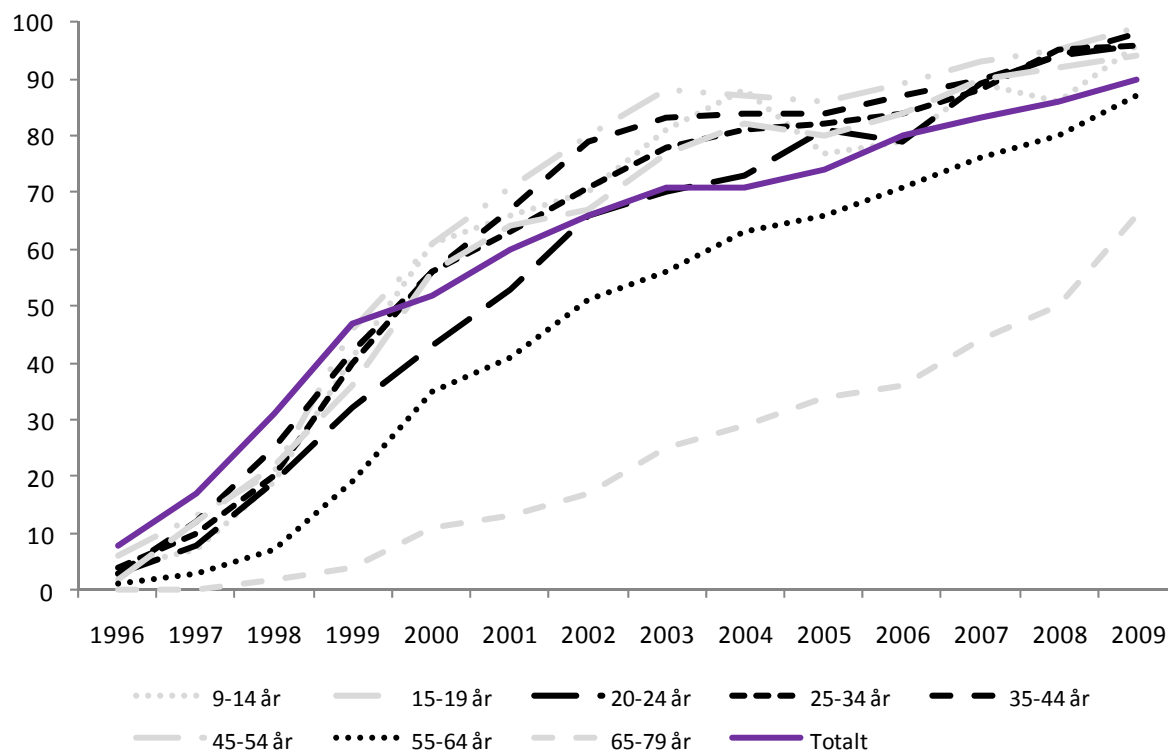
		1995	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2008	2009
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	3	17	47	60	71	74	83	84	90
	Vuxna 18-79 år	2	16	44	58	69	73	82	84	88
	Barn/ungdom 9-17 år	4	20	61	75	88	83	89	83	97
Kön	Män 9-79 år	3	18	49	65	74	78	85	86	91
	Kvinnor 9-79 år	2	15	44	56	68	70	80	82	88
	Män 18-79 år	3	18	46	63	72	77	84	86	90
	Kvinnor 18-79 år	2	15	42	54	66	69	79	83	87
	Pojkar 9-17 år	4	21	67	78	91	86	91	87	98
	Flickor 9-17 år	5	20	55	71	86	79	88	80	97
Ålder	9-14 år	4	19	61	70	88	79	86	83	96
	15-19 år	6	21	61	80	87	89	95	96	99
	20-24 år	3	19	43	66	73	79	94	94	96
	25-34 år	4	20	56	71	81	84	95	94	96
	35-44 år	3	25	56	79	84	87	94	97	98
	45-54 år	2	22	56	67	82	84	92	93	94
	55-64 år	1	7	35	51	63	71	80	82	87
	65-79 år	0	2	11	17	29	36	50	60	66
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial < 9 år	0	5	19	25	37	43	50	53	62
	Förgymnasial 9-10 år	1	9	42	48	52	57	67	76	76
	Gymnasial ≤ 2 år	1	17	45	63	73	78	87	87	92
	Gymnasial > 2 år	4	20	50	67	75	80	88	91	93
	Högskola/universitet ≤ 3 år	7	27	55	71	71	83	90	90	93
	Högskola/universitet > 3 år	6	29	65	75	86	88	92	93	96
Utbildning/kön (16-79 år)	Lågutbildade män	1	7	28	36	44	54	60	65	66
	Lågutbildade kvinnor	1	5	20	26	36	39	50	56	54
	Gymnasieutbildade män	3	20	50	71	79	85	90	92	93
	Gymnasieutbildade kvinnor	1	17	44	61	69	73	86	89	85
	Högutbildade män	8	34	62	78	85	86	93	93	93
	Högutbildade kvinnor	4	24	59	70	82	84	90	90	91
Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetande	3	20	54	67	79	92	91	92	92
	Pensionärer	0	2	11	18	33	40	53	58	62
	Studerande	5	24	54	76	78	85	94	96	97
Hushållsstorlek	En person	1	9	23	34	44	47	59	62	66
	Två personer	2	10	36	49	64	67	76	81	80
	Tre personer	3	22	60	73	83	87	92	92	93
	Fyra eller fler	4	24	64	81	88	87	94	93	94
Hemort	Stockholmsregionen ¹	7	25	44	60	75	77	84	88	88
	Göteborgs-/Malmöregionen ²	2	20	54	63	75	81	88	86	89
	Övriga landet	2	15	49	56	69	72	81	83	83

¹ Avser Stockholm, Södertälje A-region.

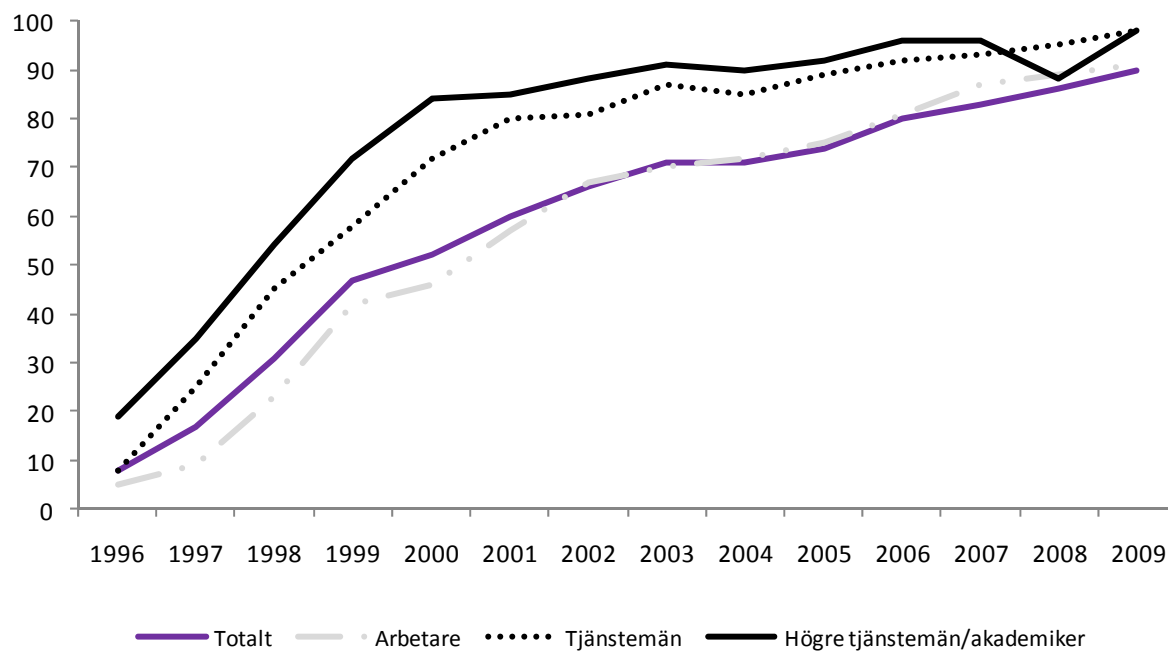
² Avser Göteborgs-/Malmöregionen.

Tillgång: internet i hemmet

Figur 6. Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till internet i *hemmet* efter ålder 1996-2009 (%)

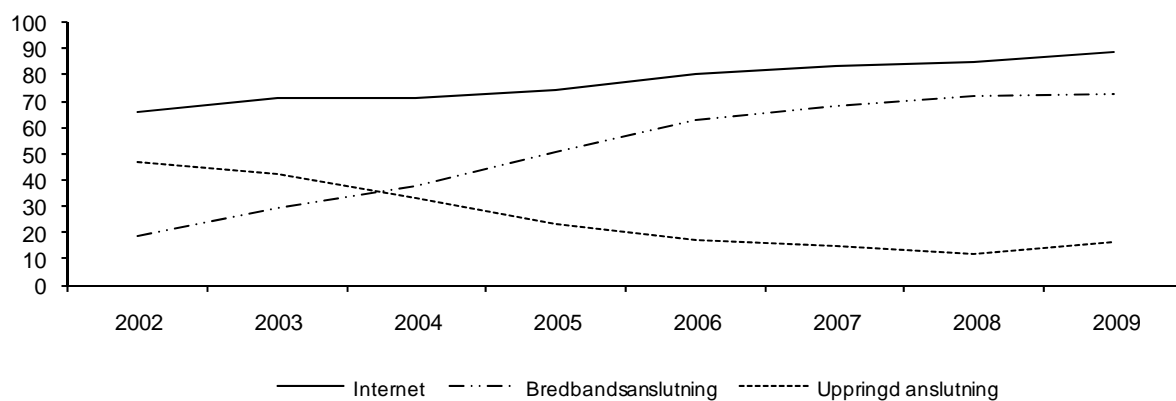


Figur 7. Andel av befolkningen 9-79 år som har tillgång till internet i *hemmet* efter yrkesgrupp-tillhörighet 1996-2009 (%)



Tillgång: internet i hemmet

Figur 8. Tillgång till internet och bredband i *hemmet* i befolkningen 9-79 år 2002-2009 (%)

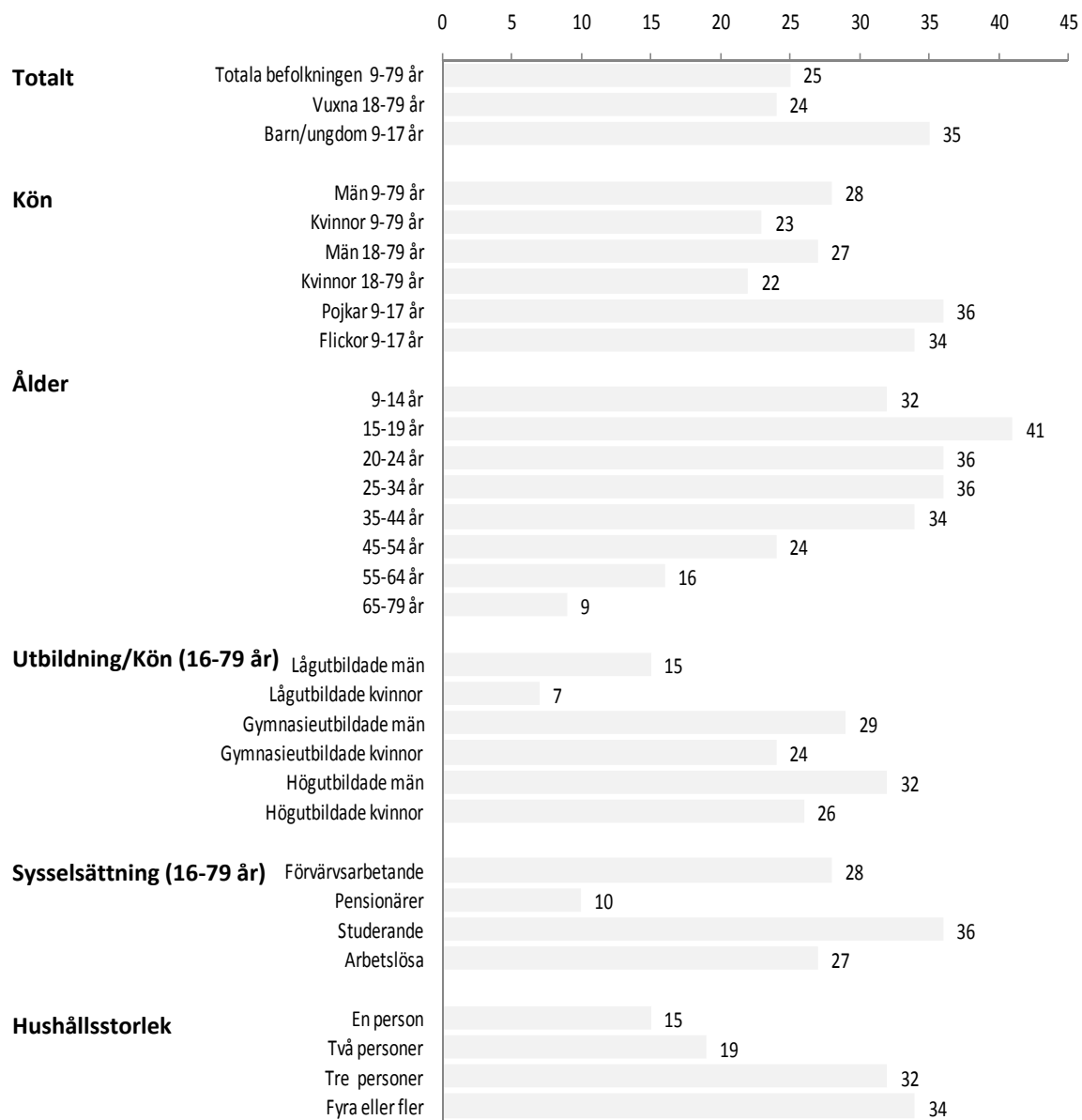


Tabell 4. Tillgång till bredband i *hemmet* i befolkningen 9-79 år 2002-2009 (%)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
2002	19	22	16	25	32	23	17	3	8	19	24
2003	29	32	27	46	44	33	27	7	14	28	36
2004	39	41	34	48	60	44	36	8	17	38	45
2005	51	55	46	60	69	60	49	17	26	53	59
2006	63	66	60	72	83	73	63	26	35	65	71
2007	68	71	66	78	89	82	68	30	35	73	77
2008	73	74	70	70	87	85	71	43	47	76	80
2009	73	75	72	79	80	82	73	54	55	77	77

Tillgång: internet i hemmet

Figur 9. Andel av befolkningen som har tillgång till internet i annan apparat än datorn 2009 (%)



Tillgång: internet i hemmet

Tabell 5. Andel av befolkningen som har tillgång till internet i annan apparat än datorn 2007-2009 (%)

		2007	2008	2009
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	18	26	25
	Vuxna 18-79 år	17	24	24
	Barn/ungdom 9-17 år	30	38	35
Kön	Män 9-79 år	20	29	28
	Kvinnor 9-79 år	18	23	23
	Män 18-79 år	19	27	27
	Kvinnor 18-79 år	15	21	22
	Pojkar 9-17 år	27	39	36
	Flickor 9-17 år	34	36	34
Ålder	9-14 år	27	36	32
	15-19 år	34	37	41
	20-24 år	30	47	36
	25-34 år	30	36	36
	35-44 år	25	34	34
	45-54 år	19	24	24
	55-64 år	9	15	16
65-79 år	2	7	9	
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial < 9 år	5	7	10
	Förgymnasial 9-10 år	12	17	14
	Gymnasial < 2 år	18	23	21
	Gymnasial > 2 år	21	29	29
	Högskola/universitet < 3 år	18	26	27
	Högskola/universitet > 3 år	20	29	30
Utbildning/kön (16-79 år)	Lågutbildade män	10	12	15
	Lågutbildade kvinnor	5	9	7
	Gymnasieutbildade män	22	30	29
	Gymnasieutbildade kvinnor	17	24	24
	Högutbildade män	20	33	32
Högutbildade kvinnor	18	24	26	
Syssetsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetsande	20	28	28
	Pensionärer	2	7	10
	Studerande	31	36	36
	Arbetslösa	15	31	27
Hushållsstorlek	En person	11	17	15
	Två personer	12	16	19
	Tre personer	21	33	32
	Fyra eller fler	27	36	34
Hemort	Stockholmsregionen ¹	20	29	26
	Göteborgs-/Malmöregionen ²	20	27	30
	Övriga landet	18	25	25

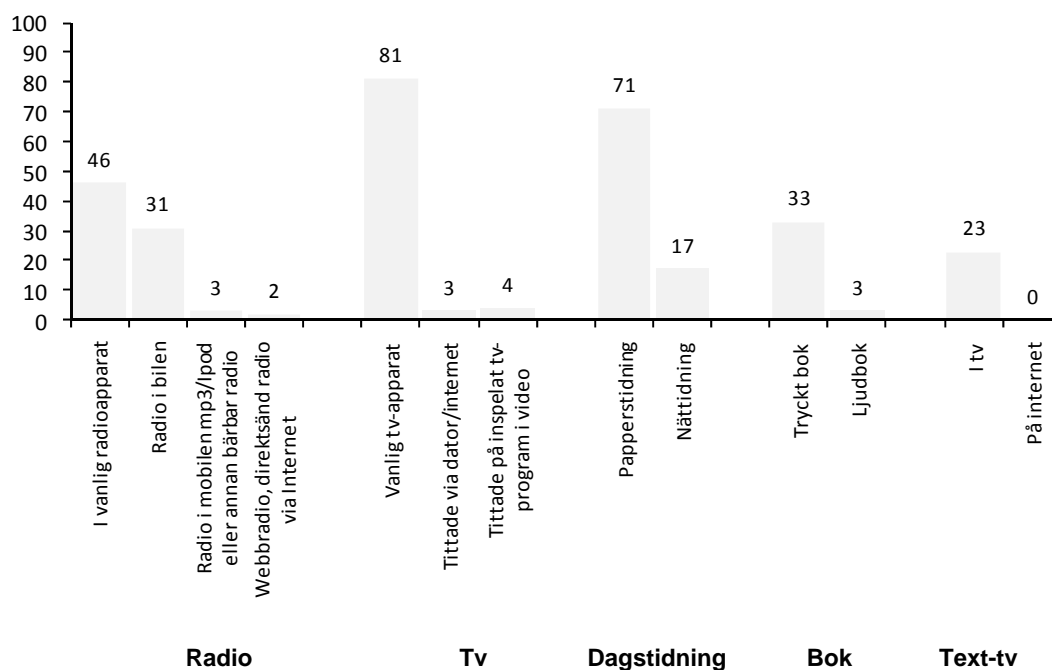
¹ Avser Stockholm, Södertälje A-region.

² Avser Göteborgs-/Malmöregionen.

Medier och internet

Medier och internet

Figur 10. Olika tekniker för medieanvändning i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)

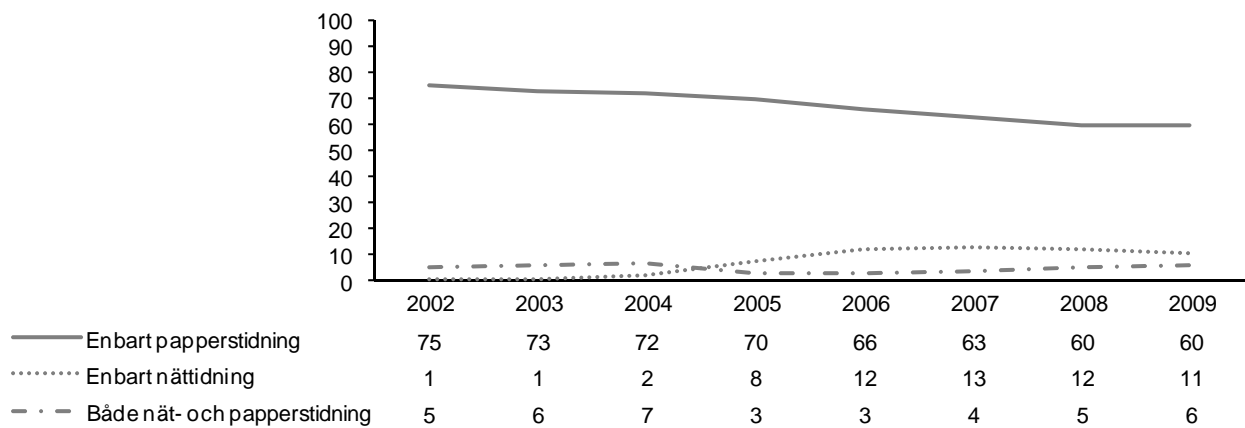


Tabell 6. Olika tekniker för medieanvändning i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)

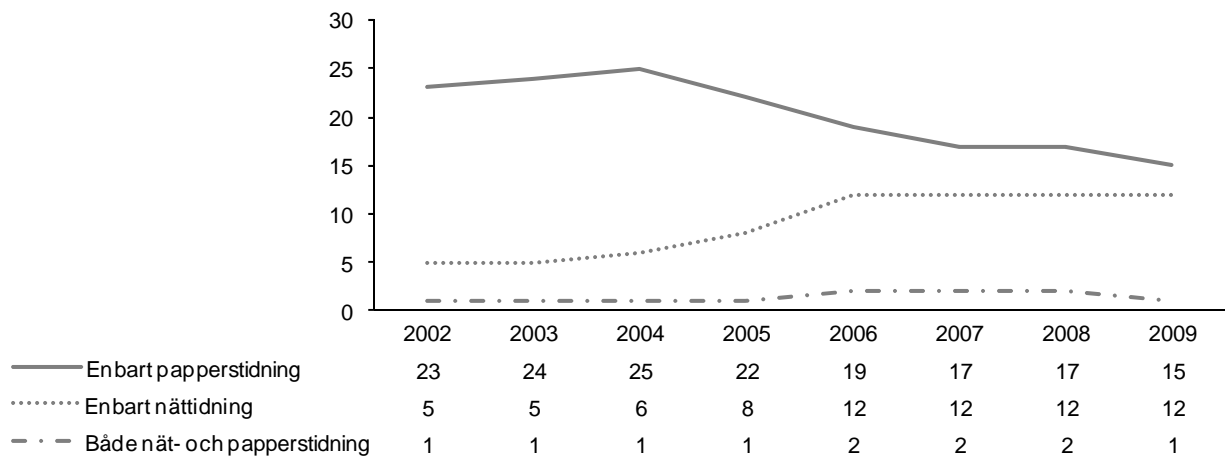
	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Radio											
I vanlig radioapparat	46	41	50	26	27	35	53	71	63	47	43
Radio i bilen	31	34	28	24	27	39	36	15	21	35	34
Radio i mobilen	2	2	2	3	4	4	1	1	1	2	3
Webbradio, direktsänd radio via Internet	2	3	2	1	5	3	2	1	1	3	3
Radio i mp3/Ipod eller annan bärbar radio	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
Poddradio, nedladdat radioprogram	0	0	0	-	0	1	-	0	-	0	0
Tv											
Vanlig tv-apparat	81	82	80	90	75	77	81	87	86	80	77
Via dator/internet	3	4	3	3	8	4	2	2	2	4	4
Inspelat tv-program i video	4	4	4	6	7	4	3	3	1	4	5
Dagstidning											
Papperstidning	71	70	71	39	50	65	83	87	81	72	76
Nättidning	17	20	15	4	17	27	18	8	10	19	24
Bok											
Tryckt bok	33	26	40	57	38	32	27	31	19	27	39
Ljudbok	3	3	3	2	2	3	4	4	2	3	4
Text-tv											
I tv	23	18	29	11	15	27	24	27	25	24	25
På internet	0	0	1	-	0	1	0	0	0	1	1

Medier och internet

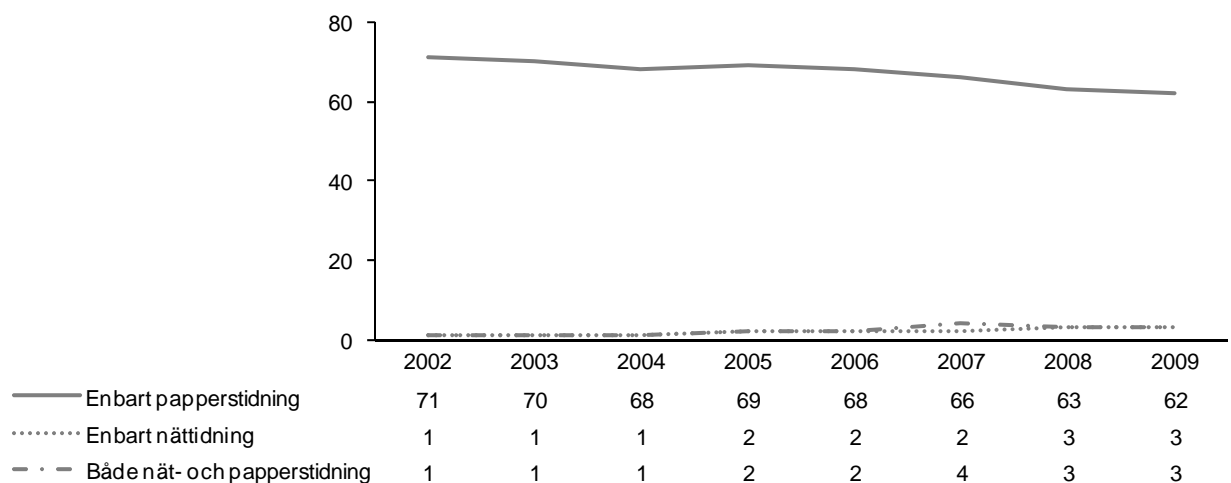
Figur 11. Dagstidningsläsning en genomsnittlig dag 2002-2009 (%)



Figur 12. Kvällstidningsläsning en genomsnittlig dag 2002-2009 (%)



Figur 13. Morgontidningsläsning en genomsnittlig dag 2002-2009 (%)



Medier och internet

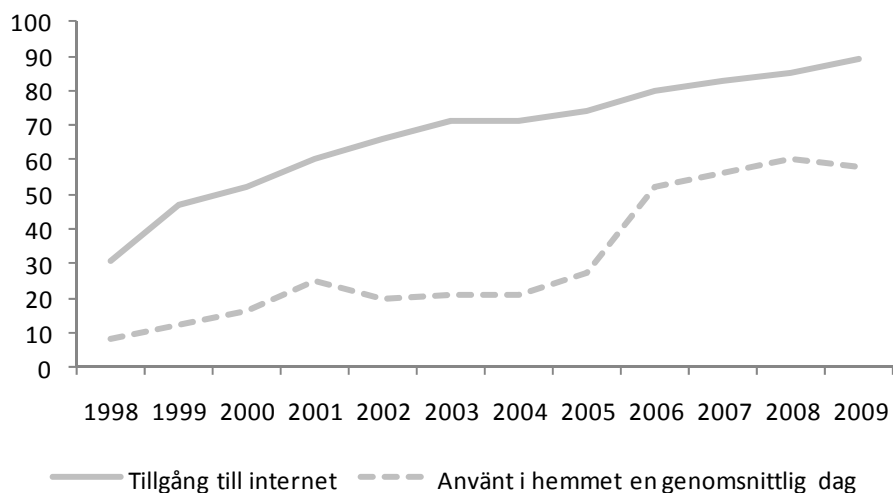
Tabell 7. Läsaren av dagstidning på internet 2009 (%)

		%			%			
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	17	Sysse/sättning	Arbetare	17			
	Vuxna 18-79 år	19		(16-79 år)	Tjänstemän	25		
	Barn/ungdom 9-17 år	6		Högre tjänstemän/akademiker	31			
Kön	Män 9-79 år	20	Egna företagare	Pensionärer	9			
		Kvinnor 9-79 år		15	Studera/nde	24		
	Män 18-79 år	22		Arbetslösa		23		
		Kvinnor 18-79 år			16	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	18
	Pojkar 9-17 år	7		Två personer (18 år och äldre)	19			
	Flickor 9-17 år	5		Tre eller fler (18 år och äldre)	21			
	Ålder	9-14 år		4	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	25	
				15-19 år		14	Äldre vuxna (45-79 år)	12
				20-24 år		23	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	24
				25-34 år		31	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	27
35-44 år		24	Hushåll (16-79 år)	En person	16			
45-54 år		20		Två personer	15			
55-64 år		17		Tre personer	21			
65-79 år		8		Fyra personer eller fler	18			
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial < 9 år	10	Hemort (9-79 år)	Stockholm	18			
	Förgymnasial 9-10 år	12		Malmö	16			
	Gymnasial ≤ 2 år	18		Göteborg	15			
	Gymnasial > 2 år	19		Större städer	20			
	Högskola/universitet ≤ 3 år	21		Pendlingskommuner	16			
	Högskola/universitet > 3 år	27		Glesbygdskommuner	14			
				Varuproducerande kommuner	15			
		Övriga kommuner	16					

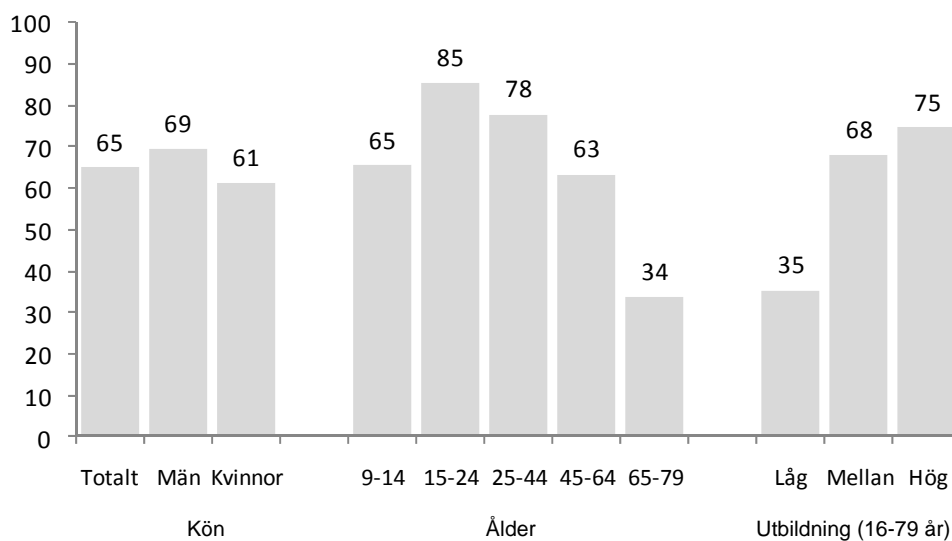
*Användning av internet
en genomsnittlig dag*

Användning

Figur 14. Andel av befolkningen 9-79 år som använt internet i *hemmet* en genomsnittlig dag sett i relation till tillgång 1998-2009 (%)



Figur 15. Andel av befolkningen 9-79 år som använt internet totalt en genomsnittlig dag 2009 (%)



Användning

Tabell 8. Andel av befolkningen 9-79 år som använt internet totalt¹ och i hemmet en genomsnittlig dag 2009 (%)

		Totalt ¹	I hemmet
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	65	58
	Vuxna 18-79 år	64	56
	Barn/ungdom 9-17 år	73	68
Kön	Män 9-79 år	69	64
	Kvinnor 9-79 år	61	53
	Män 18-79 år	68	62
	Kvinnor 18-79 år	60	51
	Pojkar 9-17 år	77	73
	Flickor 9-17 år	68	62
Ålder	9-14 år	65	60
	15-19 år	87	83
	20-24 år	83	79
	25-34 år	81	75
	35-44 år	76	67
	45-54 år	68	55
	55-64 år	59	49
	65-79 år	34	32
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial < 9 år	30	27
	Förgymnasial 9-10 år	46	39
	Gymnasial ≤ 2 år	61	55
	Gymnasial > 2 år	71	63
	Högskola/universitet ≤ 3 år	72	62
	Högskola/universitet > 3 år	78	68
Utbildning/kön (16-79 år)	Lågutbildade män	40	39
	Lågutbildade kvinnor	35	30
	Gymnasieutbildade män	70	57
	Gymnasieutbildade kvinnor	68	61
	Högutbildade män	80	70
	Högutbildade kvinnor	73	64
Syssetsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetande	71	60
	Pensionärer	36	36
	Studerande	90	86
Hushållsstorlek	En person	52	45
	Två personer	55	49
	Tre personer	74	66
	Fyra eller fler	76	69
Hemort	Stockholmsregionen ²	71	64
	Göteborgs-/Malmöregionen ³	71	63
	Övriga landet	62	55

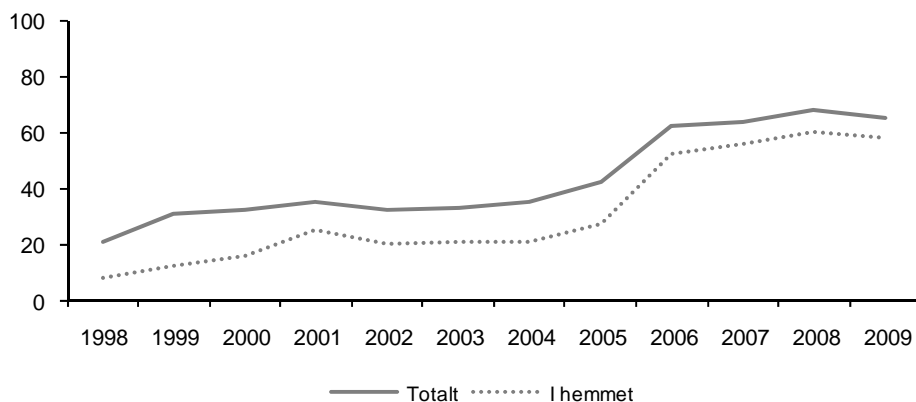
¹ Den totala andelen internetanvändare bygger på en sammanvägning av andelen användare i hemmet, andelen användare på arbete/skola samt andelen användare på annan plats en genomsnittlig dag.

² Avser Stockholm, Södertälje A-region.

³ Avser Göteborgs-/Malmöregionen.

Användning

Figur 16. Andel av befolkningen 9-79 år som använt internet totalt¹ och i *hemmet* en genomsnittlig dag 1998-2009 (%)



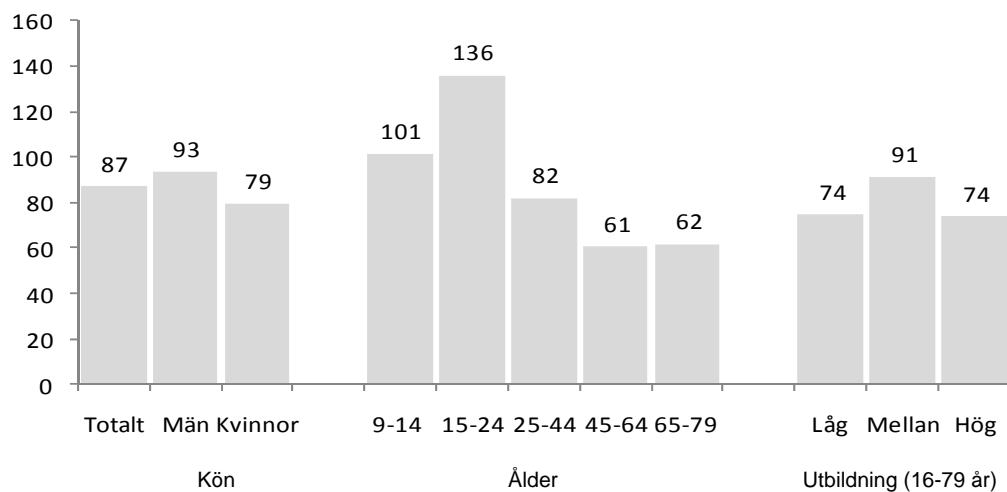
Tabell 9. Andel av befolkningen 9-79 år som använt internet totalt¹ eller i *hemmet* en genomsnittlig dag 1998-2009 (%)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Totalt¹</i>											
1998	21	26	16	20	41	27	16	1	8	22	33
1999	31	35	26	31	45	40	29	4	10	31	50
2000	32	36	28	26	48	46	29	5	9	35	52
2001	35	41	30	29	49	50	31	7	13	37	51
2002	32	36	29	28	44	43	31	8	12	33	44
2003	33	38	29	28	42	43	34	9	14	37	43
2004	35	37	33	23	48	46	35	11	14	38	48
2005	42	46	38	34	54	54	44	15	21	46	53
2006	62	68	57	63	84	73	62	26	30	64	73
2007	64	68	60	64	86	77	65	29	33	68	75
2008	68	72	64	66	86	80	66	39	38	71	78
2009	65	69	61	65	85	78	63	34	35	68	75
<i>I hemmet</i>											
1998	8	10	5	6	12	10	6	1	3	9	12
1999	12	15	9	13	16	17	10	3	5	14	18
2000	16	20	12	19	27	21	14	3	5	18	23
2001	25	29	21	20	35	36	21	7	9	26	35
2002	20	22	18	21	28	26	18	7	9	21	26
2003	21	24	18	19	23	26	21	8	10	23	26
2004	21	22	19	14	27	27	21	9	8	24	26
2005	27	30	24	23	32	32	27	13	15	28	32
2006	52	58	46	77	60	48	25	25	25	54	60
2007	56	62	51	59	81	66	54	27	29	59	64
2008	60	65	56	60	82	70	55	38	33	63	69
2009	58	64	53	60	81	70	52	32	31	61	65

¹ Den totala andelen internetanvändare bygger på en sammanvägning av andelen användare i hemmet, andelen användare på arbete/skola samt andelen användare på annan plats en genomsnittlig dag.

Användningstid

Figur 17. Genomsnittlig användningstid bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (minuter)



Tabell 10. Genomsnittlig användningstid bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 1998-2009 (minuter)

	Kön			Ålder					Utbildning (16-79 år)		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Totalt¹</i>											
1998	50	53	43	46	38	61	45	— ²	52	50	51
1999	62	65	57	46	63	69	60	24	62	61	68
2000	65	70	58	37	66	69	63	56	55	67	68
2001	65	71	58	54	77	66	61	39	55	63	71
2002	63	72	53	50	64	68	61	43	57	61	66
2003	72	77	65	50	76	80	68	39	53	81	71
2004	72	79	65	55	76	79	68	52	67	73	74
2005	75	85	64	62	85	79	73	51	58	78	77
2006	90	100	79	77	132	94	76	50	77	89	90
2007	96	105	83	82	128	104	85	53	74	95	99
2008	101	112	90	83	141	112	86	58	90	97	106
2009	106	114	97	101	155	108	86	65	82	109	103
<i>I hemmet</i>											
1998	40	44	32	73	36	42	33	— ²	55	38	35
1999	41	43	37	39	49	42	37	20	44	37	41
2000	34	37	28	33	41	32	30	41	31	34	31
2001	47	52	40	58	63	46	38	22	49	47	42
2002	44	49	38	48	63	39	38	42	47	43	40
2003	48	56	39	47	84	49	35	36	41	60	36
2004	52	60	44	53	72	53	42	50	55	49	46
2005	55	60	48	73	88	53	39	48	46	51	48
2006	73	83	61	75	121	70	52	48	68	70	66
2007	71	80	61	81	114	65	54	50	58	73	62
2008	77	86	67	80	123	77	56	54	73	75	72
2009	87	93	79	101	136	82	61	62	74	91	74

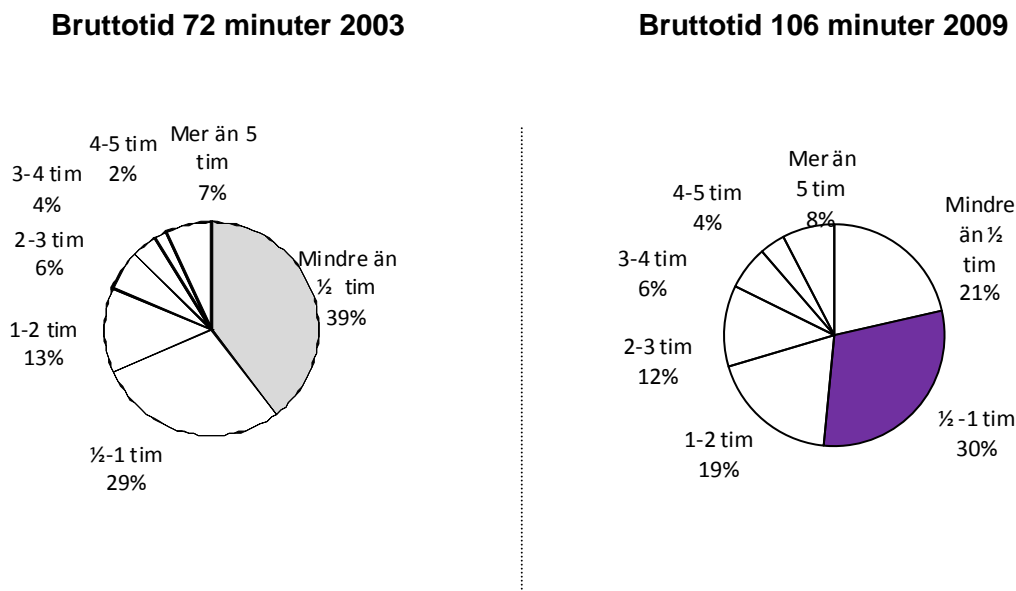
Anm: Svarspersonerna har utifrån på förhand angivna intervall fått ange hur länge de använt internet under gårdagen. Intervallen har sedan räknats om till användartid.

¹ Den totala andelen internetanvändare bygger på en sammanvägning av andelen användare i hemmet, andelen användare på arbete/skola samt andelen användare på annan plats en genomsnittlig dag

² Siffran redovisas ej då antalet svarspersoner är mycket lågt.

Användningstid

Figur 18. Användningstid i intervall bland internetanvändare 9-79 år en genomsnittlig dag 2003 och 2009 (%)



Tabell 11. Användningstid i intervall bland internetanvändare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)

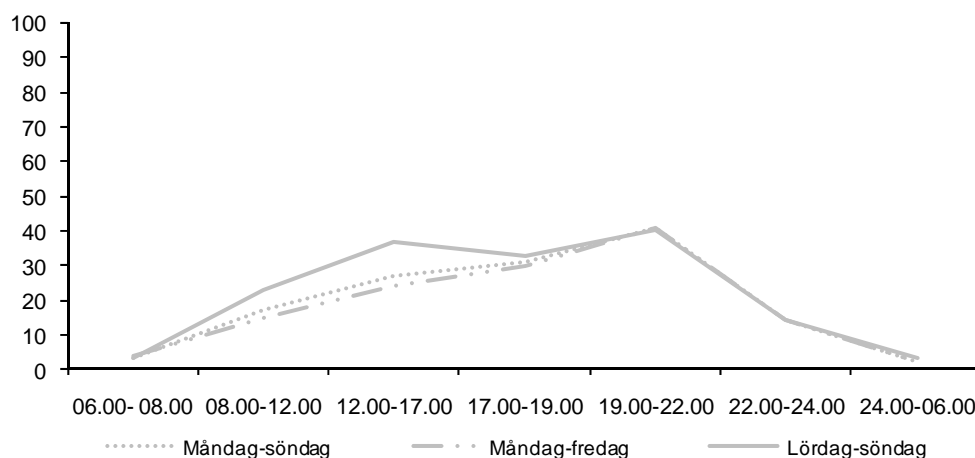
	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14 ¹	15-24	25-44	45-64	65-79 ¹	Låg ¹	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig dag</i>											
Mindre än 1/2 tim	14	13	14	13	7	15	17	12	10	15	16
1/2 -1 tim	19	19	20	17	16	25	22	12	12	20	24
1-2 tim	12	14	11	16	20	15	10	5	6	12	14
2-3 tim	8	9	7	8	15	9	6	3	4	9	8
3-4 tim	4	5	4	6	10	5	3	1	1	4	4
4-5 tim	2	3	2	3	7	3	1	0	0	3	2
Mer än 5 tim	5	6	4	3	11	6	4	1	2	6	6
<i>Genomsnittlig dag i hemmet</i>											
Mindre än 1/2 tim	15	16	15	11	8	19	19	12	9	16	21
1/2-1 tim	17	17	16	15	16	22	17	11	10	17	20
1-2 tim	12	14	10	15	21	14	9	5	6	12	13
2-3 tim	6	7	6	8	14	7	4	3	3	7	6
3-4 tim	3	4	3	5	9	3	2	1	1	3	2
4-5 tim	2	2	1	3	5	2	0	0	0	2	1
Mer än 5 tim	2	4	1	2	8	3	1	1	1	3	2

Anm: Den totala användningstiden bygger på en sammanvägning av användningstiden i hemmet, på arbete/skola/annan plats en genomsnittlig dag.

¹ Antalet svars personer är lågt och uppgifterna bör tolkas med försiktighet.

Användningstid

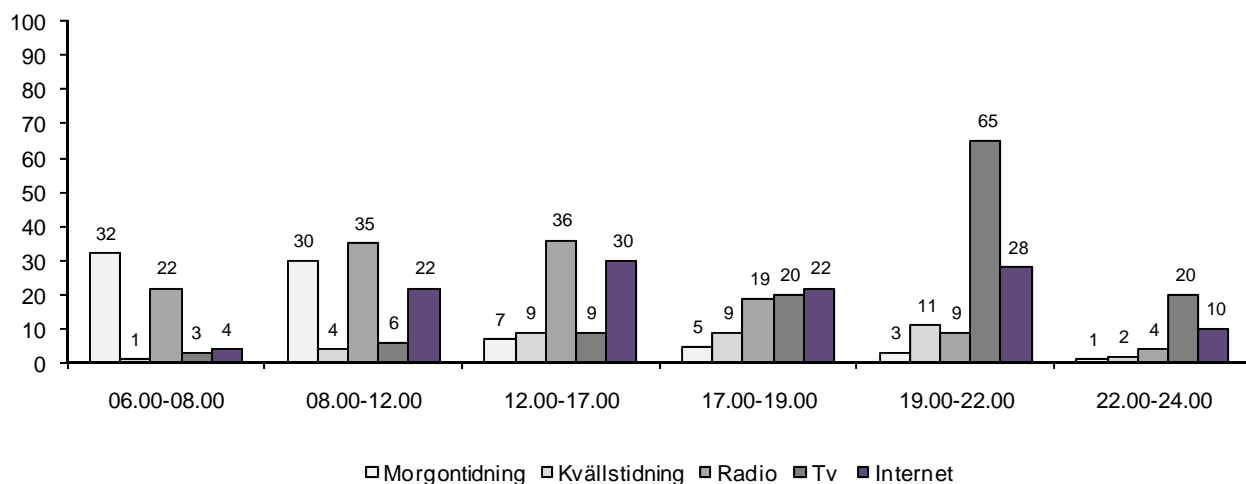
Figur 19. Internetanvändning i befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2009 (%)



Tabell 12. Internetanvändning i befolkningen 9-79 år vid olika tidpunkter en genomsnittlig dag 2009 (%)

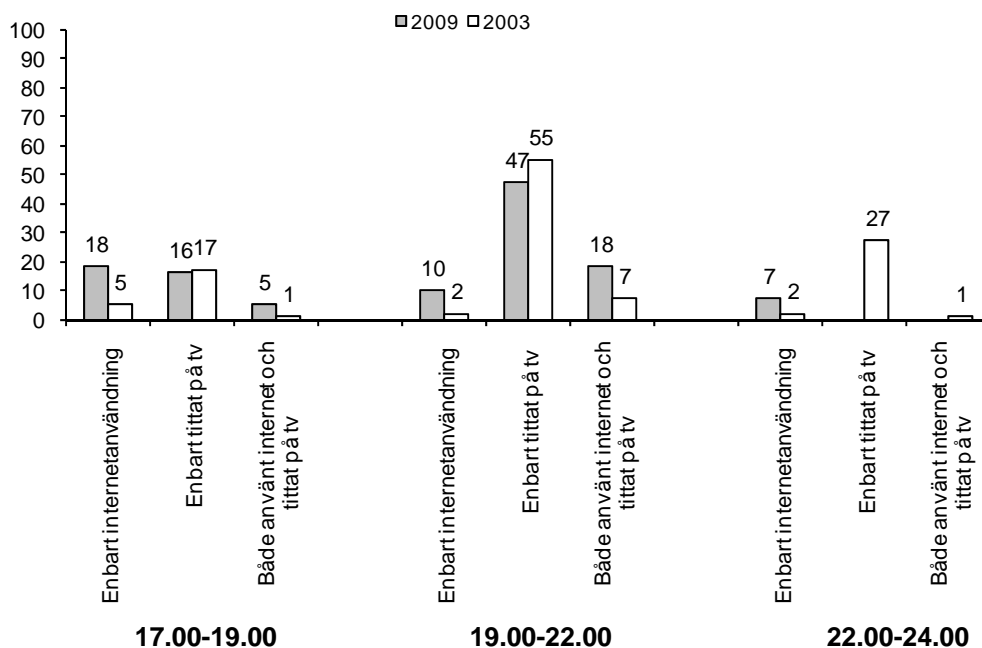
	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
06.00-08.00	4	6	3	1	3	6	6	1	3	5	6
08.00-12.00	25	27	23	10	24	36	26	13	14	24	36
12.00-17.00	32	34	30	26	39	42	33	14	18	32	40
17.00-19.00	22	26	18	22	31	27	19	11	12	22	25
19.00-22.00	28	31	25	24	42	35	24	11	13	28	33
22.00-24.00	9	12	7	4	20	12	7	5	4	8	14

Figur 20. Tidpunkter för användning av massmedier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)



Användningstid

Figur 21. Tidpunkter för internetanvändning och tv i *hemmet* i befolkningen 15-24 år en genomsnittlig dag 2003 och 2009 (%)



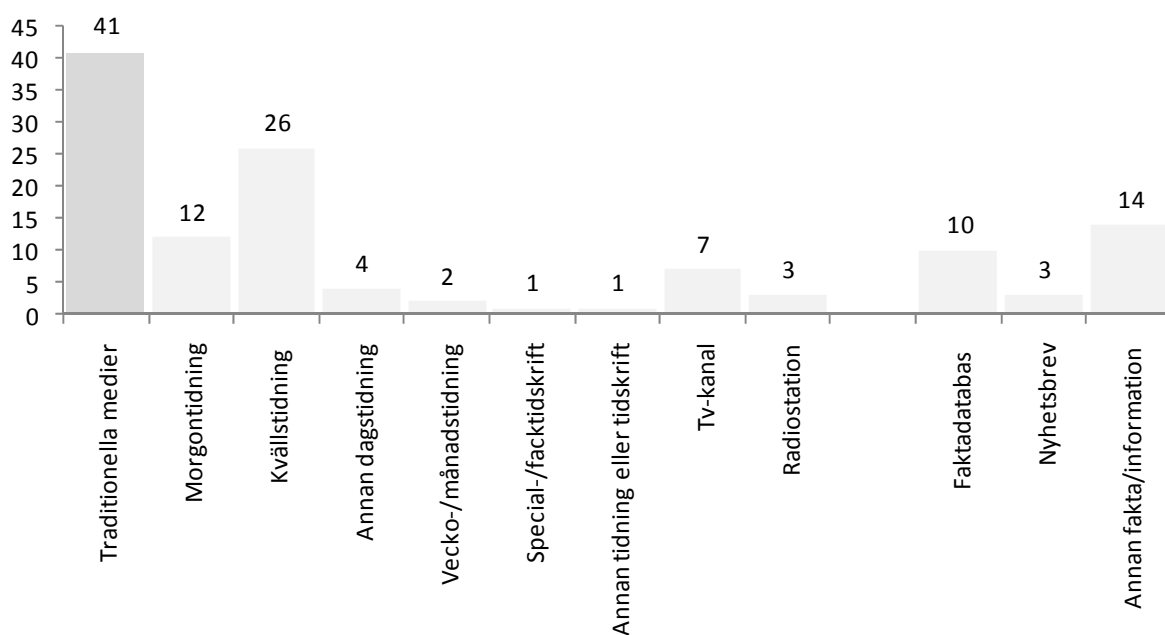
Tabell 13. Internetanvändning i *hemmet* i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2003 och 2009 (%)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
2009											
<i>17.00-19.00</i>											
Enbart internetanvändning	18	19	16	22	27	21	16	6	7	20	19
Enbart tittat på tv	16	15	16	20	12	9	14	29	27	14	10
Både använt internet och tittat på tv	5	6	4	5	7	5	3	4	4	4	5
<i>19.00-22.00</i>											
Enbart internetanvändning	10	12	8	8	21	13	6	2	3	10	11
Enbart tittat på tv	47	42	50	47	27	38	51	66	61	46	43
Både använt internet och tittat på tv	18	21	16	13	26	25	16	8	10	19	22
<i>22.00-24.00</i>											
Enbart internetanvändning	7	9	5	5	16	9	3	3	3	7	8
Enbart tittat på tv	17	19	16	5	14	17	22	18	21	21	16
Både använt internet och tittat på tv	3	3	2	1	5	3	3	1	1	4	3
2003											
<i>17.00-19.00</i>											
Enbart internetanvändning	3	4	2	2	5	4	3	2	2	5	4
Enbart tittat på tv	19	20	19	22	17	12	18	37	32	16	14
Både använt internet och tittat på tv	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<i>19.00-22.00</i>											
Enbart internetanvändning	2	2	2	2	2	3	2	-	1	2	3
Enbart tittat på tv	66	66	66	58	55	62	69	79	76	66	61
Både använt internet och tittat på tv	6	7	4	5	7	8	6	2	3	6	8
<i>22.00-24.00</i>											
Enbart internetanvändning	1	2	1	0	2	2	1	0	1	2	2
Enbart tittat på tv	26	29	24	12	27	29	28	26	30	29	26
Både använt internet och tittat på tv	1	1	0	0	1	1	1	-	0	1	1

*Användningsområde
en genomsnittlig dag*

Användningsområde

Figur 22. Användning av medier på internet bland användare i *hemmet* 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)



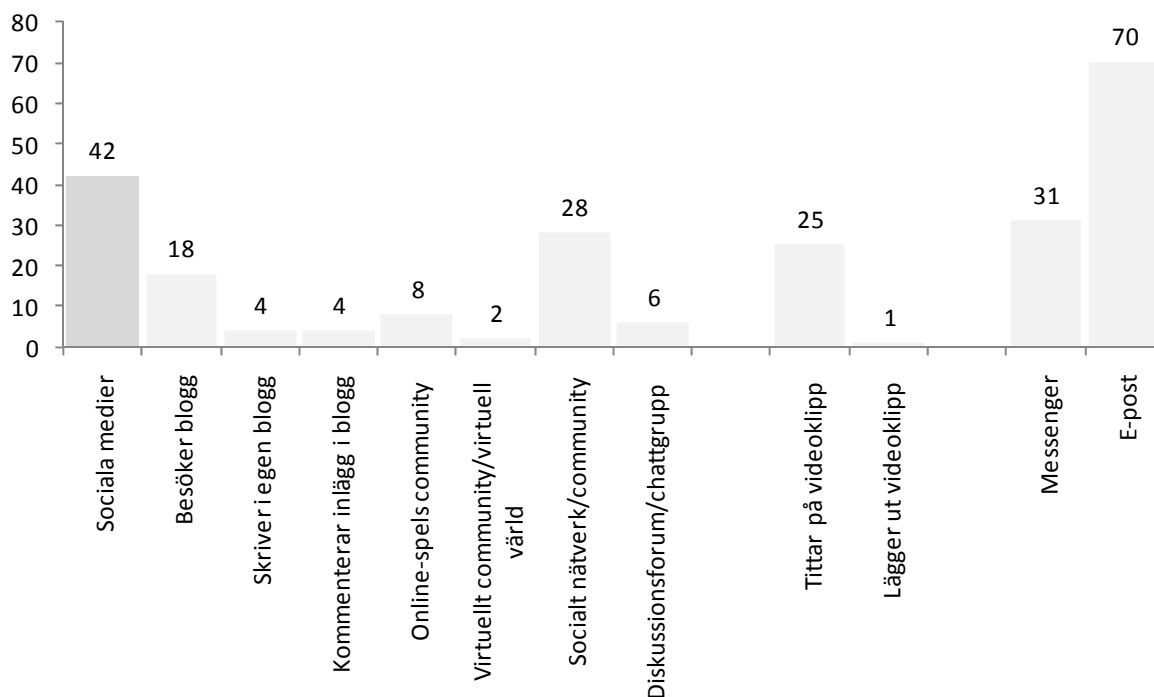
Tabell 14. Användning av medier på internet bland användare i *hemmet* 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Traditionella medier</i> ¹	41	46	37	8	38	52	44	40	40	47	47
Morgontidning	12	14	10	1	7	17	14	13	11	12	17
Kvällstidning	26	29	24	3	23	36	28	20	26	31	30
Annan dagstidning	4	4	3	–	1	3	5	5	4	3	5
Vecko-/månadstidning	2	2	1	1	2	2	1	1	0	2	2
Special-/facktidsskrift	1	2	1	–	1	2	2	1	1	1	2
Annan tidning eller tidskrift	1	1	1	–	1	2	1	1	1	2	1
Tv-kanal	7	7	6	3	9	8	4	5	5	8	6
Radiostation	3	5	2	2	4	4	3	3	3	4	4
Faktadatabas	10	12	8	8	13	10	9	10	7	10	12
Nyhetsbrev	3	4	2	0	2	3	4	4	4	3	4
Annan fakta/information	14	15	14	5	12	15	15	21	15	15	17

¹ Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, annan dagstidning, vecko-/månadstidning, special-/facktidsskrift, annan tidning eller tidskrift, tv-kanal eller radiostation.

Användningsområde

Figur 23. Användningsområde bland användare i *hemmet* 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)



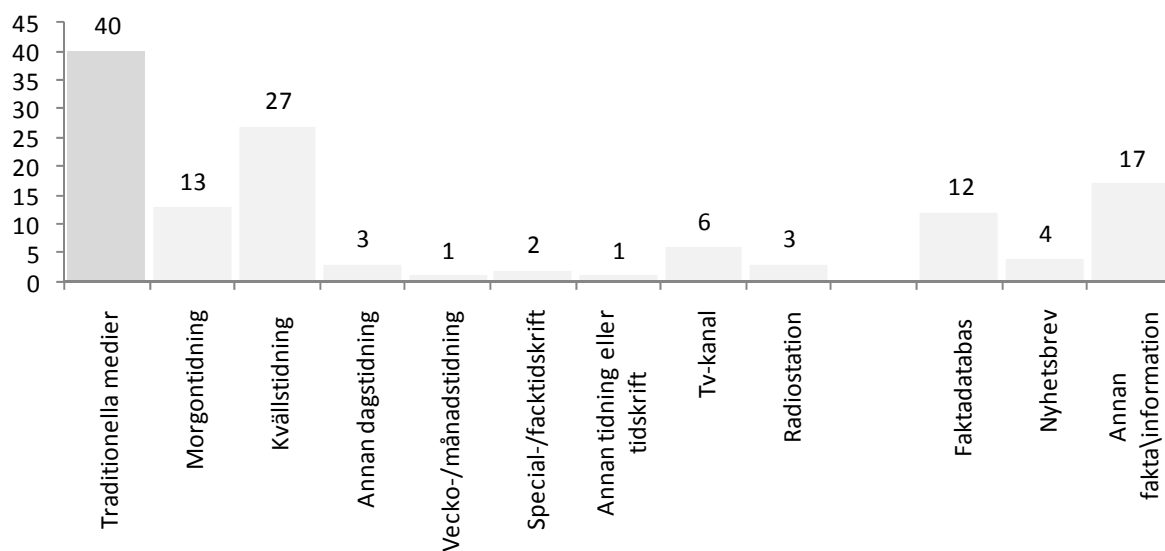
Tabell 15. Användningsområde bland användare i *hemmet* en genomsnittlig dag 2009 (%)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Sociala medier ¹	42	38	47	67	75	43	20	14	26	44	33
Besöker blogg	18	13	25	30	37	16	10	6	10	19	14
Skriver i egen blogg	4	2	6	11	8	4	1	0	3	4	2
Kommenterar inlägg i blogg	4	2	6	10	8	4	2	0	1	4	3
Online-spels community	8	11	5	25	15	5	2	4	4	7	4
Virtuellt community/virtuell värld	2	2	1	8	4	1	0	1	1	1	1
Socialt nätverk/community	28	23	33	29	59	32	10	4	15	32	22
Diskussionsforum/chattngrupp	6	7	5	7	11	7	2	2	3	6	5
Tittar på videoklipp	25	30	20	56	52	20	9	6	14	23	16
Lägger ut videoklipp	1	1	1		3	0	0	0	0	1	1
Messenger	31	30	31	67	68	24	9	7	18	32	17
E-post	70	65	74	34	66	77	74	69	65	73	79

¹ Med sociala medier på internet avses här blogg, online-spels community, virtuellt community/virtuell värld, socialt nätverk/community eller annat diskussionsforum/chattngrupp.

Användningsområde

Figur 24. Användningsområde bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)



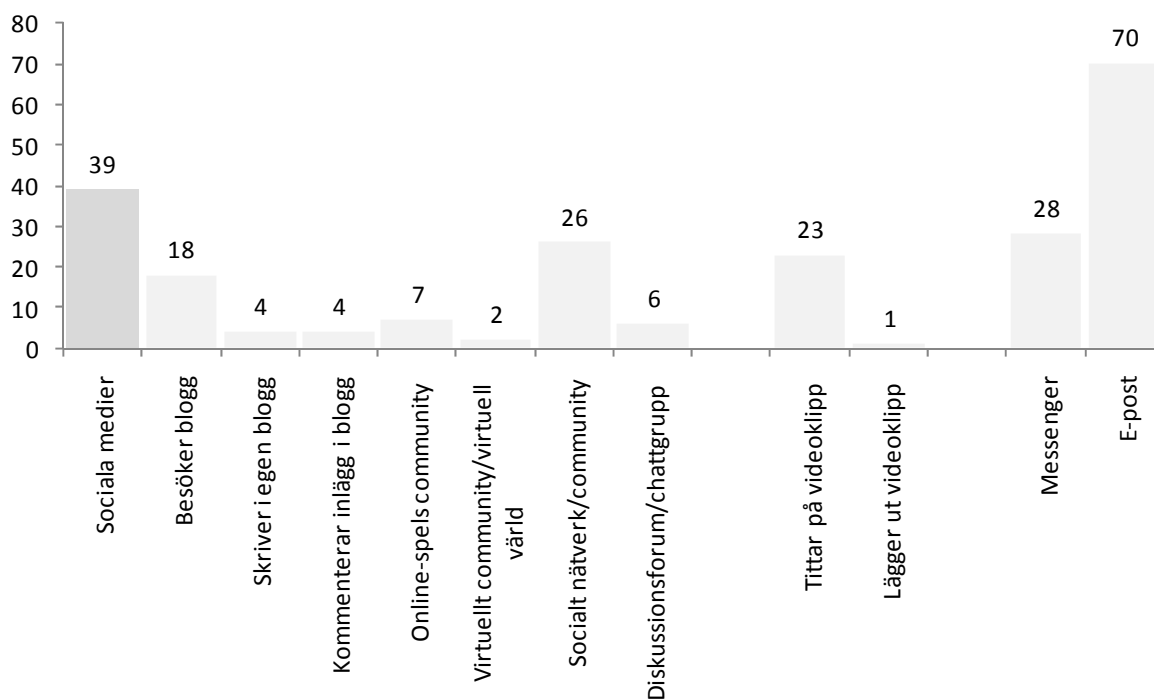
Tabell 16. Användningsområde bland användare en genomsnittlig dag 2009 (%)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Traditionella medier</i> ¹	40	45	36	8	37	51	41	39	38	46	46
Morgontidning	13	15	11	1	7	18	15	13	12	13	18
Kvällstidning	27	29	24	3	23	36	28	19	25	32	30
Annan dagstidning	3	4	3	–	2	4	5	5	3	3	5
Vecko-/månadstidning	1	2	1	1	2	2	1	1	0	1	2
Special-/facktidsskrift	2	2	1	0	1	2	2	1	1	1	3
Annan tidning eller tidskrift	1	1	1	–	1	2	1	1	1	2	1
Tv-kanal	6	7	6	4	9	8	4	4	5	8	6
Radiostation	3	5	2	2	4	4	3	3	2	4	4
Faktadatabas	12	14	11	9	16	13	11	10	7	11	15
Nyhetsbrev	4	5	3	0	2	4	5	5	3	3	5
Annan fakta/information	17	17	17	7	13	19	21	21	17	18	20

¹ Med traditionella medier avses morgontidning, kvällstidning, annan dagstidning, vecko-/månadstidning, special-/facktidsskrift, annan tidning eller tidskrift, tv-kanal eller radiostation.

Användningsområde

Figur 25. Användningsområde bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)



Tabell 17. Användningsområde bland användare i en genomsnittlig dag 2009 %

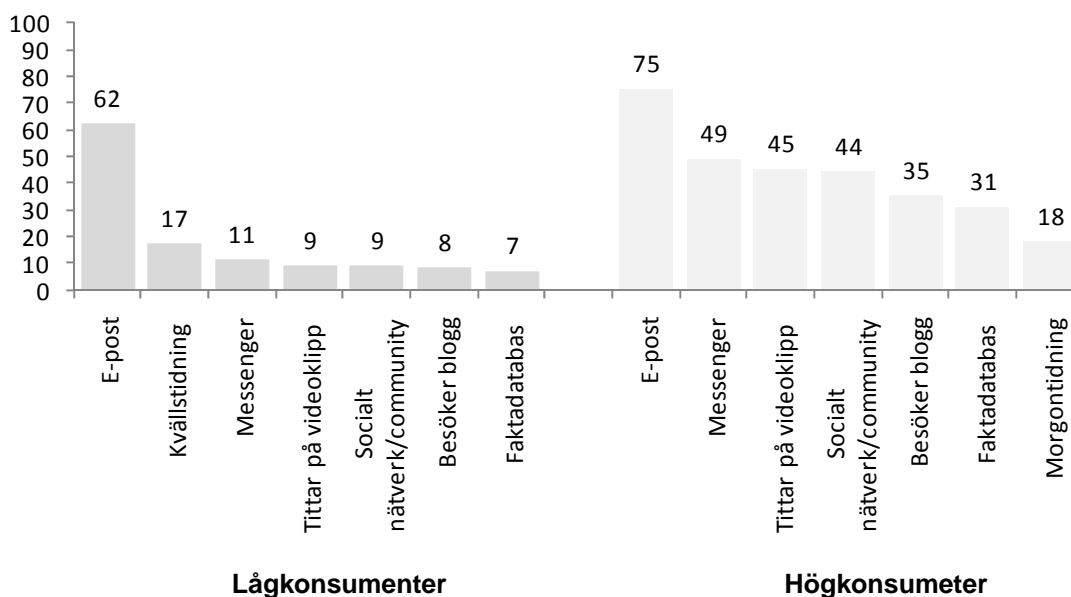
	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Sociala medier ¹	39	36	43	67	75	41	18	13	23	41	30
Besöker blogg	18	12	23	29	37	15	9	6	9	18	13
Skriver i egen blogg	4	2	6	10	8	4	1	0	2	4	2
Kommenterar inlägg i blogg	4	2	6	10	8	3	1	0	1	4	3
Virtuellt community/virtuell värld	2	2	1	7	4	1	0	1	1	1	1
Socialt nätverk/community	26	22	30	30	59	30	8	3	13	30	20
Diskussionsforum/chattngrupp	6	7	4	7	11	7	2	2	3	6	5
Tittar på videoklipp	23	29	18	55	51	19	8	6	13	22	15
Läger ut videoklipp	1	1	1	-	3	0	0	0	0	1	0
Online-spels community	7	10	4	25	15	5	1	3	4	6	3
Messenger	28	29	28	64	66	23	8	6	17	30	16
E-post	70	67	74	34	66	78	75	69	65	74	79

Anm: Den totala andelen internetanvändare bygger på en sammanvägning av andelen användare i hemmet, andelen användare på arbete/skola samt andelen användare på annan plats en genomsnittlig dag.

¹ Med sociala medier avses här blogg, online-spels community, virtuellt community/virtuell värld, socialt nätverk/community eller annat diskussionsforum/chattngrupp.

Användningsområde

Figur 26. Användningsområde bland låg- och högkonsumenter av internet 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)



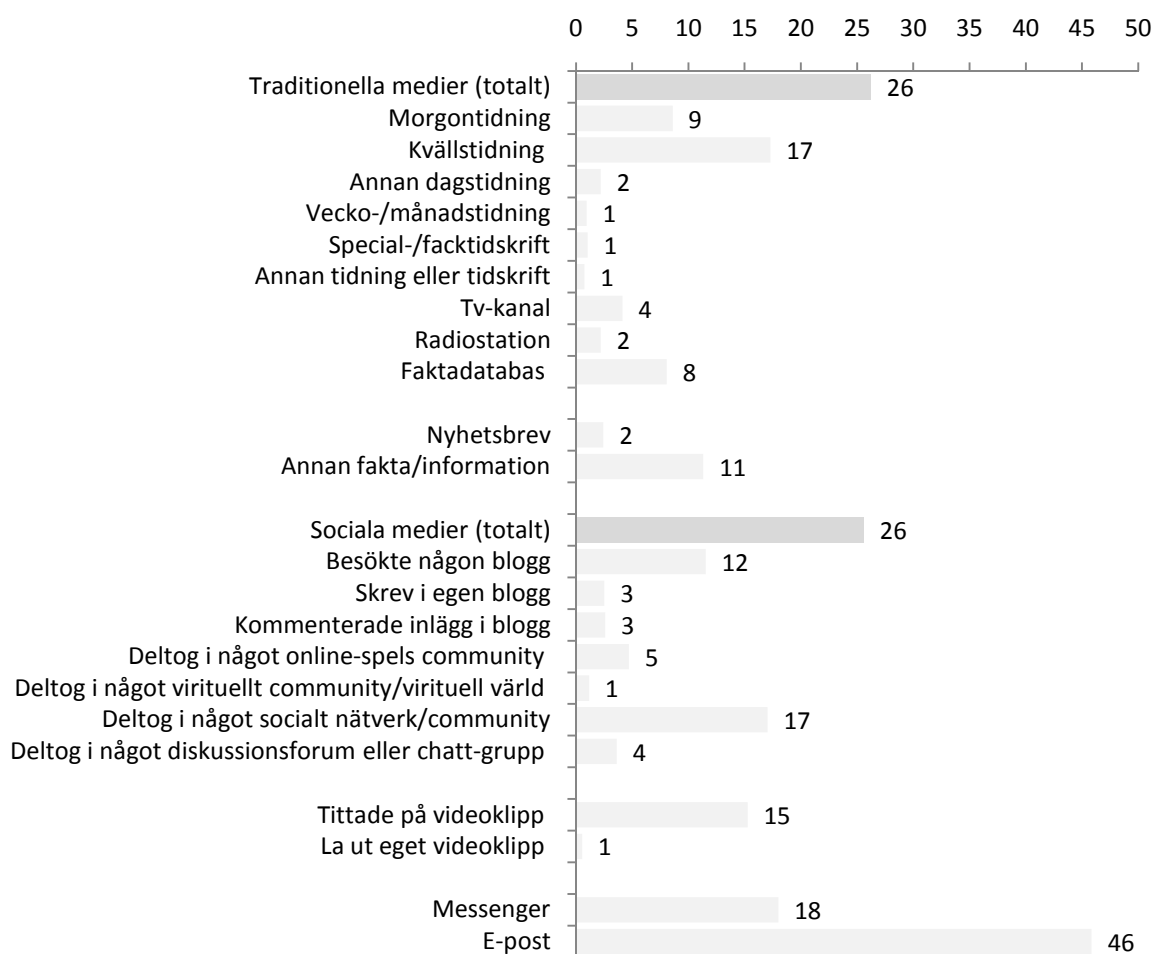
Tabell 18. Användningsområde bland låg- och högkonsumenter av internet 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)

	Lågkonsumenter	Högkonsumenter
Morgontidning	7	18
Kvällstidning	17	35
Annan dagstidning	3	5
Vecko-/månadstidning	0	2
Special-/facktidsskrift	1	2
Annan tidning eller tidskrift	1	2
Tv-kanal	3	10
Radiostation	1	7
Faktadatabas	7	19
Nyhetsbrev	3	6
Besöker blogg	8	31
Skriver i egen blogg	2	9
Kommenterar inlägg i blogg	2	8
Tittar på videoklipp	9	45
Lägger ut videoklipp	0	3
Online-spels community	3	17
Virtuellt community/virtuell värld	0	4
Socialt nätverk/community	9	44
Diskussionsforum/chattgrupp	2	13
Messenger	11	49
E-post	62	75

Anm: Lågkonsumenter har använt internet mindre än 30 minuter och högkonsumenter har använt internet längre än 150 minuter en genomsnittlig dag.

Användningsområde: i befolkningen

Figur 27. Användningsområde i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)



Anm: Med traditionella medier avses morgontidning, kvällstidning, annan dagstidning, vecko-/månadstidning, special-/facktidskrift, annan tidning eller tidskrift, tv-kanal eller radiostation. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chatgrupp eller blogg.

Användningsområde: i befolkningen

Tabell 19. Användningsområde i befolkningen en genomsnittlig dag 2009 (%)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Traditionella medier</i> ¹	26	31	22	5	31	39	26	13	14	31	34
Morgontidning	9	11	7	1	6	14	10	4	4	9	13
Kvällstidning	17	20	15	2	20	28	18	7	9	22	22
Annan dagstidning	2	3	2		1	3	3	2	1	2	4
Vecko-/månadstidning	1	1	1	1	2	1	1	0	0	1	1
Special-/facktidskrift	1	2	1	0	1	2	1	0	0	1	2
Annan tidning eller tidskrift	1	1	1		1	1	1	0	0	1	1
Tv-kanal	4	5	4	2	8	6	3	1	2	5	5
Radiostation	2	3	1	1	3	3	2	1	1	3	3
Faktadatabas	8	10	7	6	14	10	7	3	3	8	11
Nyhetsbrev	2	3	2	0	2	3	3	2	1	2	4
Annan faktainformation	11	12	11	5	11	14	13	7	6	12	15

Tabell 20. Användningsområde i befolkningen en genomsnittlig dag 2009 (%)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Sociala medier</i> ²	26	25	26	44	64	32	11	4	8	28	23
Besökte någon blogg	12	9	14	19	32	12	6	2	3	12	10
Skrev i egen blogg	3	1	3	7	7	3	1	0	1	3	2
Kommenterade inlägg i blogg	3	1	4	6	7	3	1	0	0	3	2
Deltog i något online-spels community	5	7	3	16	13	4	1	1	1	4	2
Deltog i något virtuellt community/virtuell värld	1	2	1	5	3	0	0	0	0	1	1
Deltog i något socialt nätverk/community	17	16	18	19	51	23	5	1	5	20	15
Deltog i något diskussionsforum eller chatt-grupp	4	5	3	5	10	5	1	1	1	4	4
Tittade på videoklipp	15	20	11	36	43	15	5	2	5	15	11
La ut eget videoklipp	1	1	0		3	0	0	0	0	1	0
Messenger	18	20	17	18	42	56	18	5	2	6	20
E-post	46	46	46	22	57	61	48	23	23	50	59

¹ Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, annan dagstidning, vecko-/månadstidning, special-/facktidskrift, annan tidning eller tidskrift, tv-kanal eller radiostation.

² Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.

Traditionella och sociala medier i befolkningen

Tabell 21. Användaren av traditionella medier på internet¹ (A) och sociala medier på internet² (B) 2009 (%)

		A	B			A	B					
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	26	26	Syssetsättning	Arbetare	28	22					
	Vuxna 18-79 år	29	21		(16-79 år)	Tjänstemän	37	18				
	Barn/ungdom 9-17 år	10	52		Högre tjänstemän/akademiker	41	26					
Kön	Män 9-79 år	31	25	Egna företagare		34	21					
					Kvinnor 9-79 år	22	26	Pensionärer	15	5		
	Män 18-79 år	34	20					Studering	38	61		
					Kvinnor 18-79 år	24	22	Arbetslösa	37	42		
	Pojkar 9-17 år	11	51					Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	26	21	
					Flickor 9-17 år	10	54		Två personer (18 år och äldre)	28	18	
	Ålder	9-14 år	5					44	Familj	Tre eller fler (18 år och äldre)	35	33
					15-19 år	25	69			Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	41	49
										20-24 år	40	56
					25-34 år	42	41					
35-44 år		37	25	Hushåll (16-79 år)				Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)		38	28	
					45-54 år	28	15	En person		24	19	
55-64 år		24	7					Två personer		23	15	
					65-79 år	13	4	Tre personer		31	32	
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial < 9 år	12	7					Hemort (9-79 år)	Fyra personer eller fler	28	36	
					Förgymnasial 9-10 år	17	10		Stockholm	29	30	
	Gymnasial ≤ 2 år	28	20						Malmö	29	26	
					Gymnasial > 2 år	32	31		Göteborg	25	29	
	Högskola/universitet ≤ 3 år	32	22	Större städer					28	26		
				Högskola/universitet > 3 år	36	23	Pendlingskommuner		27	28		
							Glesbygdskommuner		22	21		
			Varuproducerande kommuner	23	22							
			Övriga kommuner	25	23							

¹ Med traditionella medier avses morgontidning, kvällstidning, annan dagstidning, vecko-/månadstidning, special-/facktidning, annan tidning eller tidskrift, tv-kanal eller radiostation.

² Med sociala medier avses här blogg, online-spels community, virtuellt community/virtuell värld, socialt nätverk/community eller annat diskussionsforum/chatgrupp.

Bloggare

Tabell 22. Andel som skrivit i egen blogg (A) och andelen som läser blogg (B) 2009 (%)

		A	B			A	B	
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	3	12	Syssetsättning	Arbetare	2	9	
	Vuxna 18-79 år	2	10		(16-79 år)	Tjänstemän	1	8
	Barn/ungdom 9-17 år	7	25		Högre tjänstemän/akademiker	1	8	
Kön	Män 9-79 år	1	9		Egna företagare	3	11	
					Pensionärer	0	2	
	Kvinnor 9-79 år	3	14		Studering	7	33	
					Arbetslösa	5	18	
	Män 18-79 år	1	8	Vuxna i hushållet (18-79 år)	En person (18 år och äldre)	2	9	
	Kvinnor 18-79 år	3	11		Två personer (18 år och äldre)	2	8	
					Tre eller fler (18 år och äldre)	2	15	
	Pojkar 9-17 år	3	14	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	5	21	
	Flickor 9-17 år	10	35		Äldre vuxna (45-79 år)	0	4	
					Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	3	13	
Ålder	9-14 år	7	19	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	2	11		
	15-19 år	7	35		Hushåll (16-79 år)	En person	1	9
	20-24 år	6	26			Två personer	2	6
	25-34 år	4	16	Tre personer		2	13	
	35-44 år	2	9	Fyra personer eller fler		4	17	
	45-54 år	1	8	Hemort (9-79 år)		Stockholm	3	13
	55-64 år	0	4		Malmö	2	11	
	65-79 år	0	2		Göteborg	2	12	
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial < 9 år	1	3	Större städer	2	12		
	Förgymnasial 9-10 år	1	4	Pendlingskommuner	2	11		
	Gymnasial ≤ 2 år	2	8	Glesbygdskommuner	4	11		
	Gymnasial > 2 år	3	14	Varuproducerande kommuner	4	10		
	Högskola/universitet ≤ 3 år	2	11	Övriga kommuner	3	11		
	Högskola/universitet > 3 år	2	9					

Nätverkare

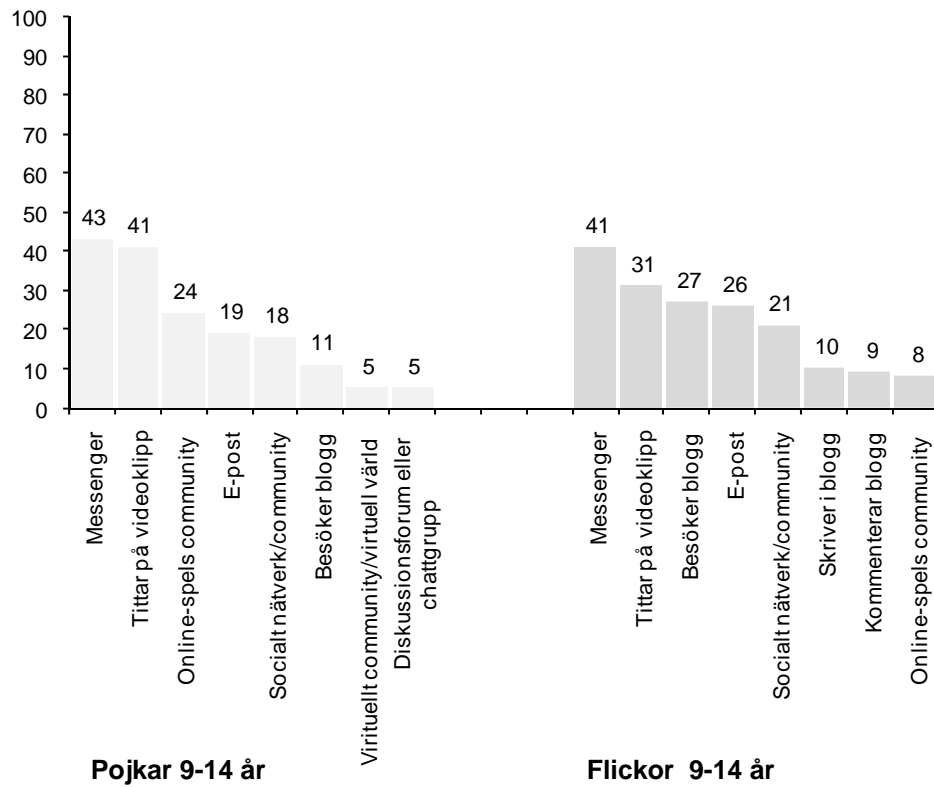
Tabell 23. Andel som deltagit i socialt nätverk¹ 2009 (%)

		%			%	
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	17	Sysse/sättning (16-79 år)	Arbetare	15	
	Vuxna 18-79 år	15		Tjänstemän	11	
	Barn/ungdom 9-17 år	31		Högre tjänstemän/akademiker	20	
Kön	Män 9-79 år	16	Egna företagare	Pensionärer	1	
		Kvinnor 9-79 år		18	Studera/nde	49
	Män 18-79 år	14		Arbetslösa		36
		Kvinnor 18-79 år			16	Vuxna i hushållet (18-79 år)
	Pojkar 9-17 år	27			Två personer (18 år och äldre)	12
	Flickor 9-17 år	35			Tre eller fler (18 år och äldre)	26
Ålder	9-14 år	19	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	38	
		15-19 år		54	Äldre vuxna (45-79 år)	3
		20-24 år		45	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	20
		25-34 år		31	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	21
	35-44 år	18	Hushåll (16-79 år)	En person	13	
	45-54 år	8		Två personer	9	
	55-64 år	3		Tre personer	22	
	65-79 år	1		Fyra personer eller fler	25	
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial < 9 år	4	Hemort (9-79 år)	Stockholm	21	
	Förgymnasial 9-10 år	6		Malmö	17	
	Gymnasial ≤ 2 år	13		Göteborg	21	
	Gymnasial > 2 år	24		Större städer	17	
	Högskola/universitet ≤ 3 år	13		Pendlingskommuner	18	
	Högskola/universitet > 3 år	17		Glesbyggdskommuner	16	
			Varuproducerande kommuner	14		
			Övriga kommuner	14		

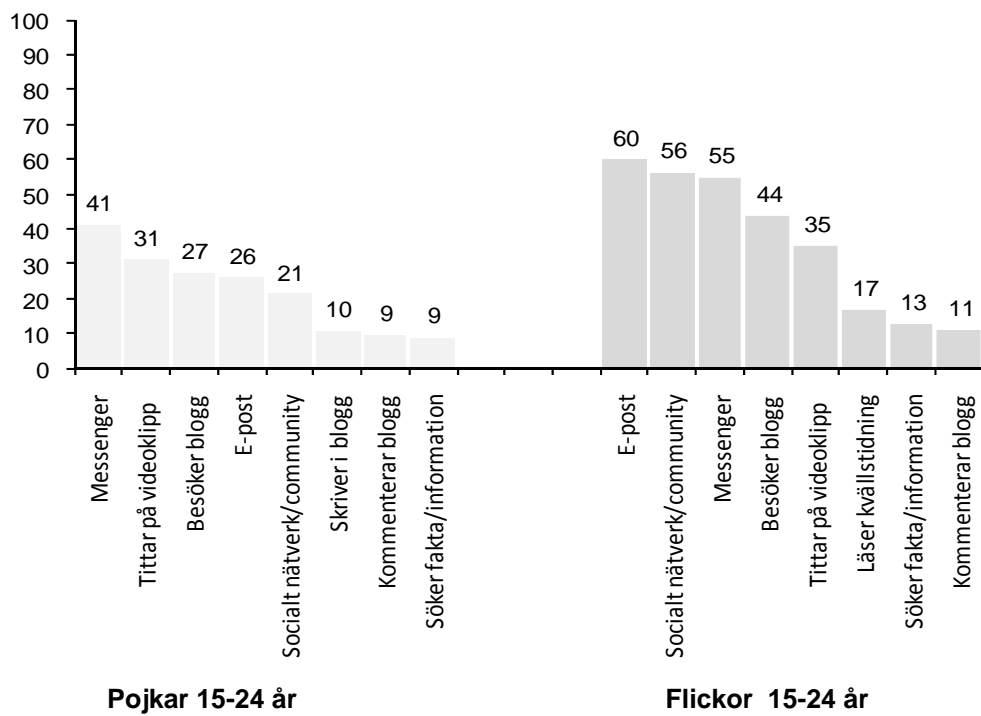
¹ Avser andel som deltagit i socialt nätverk/community (t ex facebook).

Användningsområde: ungdomar

Figur 28a. Populära internetaktiviteter i befolkningen 9-14 år en genomsnittlig dag 2009 (%)

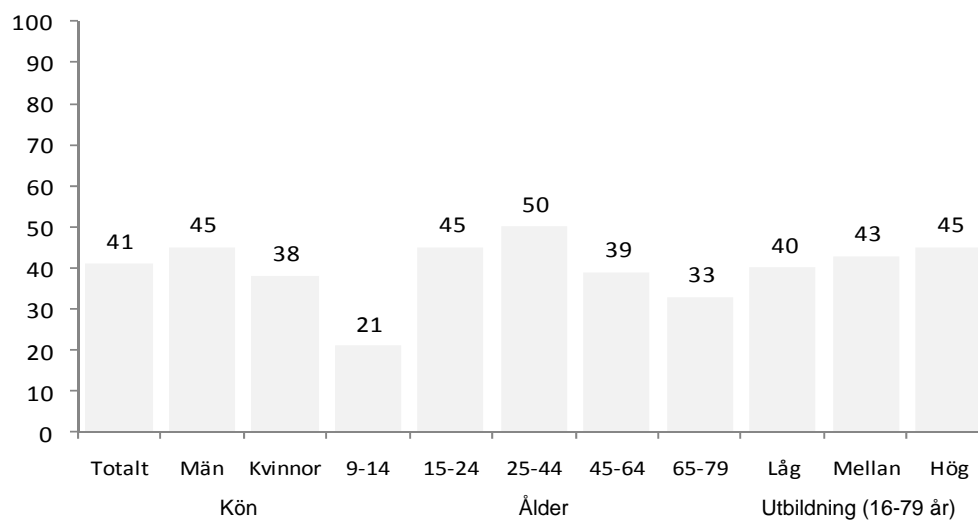


Figur 28b. Populära internetaktiviteter i befolkningen 15-24 år en genomsnittlig dag 2009 (%)



Användningsområde (nyheter)

Figur 29. Andel av befolkningen 9-79 år som tagit del av nyheter på internet en genomsnittlig dag 2009 (%)



Tabell 24. Internetanvändare 9-79 år som tagit del av nyheter på olika internetplatser en genomsnittlig dag 2009 (%)

	Kön			Ålder					Utbildning (16-79 år)		
	Totalt	Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Morgontidnings webbsajt	14	16	12	3	11	20	13	13	16	13	18
Webb-tv på morgontidnings webbsajt	1	2	1	0	1	2	1	2	1	1	2
Kvällstidnings webbsajt	18	20	17	2	18	24	19	12	15	22	20
Webb-tv på kvällstidnings webbsajt	1	2	1	0	1	2	1	1	1	1	1
Webbradio	2	2	1	–	2	2	2	0	1	2	3
Poddradio	0	0	0	–	1	1	0	–	–	0	0
Radiostations webbsajt	0	1	0	1	1	0	1	–	1	0	0
Webb-tv	1	1	1	–	1	1	1	2	2	1	1
Tv-kanals webbsajt	1	1	1	0	2	1	1	0	2	1	1
Blogg	2	1	2	4	4	1	1	1	1	2	1
Särskild nyhetstjänst	1	1	1	–	1	1	1	1	1	1	2
Tidskrifts webbsajt	1	1	1	–	1	1	0	1	1	0	1
Socialt nätverk/community	3	3	4	8	6	3	1	0	2	2	2
Diskussionsforum eller chatt-grupp	2	2	1	4	4	1	0	0	2	1	1
Nej, tog inte del av nyheter på internet	59	55	62	79	55	50	61	67	60	57	55

Dator-/internetspel

Tabell 25. Andel av befolkningen 9-79 år som spelar spel på internet genomsnittlig dag 2004-2009 (%)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Spel på internet:</i>											
<i>Genomsnittlig dag (%)</i>											
2004	1	2	0	3	3	1	1	–	0	1	1
2005	3	4	1	9	5	2	1	1	1	1	1
2006	6	10	3	24	15	5	2	1	2	5	3
2007	7	9	4	27	18	4	2	1	2	5	2
2008	6	9	3	26	16	4	2	1	3	4	2
2009	7	10	4	26	19	5	2	1	7	10	4

Tabell 26. Andel av befolkningen 9-79 år som spelar spel i mobiltelefon en genomsnittlig dag 2007-2009 (%)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
2007	4	5	4	21	10	2	1	–	1	3	2
2008	4	5	3	16	8	4	1	0	1	3	2
2009	6	7	4	21	12	4	1	0	1	6	2

Dator-/internetspel

Tabell 27. Andel av befolkningen 9-79 år som spelar dator-/tv- och internetspel en genomsnittlig dag/vecka 2004-2009 (%)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig dag</i>											
2004	7	10	4	24	16	6	2	2	3	6	3
2005	9	14	5	39	18	7	3	3	3	7	5
2007	14	18	10	52	32	10	5	3	6	11	7
2008	13	18	9	48	28	12	5	4	6	11	8
2009	12	17	8	44	28	10	4	3	4	11	6
<i>Genomsnittlig vecka</i>											
2004	17	24	11	69	38	15	6	4	6	15	8
2005	20	28	12	75	39	18	7	6	9	17	11
2007	28	33	22	86	55	26	14	6	12	26	17
2008	26	33	19	71	52	25	13	7	11	24	19
2009	25	32	19	71	53	26	10	7	10	24	17
<i>Speltid bland spelare (minuter)</i>											
Genomsnittlig dag 2007	87	105	55	95	109	73	43	- ¹	- ¹	94	53
Genomsnittlig dag 2008	75	86	90	77	103	60	48	- ¹	- ¹	78	52
Genomsnittlig dag 2009	76	92	46	75	96	64	53	46	98	69	93

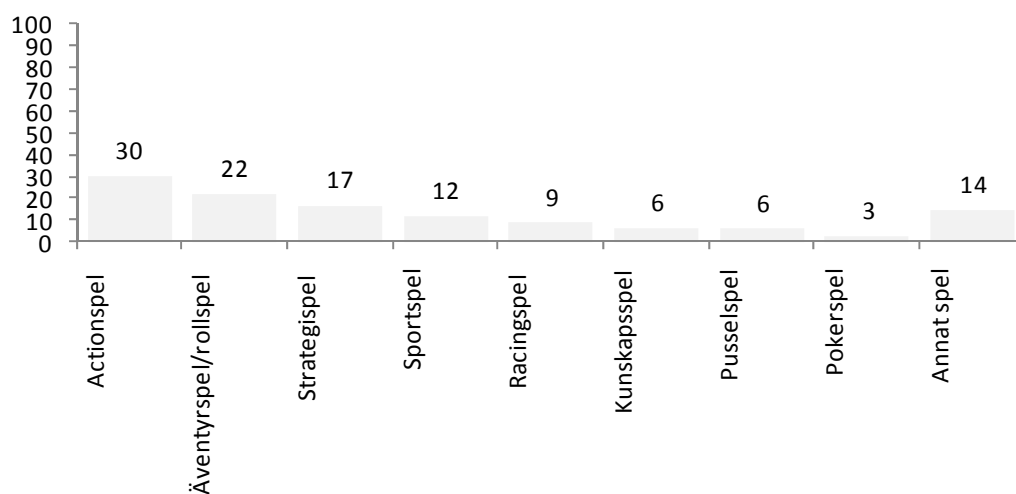
Tabell 28. Dator-/tv- och internetspel användare 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2004-2009 (%)

	9-14 år		15-24 år	
	Pojkar	Flickor	Pojkar	Flickor
<i>En genomsnittlig dag</i>				
2004	33	34	20	9
2005	46	11	24	6
2007	61	41	48	16
2008	57	37	42	13
2009	51	37	39	16
<i>En genomsnittlig vecka</i>				
2004	89	34	55	17
2005	86	47	50	16
2007	94	78	74	34
2008	86	66	71	35
2009	81	61	70	36

¹ Siffran redovisas ej då antalet svarepersoner är mycket lågt.

Dator-/internetspel

Figur 30. Typ av spel bland spelare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)



Tabell 29. Typ av spel bland spelare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Actionspel	30	39	13	37	42	18	7	–	13	26	16
Äventyrspel/rollspel	22	22	22	26	25	18	14	5	38	20	10
Strategispel	17	16	17	12	16	23	20	14	16	17	26
Sportspel	12	12	11	12	11	14	9	5	9	16	7
Racingspel	9	11	4	13	8	6	2	–	–	6	3
Kunskapsspel	6	4	10	7	3	4	18	10	9	2	9
Pusselspel	6	2	13	2	5	6	14	24	9	9	10
Pokerspel	3	3	3	1	–	6	9	10	–	2	9
Annat spel	14	11	22	13	9	14	23	48	31	9	22

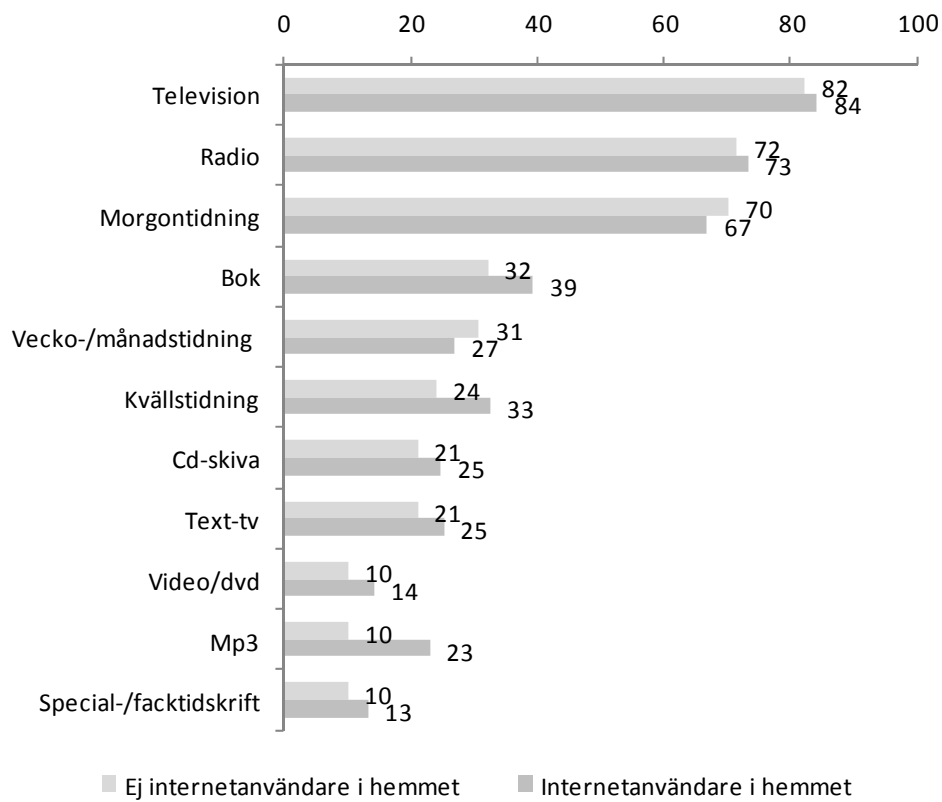
Tabell 30. Typ av spel bland spelande pojkar 9-14 och 15-24 år 2009 (%)

	Pojkar 9-14 år	Pojkar 15-24 år
Actionspel	51	49
Racingspel	17	9
Strategispel	12	15
Sportspel	13	11
Äventyrspel/rollspel	25	26
Kunskapsspel	4	2
Pusselspel	–	1
Pokerspel	1	–
Annat spel	5	8

Internet och andra medier

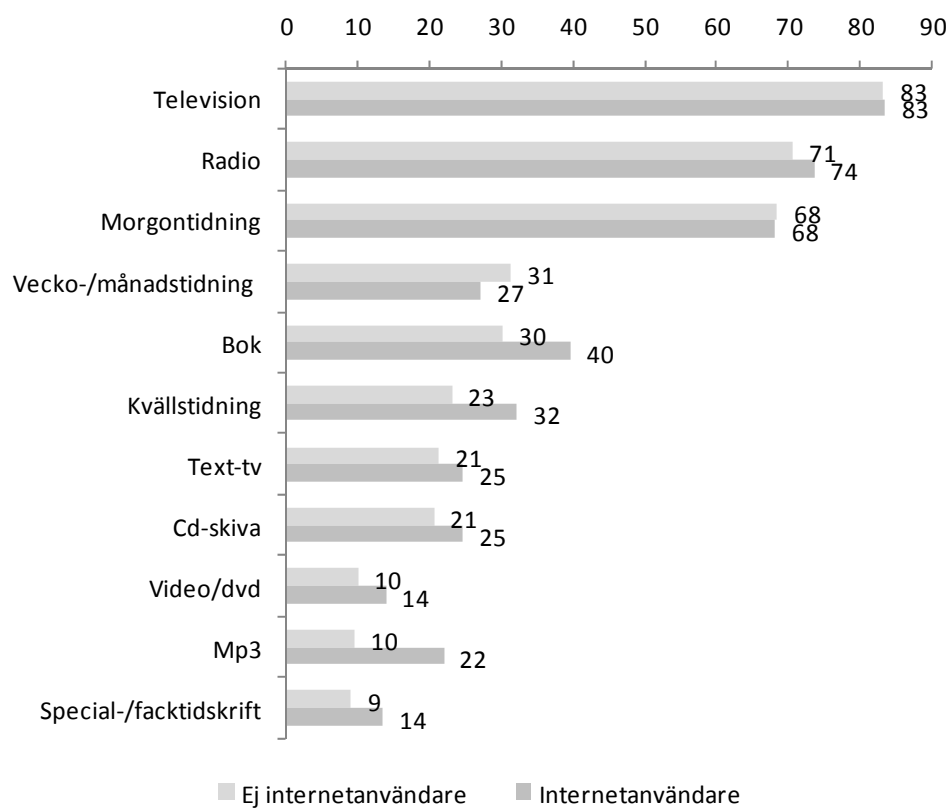
Internet och andra medier i hemmet

Figur 31. Medieanvändning bland internetanvändare i *hemmet* /ej internetanvändare i *hemmet* 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)



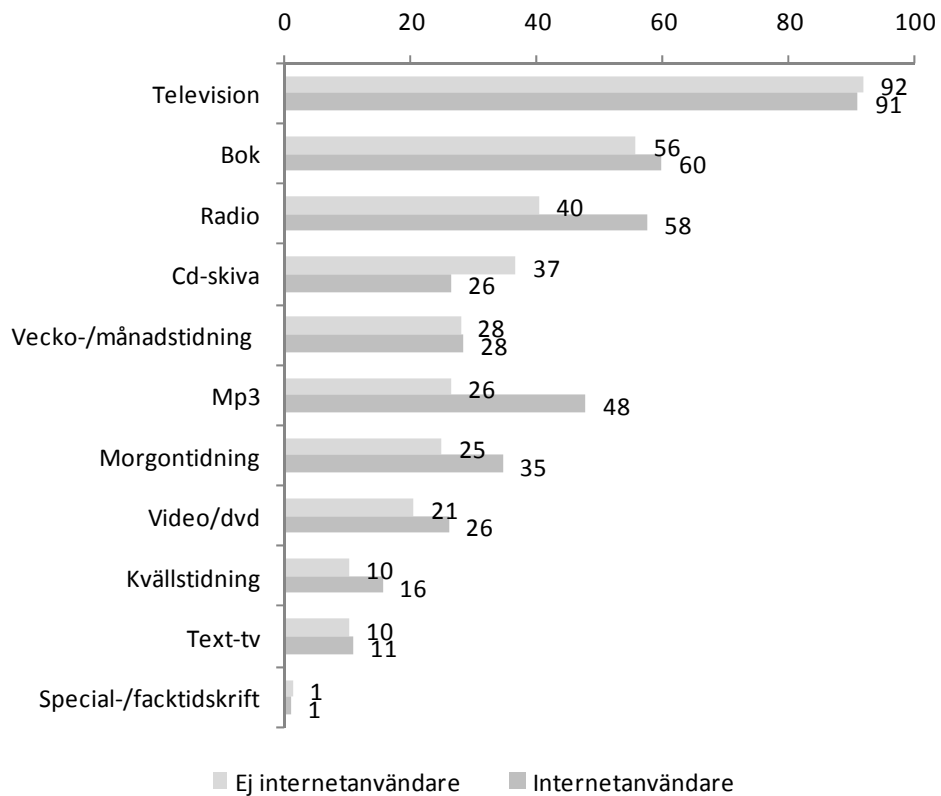
Internet och andra medier

Figur 32. Medieanvändning bland internetanvändare/ej användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)



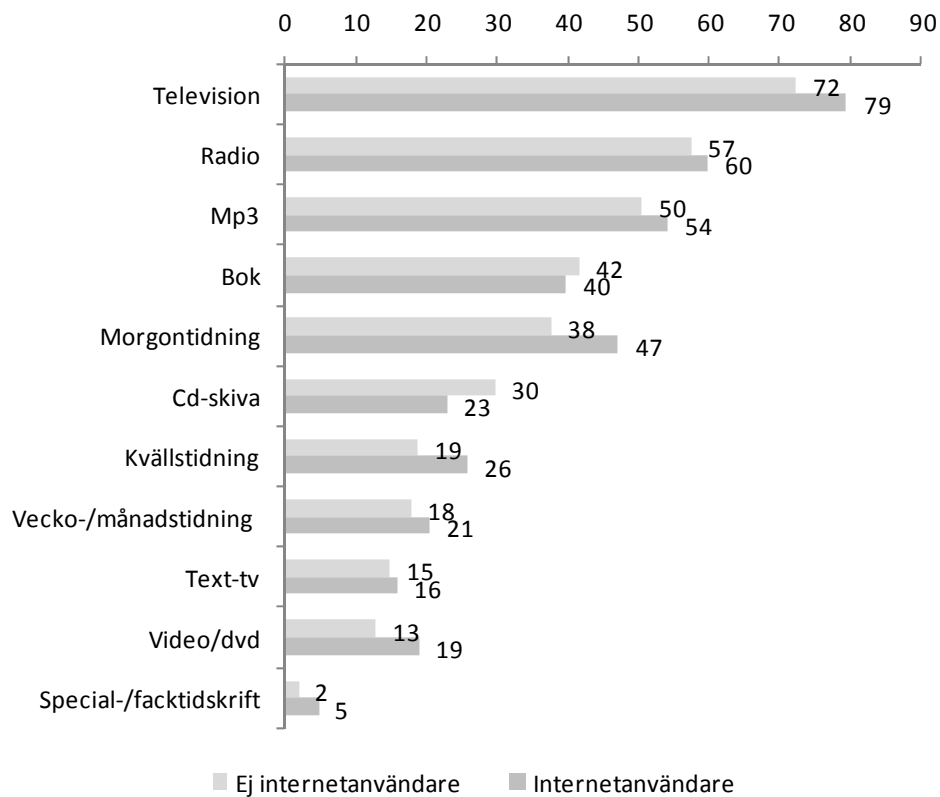
Internet och andra medier

Figur 33. Medieanvändning bland internetanvändare/ej användare 9-14 år en genomsnittlig dag 2009 (%)



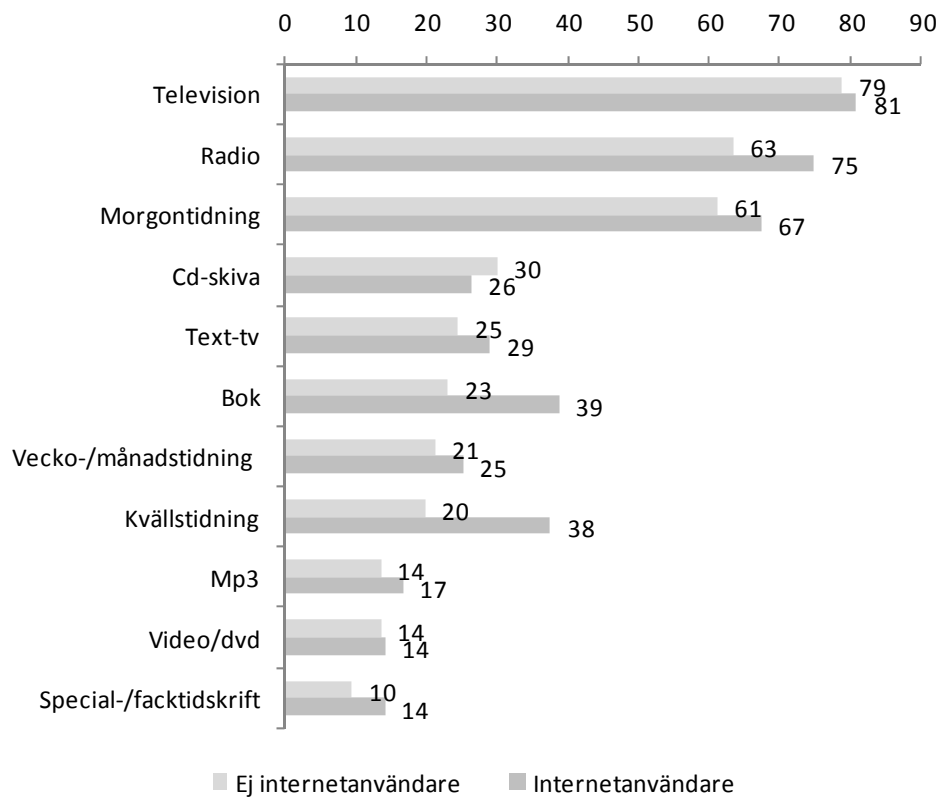
Internet och andra medier

Figur 34. Medieanvändning bland internetanvändare/ej användare 15-24 år en genomsnittlig dag 2009 (%)



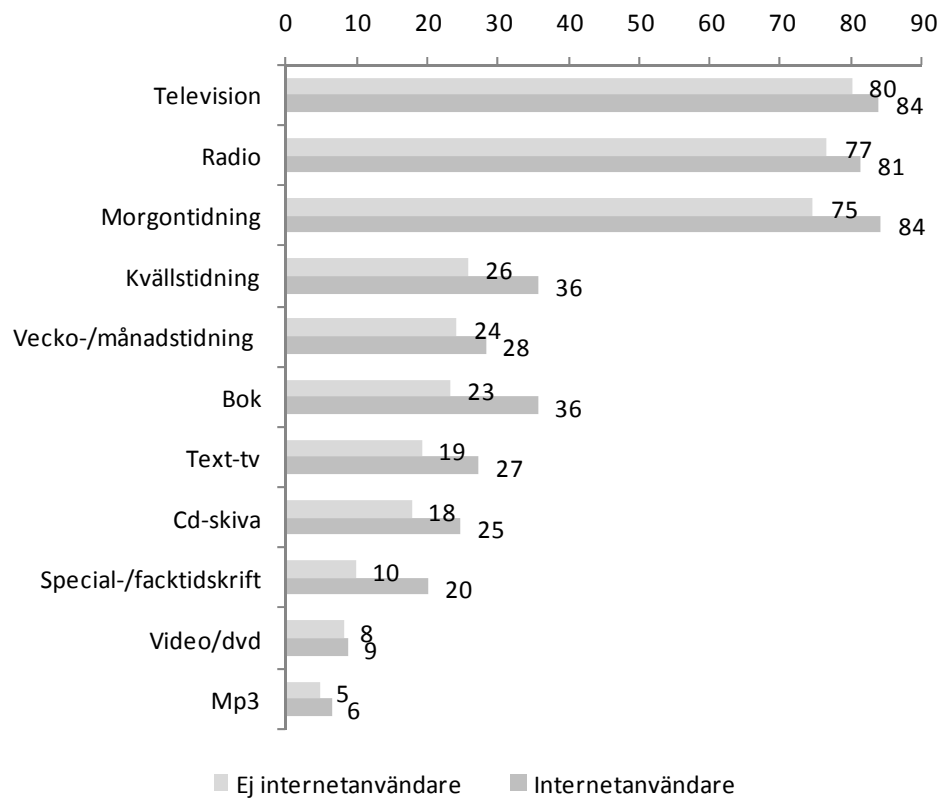
Internet och andra medier

Figur 35. Medieanvändning bland internetanvändare/ej användare 25-44 år en genomsnittlig dag 2009 (%)



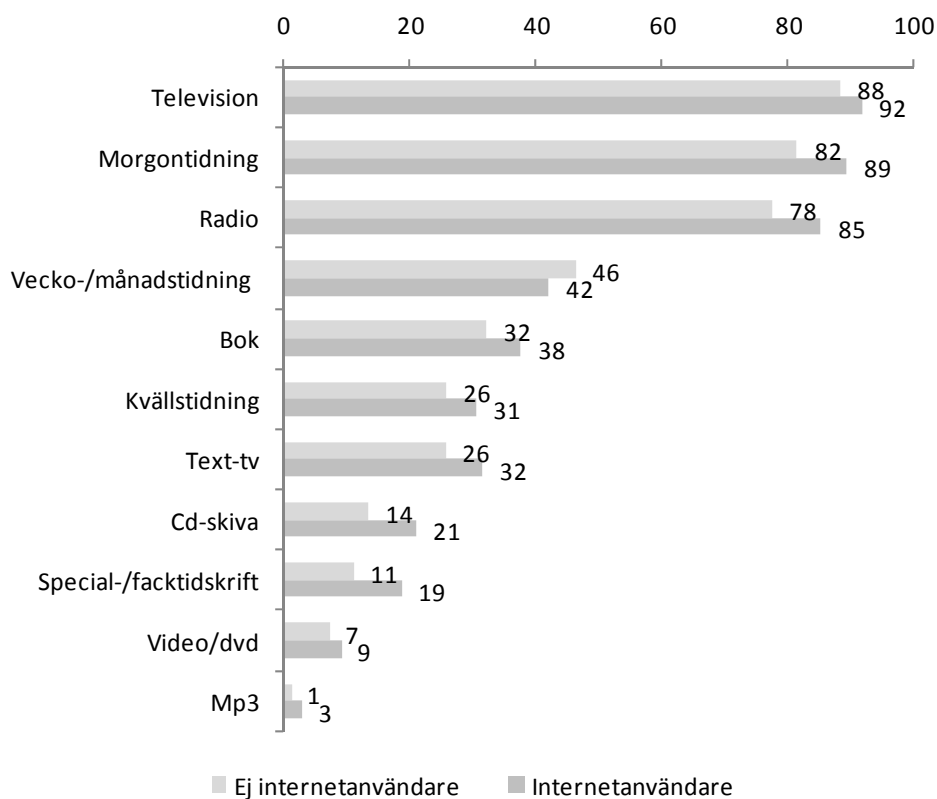
Internet och andra medier

Figur 36. Medieanvändning bland internetanvändare/ej användare 45-64 år en genomsnittlig dag 2009 (%)



Internet och andra medier

Figur 37. Medieanvändning bland internetanvändare/ej användare 65-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)



Internet och andra medier

Tabell 31. Medieanvändning bland internetanvändare/ej användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)

	Internetanvändare	
	Ja	Nej
Läst morgontidning	68	68
Läst landsortstidning	45	50
Läst storstadstidning	30	22
Läst kvällstidning	32	23
Läst tidskrift	36	36
Läst vecko-/månadstidning	27	31
Läst special-/facktidskrift	14	9
Lyssnat på radio	74	71
Lyssnat på P1	15	15
Lyssnat på P3	13	9
Lyssnat på P4	25	36
Lyssnat på privat lokalradio	33	19
Tittat på tv	83	83
Tittat på svensk reklam-tv	65	60
Tittat på SVT1	32	43
Tittat på SVT2	20	27
TV3	38	42
TV4	19	14
Kanal 5	20	12
Använt text-tv	25	21
Tittat på video/dvd	14	10
Lyssnat på fonogram	41	27
Lyssnat på cd-skiva	25	21
Lyssnat på mp3	22	10
Läst någon bok	40	30
Läst skönlitteratur	29	23
Läst barn- och ungdomslitteratur	7	5
Läst fackbok	6	4
Läst kurs- eller lärobok	9	3
Varit på bio	1	0

Anm: Tabellen skall läsas så att bland dem som använt internet (Ja) har 45% läst en landsortstidning och bland dem som inte använt internet (Nej) har 50% läst en landsortstidning samma dag o.s.v.
Användningen av olika medier avser all medieanvändning oavsett plattform.

Internet och andra medier

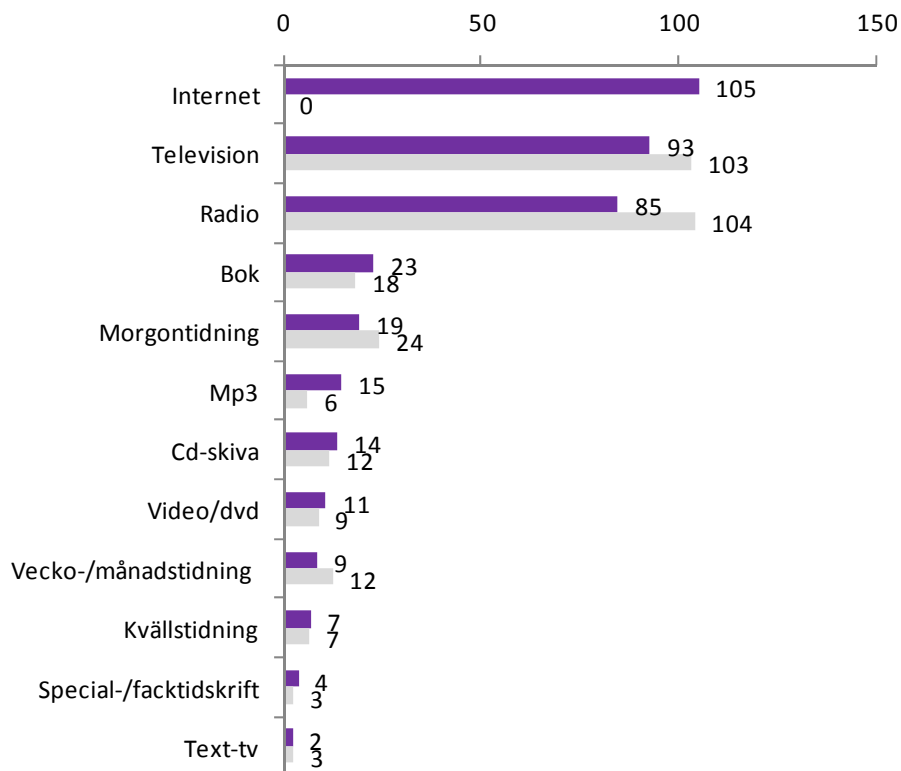
Tabell 32. Medieanvändning bland (A) personer som använt sociala medier på internet och (B) personer som använt traditionella medier på internet 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)

	A	B
Läst morgontidning	57	73
Läst landsortstidning	35	48
Läst storstadstidning	23	32
Läst kvällstidning	33	54
Läst tidskrift	33	35
Läst vecko-/månadstidning	27	25
Läst special-/facktidskrift	10	15
Lyssnat på radio	67	76
Lyssnat på P1	7	16
Lyssnat på P3	15	16
Lyssnat på P4	13	27
Lyssnat på privat lokalradio	41	35
Tittat på tv	83	85
Tittat på svensk reklam-tv	71	68
Tittat på SVT1	22	36
Tittat på SVT2	13	23
TV3	27	21
TV4	36	41
Kanal 5	28	21
Använt text-tv	21	33
Tittat på video/dvd	18	14
Lyssnat på fonogram	54	41
Lyssnat på cd-skiva	25	25
Lyssnat på mp3	38	22
Läst någon bok	44	38
Läst skönlitteratur	29	29
Läst barn- och ungdomslitteratur	11	4
Läst fackbok	7	7
Läst kurs- eller lärobok	15	7
Varit på bio	2	2

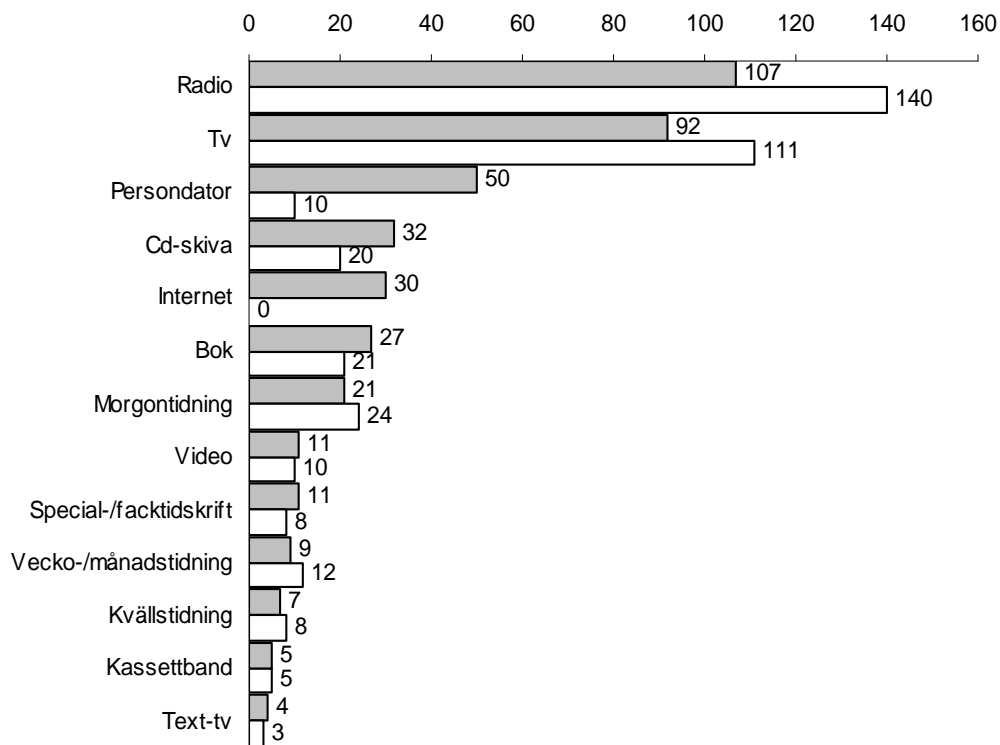
Anm: Användningen av olika medier avser all medieanvändning oavsett plattform.

Internet och andra medier

Figur 38a. Användningstid för olika medier bland internetanvändare/ej användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (minuter)



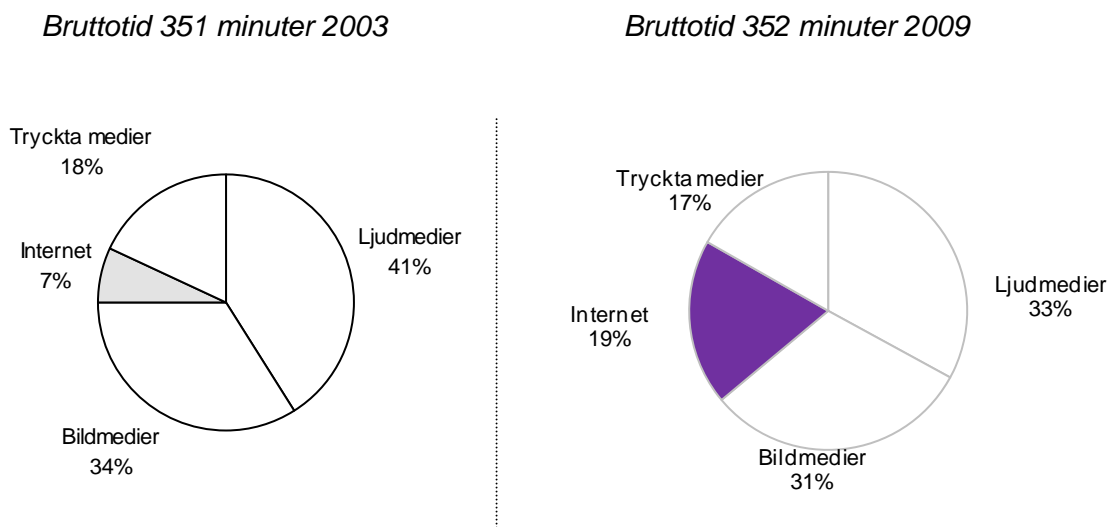
Figur 38b. Användningstid för olika medier bland internetanvändare/ej användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2000 (minuter)



Anm: Svarspersonerna har utifrån på förhand angivna intervall fått ange hur länge de använt olika medier under gårdagen. Intervallen har sedan räknats om till användartid.

Internet och andra medier

Figur 39. Bruttotid för massmedier fördelat på olika medier i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2003 och 2009 (%)



Tabell 33. Användningstid för olika massmedier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (minuter)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Radio	91	88	94	19	54	91	108	125	130	110	80
Cd-skiva	13	13	13	11	16	15	12	9	9	12	16
Mp3	12	13	11	19	40	11	4	1	4	12	9
Television	96	98	95	83	89	86	96	123	123	100	84
Text-tv	2	3	2	1	1	2	2	4	3	2	2
Video/DVD	11	11	10	19	17	11	7	6	6	10	10
Dagstidning ¹	25	25	25	5	10	17	30	46	34	24	27
Tidskrift ¹	13	10	16	7	7	10	14	23	17	11	15
Bok	21	15	24	24	28	20	18	22	14	18	25
Internet	68	79	59	66	132	84	54	22	29	74	76
Totalt	352	355	349	255	394	347	346	382	369	374	344

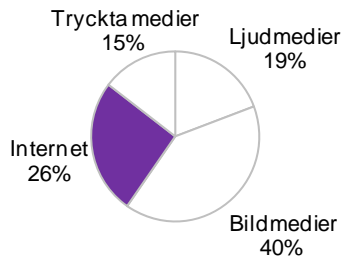
Anm: Svarspersonerna har utifrån på förhand angivna intervall fått ange hur länge de använt olika medier under gårdagen. Intervallen har sedan räknats om till användartid. Med bruttotid avses den sammanlagda användningstiden för varje enskilt medium utan att hänsyn tagits till att flera medier kan användas samtidigt.

¹ Avser genomsnittlig tid för papperstidningen.

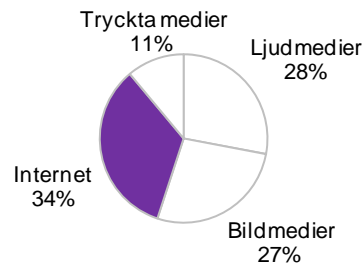
Internet och andra medier

Figur 40. Bruttotid för massmedier fördelat på olika medier i befolkningen, efter ålder en genomsnittlig dag 2009 (%)

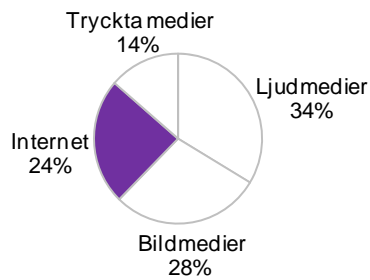
9-14 år Bruttotid 255 minuter



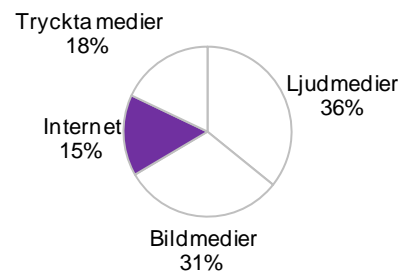
15-24 år Bruttotid 394 minuter



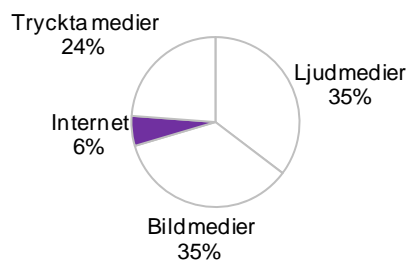
25-44 år Bruttotid 347 minuter



45-64 år Bruttotid 346 minuter



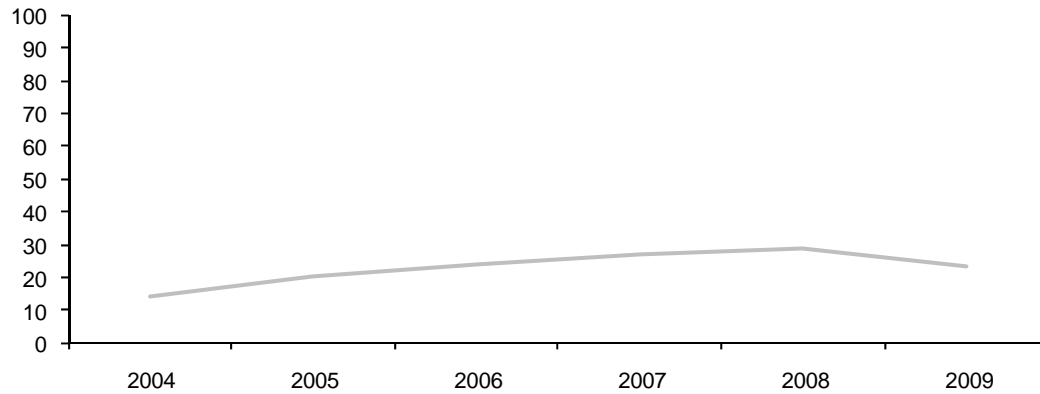
65-79 år Bruttotid 382 minuter



Anm: Med bruttotid avses den sammanlagda användningstiden för varje enskilt medium utan att hänsyn tagits till att flera medier kan användas samtidigt.

Internet och andra medier

Figur 41. Andel som tagit del av reklam på internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2004-2009 (%)



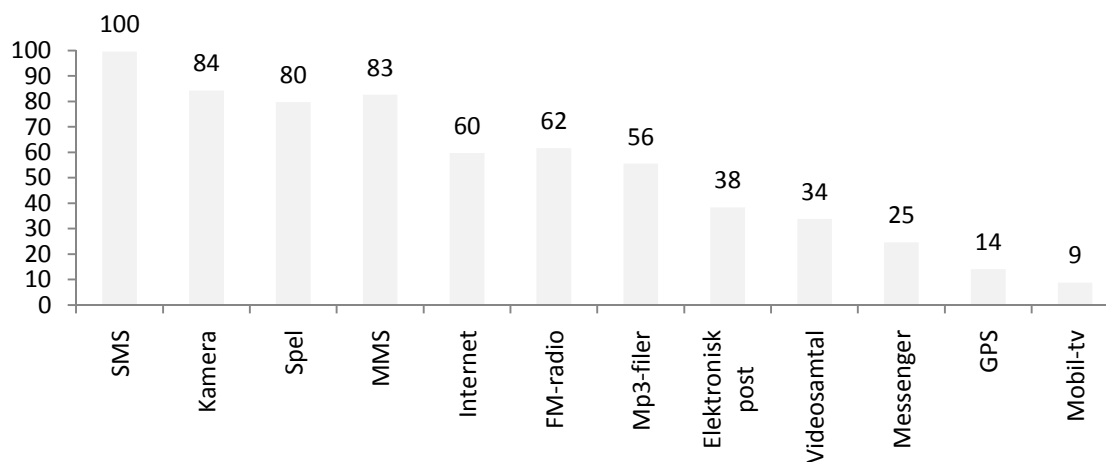
Tabell 34. Andel som tagit del av reklam på internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2004-2009 (%)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
2004	14	19	10	14	30	19	10	2	4	14	19
2005	20	25	15	22	41	25	14	3	6	22	22
2006	24	30	18	24	45	32	18	8	8	26	28
2007	27	31	22	20	49	39	20	7	9	29	33
2008	29	33	24	26	47	42	22	8	10	31	35
2009	23	25	21	20	38	33	17	8	8	27	26

Mobiltelefoni

Mobiltelefon

Figur 42. Tillgång till mobiltelefonfunktioner bland innehavare 9-79 år 2009 (%)

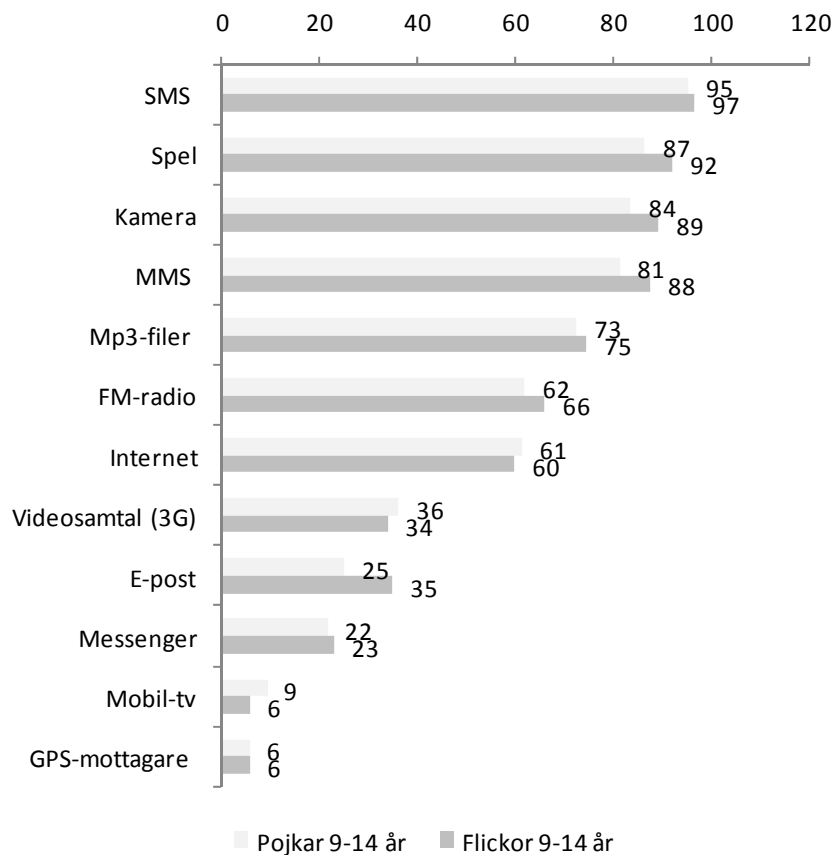


Tabell 35. Tillgång till mobiltelefonfunktioner bland innehavare 9-79 år 2009 (%)

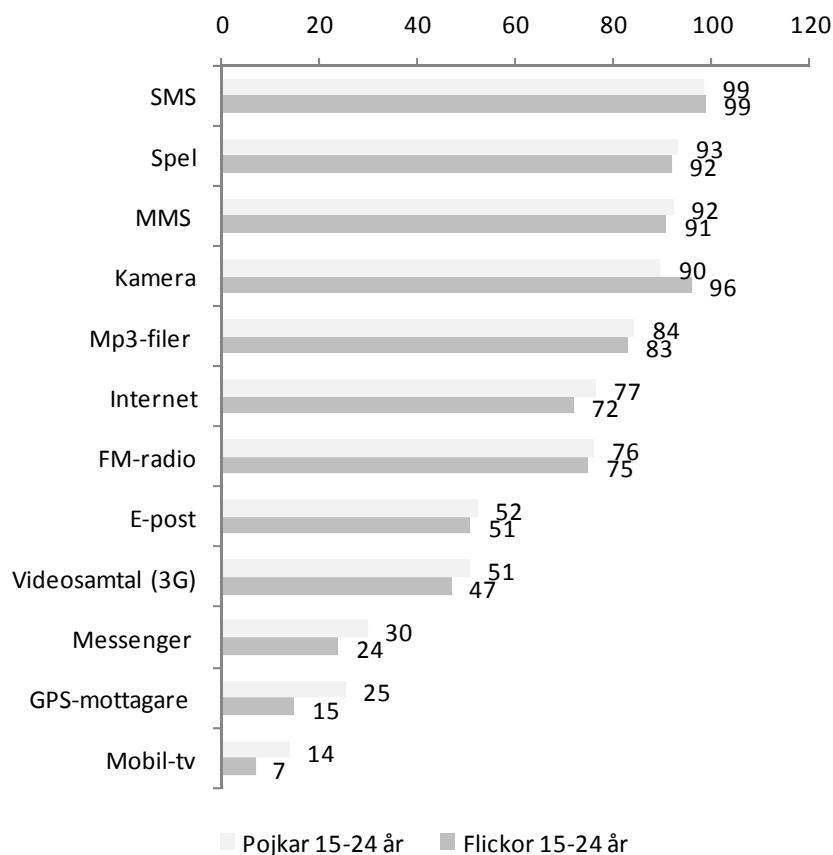
	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
SMS	100	100	100	100	99	100	100	99	100	100	99
Kamera	84	85	84	91	94	92	81	54	67	87	85
Spel	80	80	80	94	93	86	74	49	64	82	78
MMS	83	84	81	92	92	90	78	53	64	86	83
Internet	60	64	56	70	76	71	53	17	36	63	61
FM-radio	62	65	59	71	75	70	56	28	45	66	59
Mp3-filer	56	61	51	82	85	64	40	11	30	59	51
Elektronisk post	38	43	34	35	53	46	33	13	24	42	39
Videosamtal	34	39	29	40	50	40	26	8	21	37	31
Messenger	25	28	22	25	28	31	23	6	18	25	25
GPS	14	19	10	7	20	18	12	4	8	16	15

Mobiltelefon

Figur 43. Tillgång till olika funktioner i mobiltelefonen bland barn 9-14 år 2009 (%)

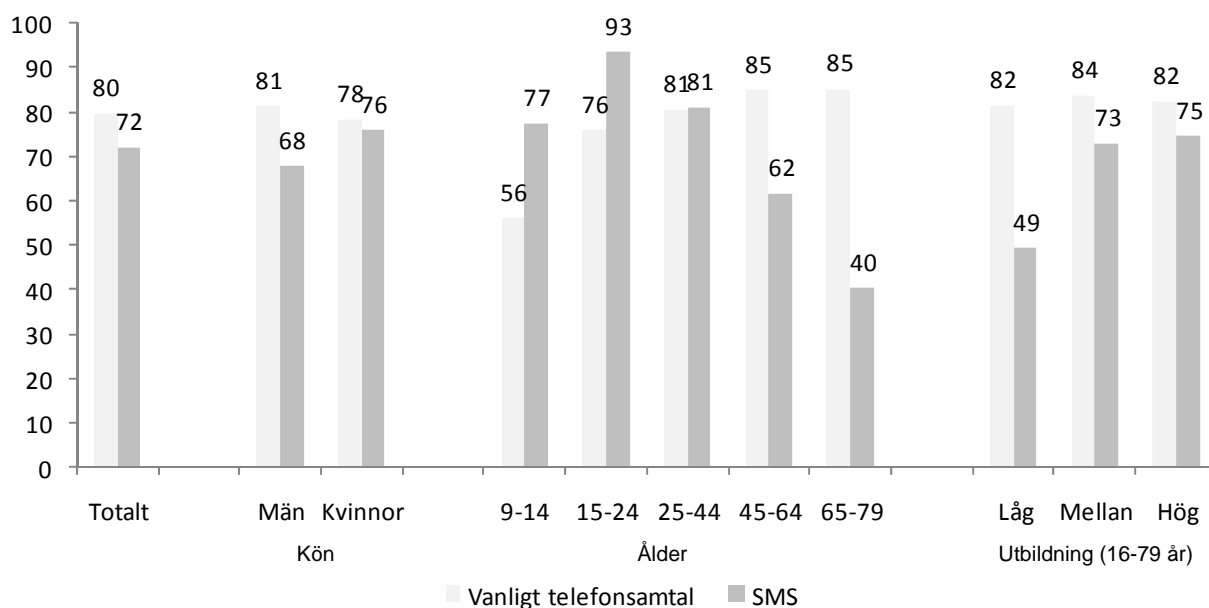


Figur 44. Tillgång till olika funktioner i mobiltelefonen bland ungdomar 15-24 år 2009 (%)



Mobiltelefon

Figur 45. Användningsområden bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)

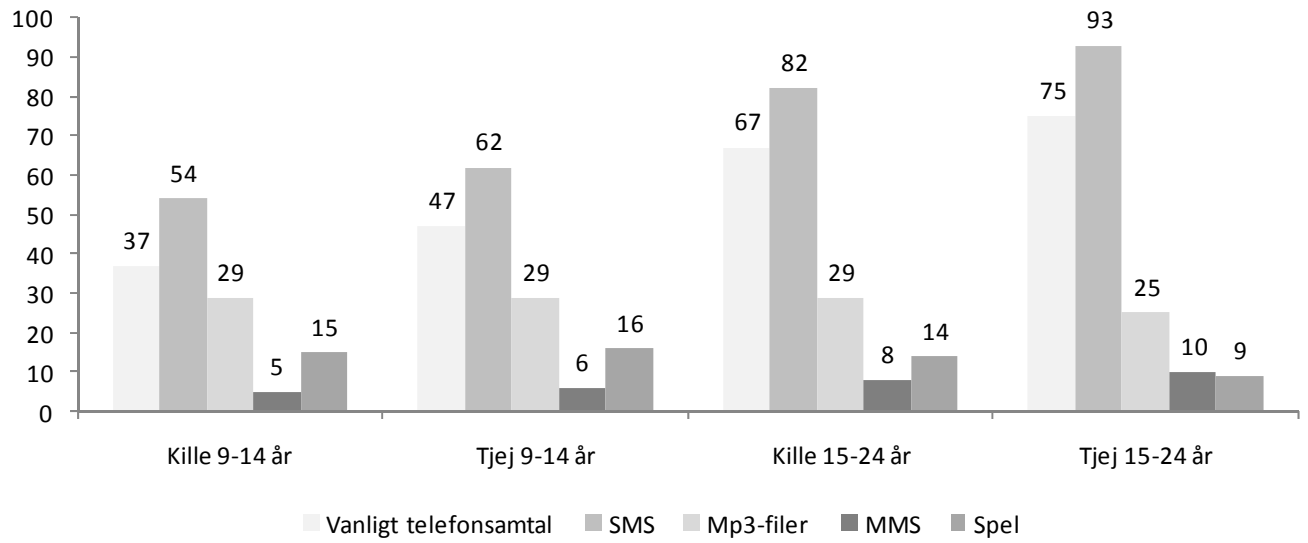


Tabell 36. Användningsområden bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2009 (%)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning (16-79 år)		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Vanligt telefonsamtal	80	81	78	56	76	81	85	85	82	84	82
SMS	72	68	76	77	93	81	62	40	49	73	75
Mp3-filer	11	12	10	38	29	7	2	0	3	9	5
MMS	8	8	9	7	10	13	5	3	5	9	9
Spel	6	7	4	21	12	4	1	0	1	6	2
FM-radio	4	3	4	4	6	4	2	2	3	3	4
Elektronisk post	3	5	1	1	2	5	3	1	1	2	5
Messenger/MSN	1	2	1	2	3	1	1	0	1	1	1
Videoklipp	2	2	1	4	2	2	0	1	1	2	1
Videosamtal	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
Nyhetsjänst	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1
GPS	1	2	0	–	2	2	1	–	–	2	1
Mobil-TV	0	0	–	–	0	0	–	–	–	0	0

Mobiltelefon

Figur 46. Användning av mobiltelefonfunktioner bland mobilinnehavare 9-14 år och 15-24 år en genomsnittlig dag, 2009 (%)



Fakta om Mediebarometern

Undersökningen 2009

Mediebarometerens huvudsakliga syfte har sedan starten 1979 varit att belysa massmediers räckvidd en genomsnittlig dag. Ett slumpmässigt urval av Sveriges befolkning i åldern 9-79 år intervjuas via telefon. Frågorna gäller i vilken utsträckning de tagit del av olika massmedier under gårdagen. Nordicom-Sverige har sedan 1994 samordningsansvar för Mediebarometern. Databasinsamlingen har efter upphandling genomförts av Pilen Affärsutveckling AB. Mediebarometern 2009 innefattar de medier som redovisas i det följande.

Radio: Avser all radio vilket inkluderar såväl webbradio som poddradio oavsett om lyssnandet är aktivt eller mer passivt, vilket betyder att exempelvis arbetsplatslyssnande och radiolyssnande i bilen inkluderas.

Cd-skivor: Avser all användning av cd-skivor, vilket även inkluderar annat lyssnande än musiklyssnande.

Mp3: Avser lyssnande på mp3-spelare, vilket även inkluderar annat lyssnande än musiklyssnande.

Television: Avser all tv, vilket inkluderar såväl svenska och utländska kanaler som kabel-, satellit, betal-tv., webb-tv och mobil-tv. Användning av video och text-tv ingår emellertid inte.

Text-tv: Avser all text-tv, vilket inkluderar användning av informationssidor och användning av särskild programtextning som finns för vissa program. Även text-tv via internet ingår här.

Video/dvd: Avser såväl inspelade tv-program som hyr- och köpvideofilm. Även PVR/hårddiskmottagare ingår här.

Bio: Avser alla biografbesök, oavsett om det är ordinarie föreställningar, visningar för skolklasser, i filmklubbar, på filmfestivaler eller något annat sätt.

Morgontidning: Avser alla morgonutgivna tidningar som utkommer minst en gång i veckan, vilket inkluderar både storstads- och landsortspress, dagliga gratistidningar. Innefattar både tryckt version och internetversion.

Kvällstidning: Avser någon av Aftonbladet, Expressen/GT/Kvällsposten. Innefattar både tryckt version och internetversion.

Reklam: Avser annonsblad, lokala annonsblad, handlares annonsblad, lösa reklamblad med rabattkuponger, adresserad reklam, utomhusreklam samt reklam i olika medier.

Vecko-/månadstidning: Avser såväl den traditionella veckopressen, herrtidningar och ungdomstidningar som populär-tidskrifter inriktade på ett eller några specialintressen hos läsaren. Innefattar både tryckt version och internetversion.

Special/facktidskrift: Avser såväl facktidskrifter inriktade på fack- och yrkesområden som organisationsutgivna special-tidskrifter. Innefattar både tryckt version och internetversion.

Böcker: Avser såväl skön- och facklitteratur som barn/ungdoms- och läroböcker/kurslitteratur. Tryckt bok, e-bok eller ljudbok.

Internet: Avser användning av internet i hemmet och på skola/arbete, och annan plats oavsett om den ingår i arbete eller är av privat karaktär.

Dator/tv-spel: Avser olika spel för persondator på internet och spel som ansluts till tv-apparaten.

Medieinnehav: Avser tillgång till olika typer av medier och medieteknologi.

Telefonintervjuerna har genomförts under 42 slumpmässigt utvalda dagar under perioderna 5/2 till 17/6 och 9/8 till 11/12 2009. Urvalet av intervjudagar stratifierades för att uppnå en jämn fördelning mellan olika veckodagar, vilket innebär att intervjuerna genomförts under 6 över året utspridda måndagar, tisdagar, onsdagar o s v.

Urval och bortfall

Urvalet bestod av ett obundet slumpmässigt individurval av Sveriges befolkning i åldern 9 till 79 år. Urvalet drogs ur SPARs befolkningsregister och omfattade 8145 personer boende i Sverige. Bortfall bestående av ej telefonnummersatta urvalsenheter, felaktiga nummer, ej målgrupp och bortresta under hela perioden osv, gav ett nettourval på 7122 personer. Av dessa har intervjuer genomförts med 4699 personer. Detta betyder att undersökningen har en svarsfrekvens på 66 procent. Andelen uttalade svarsvägrare uppgick till 18 procent medan resterande bortfall består av ej anträffade, korttidssjuka mm.

Beräkning av genomsnittlig användartid

Svaren inom respektive tidsintervall klassificeras enligt nedanstående mallar för att sedan omräknas till genomsnittliga användartider för respektive medium.

Radio

Ej lyssnat på radio = 0 minuter
Lyssnat mindre än 30 minuter = 15 minuter
Lyssnat 30 - 60 minuter = 45 minuter
Lyssnat 60 - 120 minuter = 90 minuter
Lyssnat 120 - 180 minuter = 150 minuter
Lyssnat 180 - 240 minuter = 210 minuter
Lyssnat 240 - 300 minuter = 270 minuter
Lyssnat 300 - 360 minuter = 330 minuter
Lyssnat mer än 360 minuter = 420 minuter

Cd-skiva och mp3

Ej lyssnat = 0 minuter
Lyssnat mindre än 30 minuter = 15 minuter
Lyssnat 30 - 60 minuter = 45 minuter
Lyssnat 60 - 120 minuter = 90 minuter
Lyssnat mer än 120 minuter = 180 minuter
Lyssnat 120 - 180 minuter = 150 minuter
Lyssnat mer än 180 minuter = 210 minuter

Television

Ej tittat på tv = 0 minuter
Tittat mindre än 30 minuter = 15 minuter
Tittat 30 - 60 minuter = 45 minuter
Tittat 60 - 120 minuter = 90 minuter
Tittat 120 - 180 minuter = 150 minuter
Tittat 180 - 240 minuter = 210 minuter
Tittat 240 - 300 minuter = 270 minuter
Tittat mer än 300 minuter = 360 minuter

Text-tv

Ej använt text-tv = 0 minuter
Använt mindre än 5 minuter = 2,5 minuter
Använt 5 - 15 minuter = 10 minuter
Använt 15 - 30 minuter = 22,5 minuter
Använt 30 - 45 minuter = 37,5 minuter
Använt 45 - 60 minuter = 52,5 minuter
Använt mer än 60 minuter = 60 minuter

Video/dvd

Ej tittat på video = 0 minuter
Tittat mindre än 30 minuter = 15 minuter
Tittat 30 - 60 minuter = 45 minuter
Tittat 60 - 120 minuter = 90 minuter
Tittat 120 - 180 minuter = 150 minuter
Tittat 180 - 240 minuter = 210 minuter
Tittat 240 - 300 minuter = 270 minuter
Tittat mer än 300 minuter = 360 minuter

Morgon- och kvällstidning (tryckt version)

Ej läst = 0 minuter
Läst mindre än 15 minuter = 8 minuter
Läst 15 - 30 minuter = 23 minuter
Läst 30 - 60 minuter = 45 minuter
Läst 60 - 120 minuter = 90 minuter
Läst mer än 120 minuter = 180 minuter

Vecko-/månadstidningar och special-facktidskrifter (tryckt version)

Ej läst = 0 minuter
Läst mindre än 30 minuter = 15 minuter
Läst 30 - 60 minuter = 45 minuter
Läst 60 - 120 minuter = 90 minuter
Läst mer än 120 minuter = 180 minuter

Morgon- och kvällstidning, vecko-/månadstidningar och special-facktidskrifter (på internet)

Ej läst = 0 minuter
Läst mindre än 5 minuter = 2,5 minuter
Läst 5 - 15 minuter = 10 minuter
Läst 15 - 30 minuter = 22,5 minuter
Läst 30 - 45 minuter = 37,5 minuter
Läst 45 - 60 minuter = 52,5 minuter
Läst 60 - 120 minuter = 90 minuter
Läst mer än 120 minuter = 180 minuter

Böcker (tryckt eller digital bok)

Ej läst = 0 minuter
Läst mindre än 30 minuter = 15 minuter
Läst 30 - 60 minuter = 45 minuter
Läst 60 - 120 minuter = 90 minuter
Läst 120 - 180 minuter = 150 minuter
Läst mer än 180 minuter = 210 minuter

Böcker (ljudbok)

Ej läst = 0 minuter
Lyssnat mindre än 30 minuter = 15 minuter
Lyssnat 30 - 60 minuter = 45 minuter
Lyssnat 60 - 120 minuter = 90 minuter
Lyssnat 120 - 180 minuter = 150 minuter
Lyssnat mer än 180 minuter = 210 minuter

Dator/tv-spel

Ej spelat dator/tv-spel = 0 minuter
Spelat mindre än 30 minuter = 15 minuter
Spelat 30 - 60 minuter = 45 minuter
Spelat 60 - 120 minuter = 90 minuter
Spelat 120 - 180 minuter = 150 minuter
Spelat 180 - 240 minuter = 210 minuter
Spelat mer än 180 minuter = 210 minuter

Internet

Ej använt internet = 0 minuter
Använt mindre än 30 minuter = 15 minuter
Använt 30 - 60 minuter = 45 minuter
Använt 60 - 120 minuter = 90 minuter
Använt 120 - 180 minuter = 150 minuter
Använt 180 - 240 minuter = 210 minuter
Använt 240 - 300 minuter = 270 minuter
Använt mer än 300 minuter = 360 minuter

Antal svar i olika grupper av befolkningen

Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	4 699	Sysselsättning (16-79 år)	Arbetare	1 058
	Vuxna 18-79 år	4 071		Tjänstemän	705
	Barn/ungdom 9-17 år	628		Högre tjänstemän/akademiker	424
Kön	Män 9-79 år	2 170		Egna företagare	211
	Kvinnor 9-79 år	2 529		Jordbrukare	20
	Män 18-79 år	1 855		Pensionärer	904
	Kvinnor 18-79 år	2 216	Vuxna i hushållet (18-79 år)	Studerande	314
	Pojkar 9-17 år	315		Arbetslösa	113
	Flickor 9-17 år	313		En person (18 år och äldre)	822
Ålder	9-14 år	393		Två personer (18 år och äldre)	2 522
	15-19 år	406		Tre eller fler (18 år och äldre)	720
	20-24 år	280	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	681
	25-34 år	484		Äldre vuxna (45-79 år)	1 975
	35-44 år	747		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	849
	45-54 år	708		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	551
	55-64 år	811	Hushåll (16-79 år)	En person	715
	65-79 år	870		Två personer	1 619
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	520		Tre personer	719
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	296	Hemort (9-79 år)	Fyra personer eller fler	1 639
	Gymnasial utbildning < 2 år	506		Stockholmsregionen	679
	Gymnasial utbildning > 2 år	1 032		Malmöregionen	1 67
	Högskola/universitet < 3 år	855		Göteborgsregionen	415
	Högskola/universitet > 3 år	801		Större städer	1 395
				Pendlingskommuner	325
				Glesbygdskommuner	165
				Varuproducerande kommuner	341
				Övriga kommuner	1 212

Lathund för uträkning av statistiska felmarginaler

%	Urvalsstorlek									
	50	100	150	200	400	600	800	1000	2000	3000
50 (50)	13,9	9,8	8,0	6,9	4,9	4,0	3,5	3,1	2,2	1,8
35 (65)	13,2	9,4	7,6	6,6	4,8	3,8	3,3	3,0	2,1	1,7
25 (75)	12,0	8,5	6,9	6,0	4,2	3,5	3,0	2,7	1,9	1,5
20 (80)	11,1	7,8	6,4	5,5	3,9	3,2	2,8	2,5	1,8	1,4
10 (90)	9,9	7,0	5,7	4,9	3,5	2,8	2,5	2,2	1,6	1,3
8 (92)	8,3	5,9	4,8	4,2	3,0	2,4	2,1	1,9	1,3	1,1
7 (93)	–	5,3	4,3	3,8	2,7	2,2	1,9	1,7	1,2	1,1
6 (94)	–	4,7	3,8	3,3	2,3	1,9	1,7	1,5	1,0	1,0
5 (95)	–	4,3	3,5	3,0	2,1	1,7	1,5	1,4	1,0	0,8
4 (96)	–	–	3,1	2,7	1,9	1,5	1,4	1,2	0,9	0,7
3 (97)	–	–	–	2,4	1,7	1,4	1,2	1,1	0,7	0,6
2 (98)	–	–	–	–	1,4	1,1	1,0	0,9	0,6	0,5
1 (99)	–	–	–	–	1,0	0,8	0,7	0,6	0,4	0,4

– Förutsättningar för att räkna ut felmarginalen föreligger ej.

Källa: SR/PUB.

Kommentar: Lathunden skall läsas enligt följande: Om antalet svarspersoner är 2 000 och tabellen anger att 80 procent av Sveriges befolkning tittat på tv en genomsnittlig dag är den statistiska felmarginalen med 95-procentig säkerhet +/- 1,8 procent. Exemplet skall alltså tolkas som att med 95 procents säkerhet tittar mellan 78,2 och 81,8 procent på tv en genomsnittlig dag.

NORDICOM

Nordiskt Informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning

Göteborgs universitet
Box 713, SE 405 30 Göteborg, Sverige
Telefon: + 46 31 786 00 00 • Fax: + 46 31 786 46 55

E-post: info@nordicom.gu.se

www.nordicom.gu.se

ISBN 978-91-86523-09-1
ISSN 1101-4539