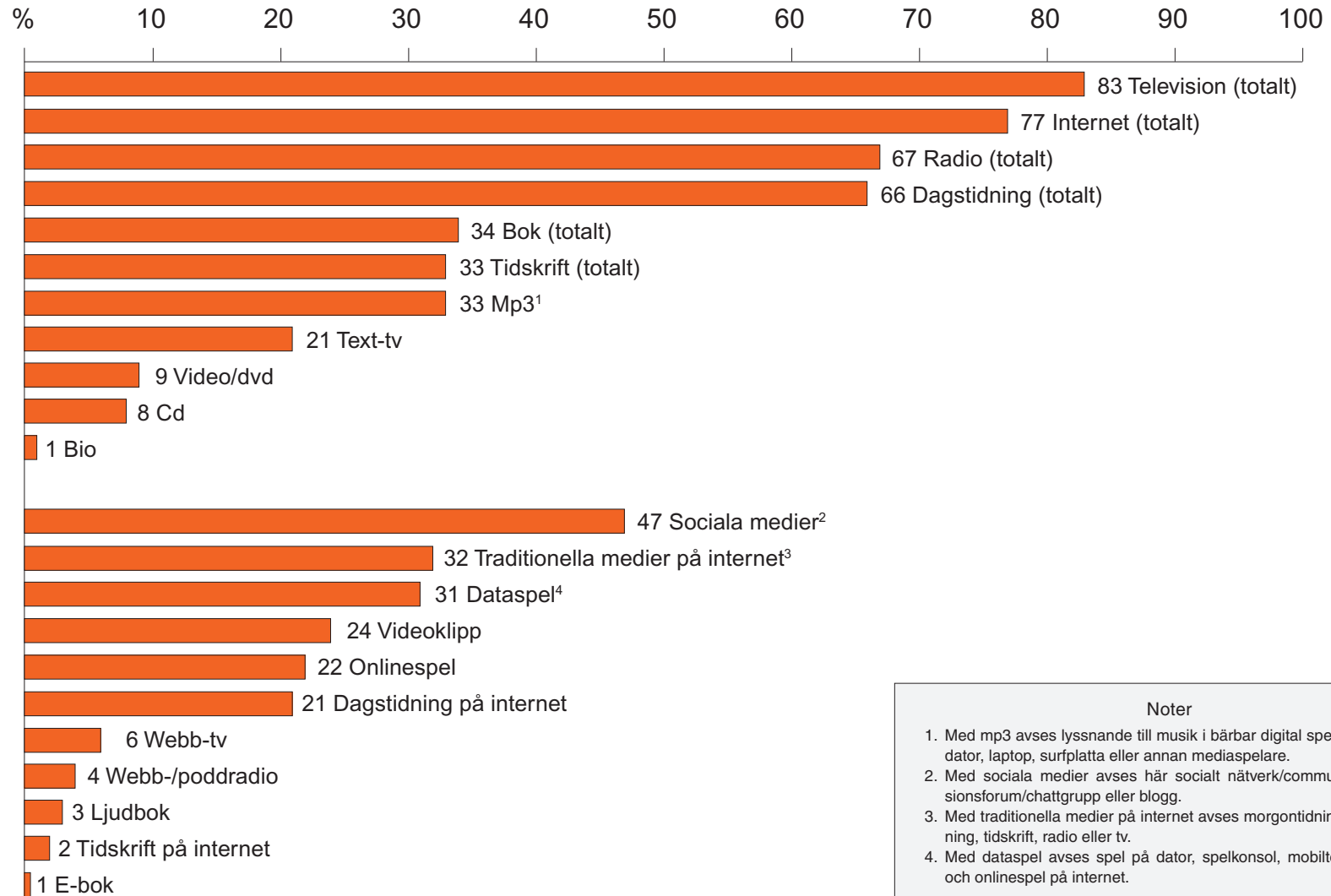


# Mediedagen 2013

## Andel av befolkningen 9-79 år som använder olika medier en genomsnittlig dag 2013 (%)

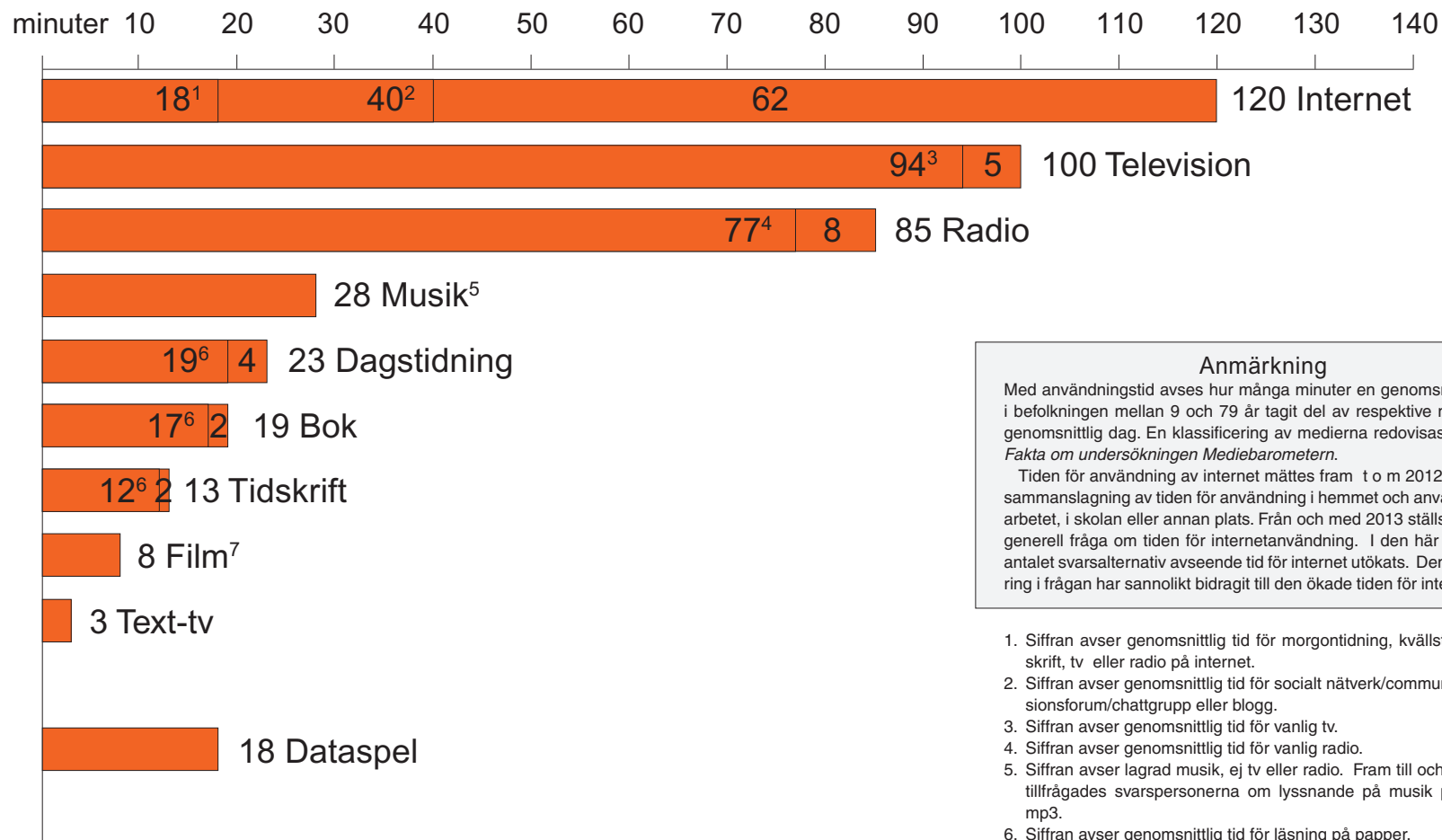


### Noter

1. Med mp3 avses lyssnande till musik i bärbar digital spelare, direkt i dator, laptop, surfplatta eller annan mediaspelare.
2. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.
3. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, tidskrift, radio eller tv.
4. Med dataspel avses spel på dator, spelkonsol, mobiltelefon, Ipod och onlinespel på internet.

# Mediedagen 2013: Tid

## Användningstid för medier i hela befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2013 (minuter)



### Anmärkning

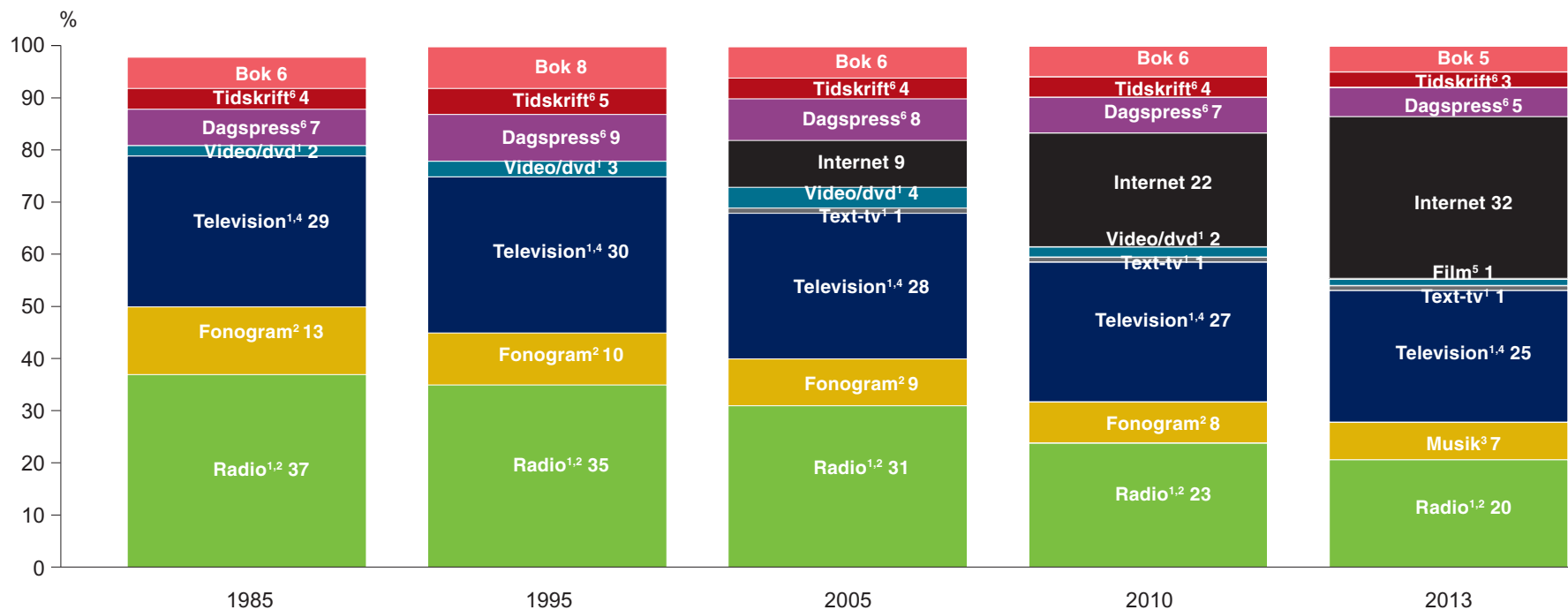
Med användningstid avses hur många minuter en genomsnittsperson i befolkningen mellan 9 och 79 år tagit del av respektive medium en genomsnittlig dag. En klassificering av medierna redovisas i avsnittet *Fakta om undersökningen Mediebarometern*.

Tiden för användning av internet mättes fram t o m 2012 genom en sammanslagning av tiden för användning i hemmet och användning på arbetet, i skolan eller annan plats. Från och med 2013 ställs enbart en generell fråga om tiden för internetanvändning. I den här frågan har antalet svarsalternativ avseende tid för internet utökats. Denna förändring i frågan har sannolikt bidragit till den ökade tiden för internet 2013.

1. Siffran avser genomsnittlig tid för morgontidning, kvällstidning, tidskrift, tv eller radio på internet.
2. Siffran avser genomsnittlig tid för socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.
3. Siffran avser genomsnittlig tid för vanlig tv.
4. Siffran avser genomsnittlig tid för vanlig radio.
5. Siffran avser lagrad musik, ej tv eller radio. Fram till och med 2012 tillfrågades svarspersonerna om lyssnande på musik på cd eller mp3.
6. Siffran avser genomsnittlig tid för läsning på papper.
7. Siffran avser ej film på bio eller tablålagd tv. Fram till och med 2012 tillfrågades svarspersonerna om tittande på video/dvd/pvr. Observera att tiden för inspelad tv från och med 2013 ingår i tiden för television.

# Mediedagen 1985-2013: Tid

Den bruttotid som befolkningen 9-79 år ägnar åt medier fördelad på olika medier  
1985, 1995, 2005, 2010 och 2013 (%)



Anm: Tiden för användning av internet mättes fram till 2012 genom en sammanslagning av tiden för användning i hemmet och användning på arbetet, i skolan eller annan plats. Från och med 2013 ställs enbart en generell fråga om tiden för internetanvändning. I denna frågan har antalet svarsalternativ avseende tid för internet utökats. Denna förändring i frågan har sannolikt bidragit till den ökade tiden för internet 2013.

1. Vid jämförelser över tid bör noteras att tittar- och lyssnartiden före 1993 byggde på frågor där svarspersonerna fick ange mellan vilka tidpunkter de tittat på tv, video eller lyssnat på radio, därefter har svarspersonerna själva fått uppskatta sin användningstid.

2. Siffran avser genomsnittlig tid för vanlig radio. Fram till och med 2012 avsåg användningstiden radio oavsett plattform.

3. Siffran avser lagrad musik, ej tv eller radio. Fram till och med 2012 tillfrågades svarspersonerna om lyssnande på musik på cd eller mp3.

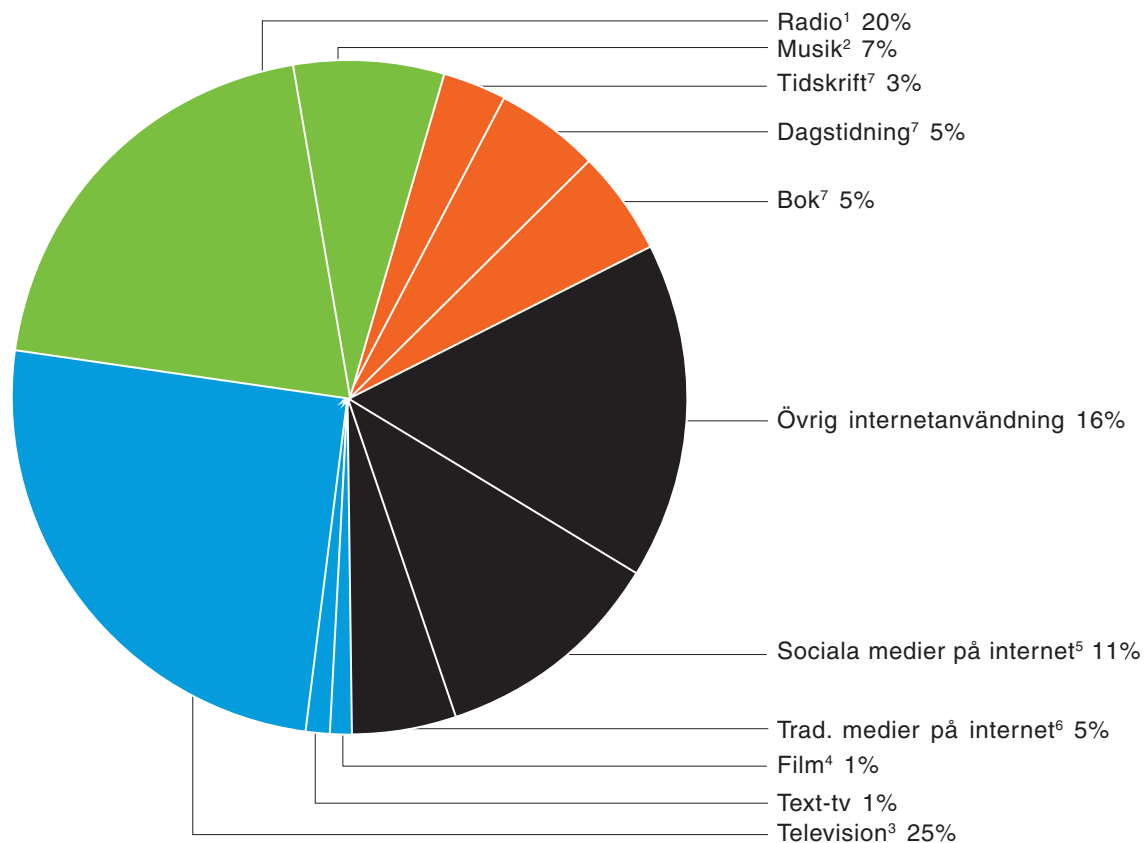
4. Siffran avser genomsnittlig tid för vanlig tv.

5. Siffran avser ej film på bio eller tablålagd tv. Fram till och med 2012 tillfrågades svarspersonerna om tittande på video/dvd/pvr. Observera att tiden för inspelad tv från och med 2013 ingår i tiden för television.

6. Siffran avser genomsnittlig tid för läsning på papper.

# Mediedagen 2013: Brutto 6 timmar och 18 minuter

## Den bruttotid som befolkningen 9-79 år ägnar åt medier fördelad på olika medier 2013 (%)



## 378 minuter

Bruttotiden för svenskarnas medieanvändning är 378 minuter. Med bruttotid menas summan av den självuppskattade tiden för användning av enskilda medier och måttet tar inte hänsyn till att man kan använda olika medier samtidigt, t ex lyssna på musik medan man läser en tidning eller använder internet. Svenskarnas bruttotid för medieanvändning har varit förhållandevis stabil under det senaste decenniet.

Internet dominerar den tid som ägnas medier med 32 procent av bruttotiden. När det gäller tiden som läggs på internet är det viktigt att framhålla att endast en del av internetanvändningen är medierelaterad. Tiden för traditionella medier online utgör endast 5 procent av bruttotiden medan motsvarande siffra för sociala medier är 11 procent – 16 procent av medietiden är således övrig internetanvändning.

Medier för rörlig bild och ljudmedier utgör vardera omkring en fjärdedel och de tryckta medierna upptar 13 procent av medietiden. Böcker och morgontidningar är de tryckta medier som läses längst tid.

## Anmärkning

Den totala tid som allmänheten ägnar åt medier är en summering av den tid som avsättes för varje medium. Den totala tiden tar följaktligen inte hänsyn till att två medier kan ha använts samtidigt.

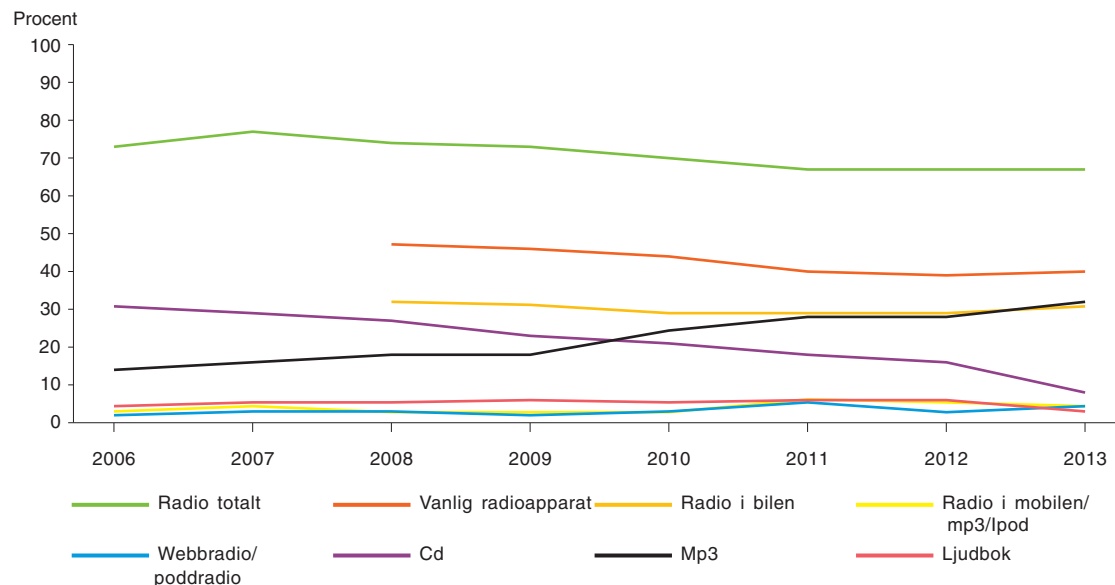
Tiden för användning av internet mättes fram till 2012 genom en sammanslagning av tiden för användning i hemmet och användning på arbetet, i skolan eller annan plats. Från 2013 ställs enbart en generell fråga om tiden för internetanvändning. I denna fråga har antalet svarsalternativ avseende tid för internet utökats. Denna förändring i frågan har sannolikt bidragit till den ökade tiden för internet 2013.

## Noter

1. Siffran avser genomsnittlig tid för vanlig radio. Fram till och med 2012 avsåg användningstiden radio oavsett plattform.
2. Siffran avser lagrad musik, ej tv eller radio.
3. Siffran avser genomsnittlig tid för vanlig tv.
4. Siffran avser ej film på bio eller tablålagd tv. Fram till och med 2012 tillfrågades svarspersonerna om tittande på video/dvd/pvr. Observera att tiden för inspelad tv från och med 2013 ingår i tiden för television.
5. Siffran avser genomsnittlig tid för socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattnett eller blogg.
6. Siffran avser genomsnittlig tid för morgontidning, kvällstidning, tidskrift, tv eller radio på internet.
7. Siffran avser genomsnittlig tid för läsning på papper.

# Ljudmedier

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2006-2013 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2006-2013 (procent)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Radio (totalt)	73	77	74	73	70	67	67	67
Vanlig radioapparat	..	..	47	46	44	40	39	40
Radio i bilen	..	..	32	31	29	29	29	31
Radio i mobilen mp3/Ipod	3	4	3	3	3	6	5	4
Webbradio/poddradio	2	3	3	2	3	5	3	4
Cd <sup>1</sup>	31	29	27	23	21	18	16	8
Mp3 <sup>2</sup>	14	16	18	18	24	28	28	32
Ljudbok	4	5	5	6	5	6	6	3

## Ljudmedier

Ny teknik och nya distributionskanaler för ljudmedier förändrar våra möjligheter till lyssnande. Radio som är det största ljudmediet har tappat lyssnare under 2000-talet, men nedgången har stagnerat – 2013 lyssnar drygt två tredjedelar av befolkningen på radio en genomsnittlig dag. Det vanligaste är att lyssna i bilen, 40 procent, och i hemmet, 31 procent. Men i dag har publiken ökade möjligheter att lyssna på radio oberoende av sändningstid och rum. Det handlar om webb-/poddradio, och bärbara mottagare, till exempel radio i mobiltelefoner.

Nya tekniker har präglat lyssnandet på inspelad musik och böcker. För tjugo år sedan lyssnade många på kassetband, en teknik som knappt är möjlig att använda i dag. Under 1990-talet flyttade lyssnandet över till cd-skivor. Under de senaste tio åren har dock cd-lyssnandet stadigt minskat. Istället sker lyssnandet på inspelad musik i dag framför allt via mp3-spelare, digitala ljudfiler och streamade tjänster, som kan spelas upp i olika digitala enheter.

### Anmärkning

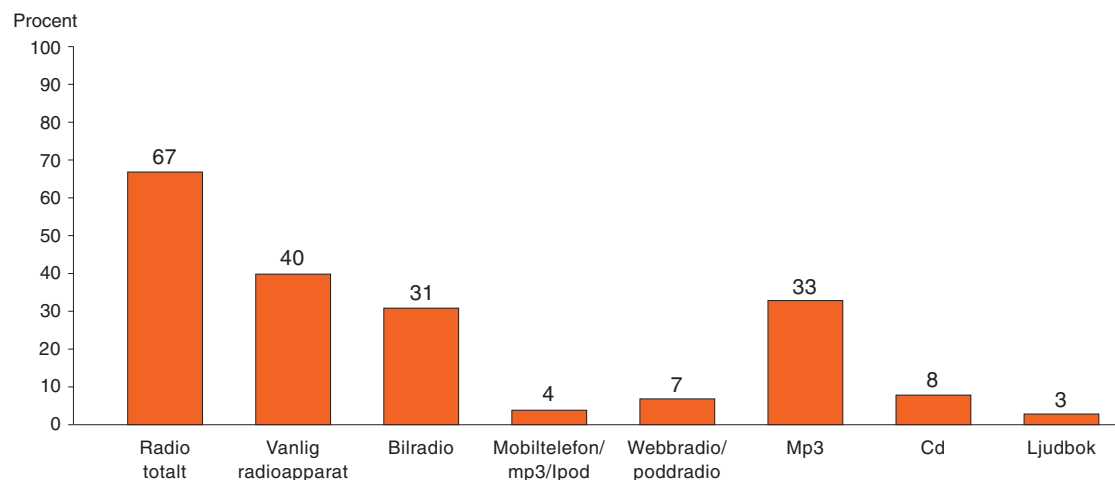
.. i tabellen innebär att jämförande siffor inte finns det året.

### Noter

- 2006 till och med 2012 gällde frågan allt lyssnande på grammfonskivor och cd, även ljudböcker. Från och med 2013 avses lyssnande till musik på cd eller vinylskiva.
- 2006 till och med 2012 gällde frågan allt lyssnande på mp3, även ljudböcker, från och med 2013 avses lyssnande till musik i bärbar digital spelare, direkt i dator, laptop, surfplatta eller annan mediaspelare.

# Ljudmedier

Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2013 (procent)



Lyssnare 9-79 år en genomsnittlig dag 2013 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Radio (totalt)	67	68	66	44	48	66	74	78	73	67	71
Vanlig radioapparat	40	39	42	19	17	26	45	69	62	38	40
Bilradio	31	34	28	25	27	39	37	20	20	34	35
Mobiltelefon/mp3/Ipod	4	4	4	2	5	6	4	1	2	4	5
Webbradio/poddradio	4	5	3	1	3	7	5	1	2	4	6
Cd-skiva <sup>1</sup>	8	7	9	5	4	6	9	13	9	8	9
Mp3 <sup>2</sup>	33	36	29	60	76	44	18	6	13	33	30
Ljudbok	3	3	3	2	1	4	4	3	3	3	4

## Lyssnar på ljudmedier

Radio har den största andelen lyssnare vad gäller ljudmedierna, 67 procent av befolkningen lyssnar på radio en genomsnittlig dag.

Motsvarande siffra för mp3 är 33 procent. De flesta i befolkningen lyssnar på vanlig radioapparat, 40 procent, eller bilradio, 31 procent. Radio i mobiltelefon, mp3 och/eller Ipod uppgår till 4 procent och lika många procent lyssnar på webbradio en genomsnittlig dag. Andelen webbradiolyssnare är högst bland personer mellan 24 och 44 år, 7 procent.

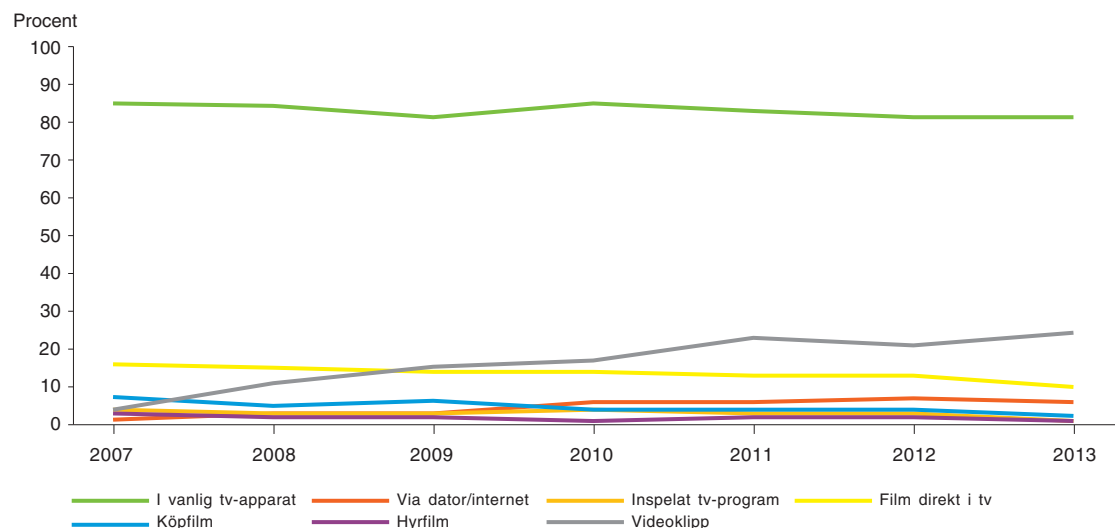
Andelen radiolyssnare ökar med ålder medan andelen lyssnare på mp3 minskar med ålder. Bland barn och ungdomar lyssnar 60 respektive 76 procent på musik i mp3 en genomsnittlig dag, bland pensionärer är andelen mp3-lyssnare enbart 6 procent.

### Noter

1. Frågan avser lyssnande till musik på cd.
2. Med mp3 avses lyssnande till musik i bärbar digital spelare, direkt i dator, laptop, surfplatta eller annan mediaspelare.

# Rörlig bild – television och film

Tittare på tv/film 9-79 år en genomsnittlig dag 2007-2013 (procent)



Tittare på tv/film 9-79 år en genomsnittlig dag 2007-2013 (procent)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
I vanlig tv-apparat	85	84	81	85	83	81	81
Via dator/internet	1	3	3	6	6	7	6
Inspelat tv-program	4	3	3	4	3	3	1
<i>Långfilm en genomsnittlig dag</i>							
Film direkt i tv	16	15	14	14	13	13	17
Köpfilm	7	5	6	4	4	4	2
Hyrfilm	3	2	2	1	2	2	1
Nedladdad film	1	1	1	1	1	1	1
Film på bio	1	1	1	1	1	1	1
Videoklipp	4	11	15	17	23	21	24

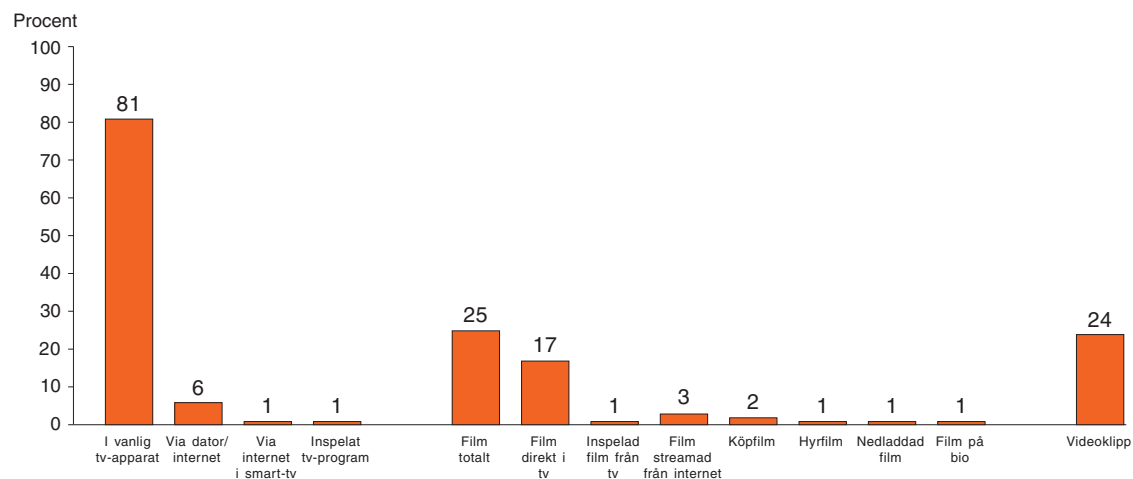
## Rörlig bild

Distributionsteknikerna och kanalutbudet för rörlig bild genomgår stora förändringar men konsumtionsmönstren ändras inte lika snabbt. Det tabblåagda tv-tittandet 2013 via vanlig tv-apparat är 81 procent och andelen som tittat på tv via internet är 6 procent. 2007 var siffran för vanlig tv 85 procent och tv via internet 1 procent.

I takt med att den totala användningen av internet fortsatt att öka, såväl via stationära datorer som via smarta mobiler och surfplattor, har också tittandet på rörlig bild via internet ökat. Ökningen gäller främst tittande på videoklipp (till exempel youtube). 2013 tittar närmare 25 procent mellan 9 och 79 år på videoklipp en genomsnittlig dag, år 2007 var motsvarande siffra 4 procent.

# Rörlig bild – television och film

Tittare på tv/film 9-79 år en genomsnittlig dag 2013 (procent)



## Tittar på tv/film

Tittande på rörlig bild är en självklar del av vår vardag. Det är fortsatt vanligast att titta på tablålagd tv i vanlig tv-apparat trots flera nya distributionstekniker för rörlig bild.

Tittande på videoklipp ökar i samtliga grupper 2013. Bland barn och ungdomar är videoklippen särskilt populära. I åldersgruppen 9 till 14 år tittar ungefär hälften på videoklipp en genomsnittlig dag, 48 procent. I gruppen 15 till 24 år är motsvarande andel 59 procent.

2013 mäter Mediebarometern streamad film för första gången. Andelen tittare är 3 procent en genomsnittlig dag och högst bland ungdomar 15 till 24 år, 8 procent. 18 procent av ungdomarna har sett film direkt i tablålagd tv.

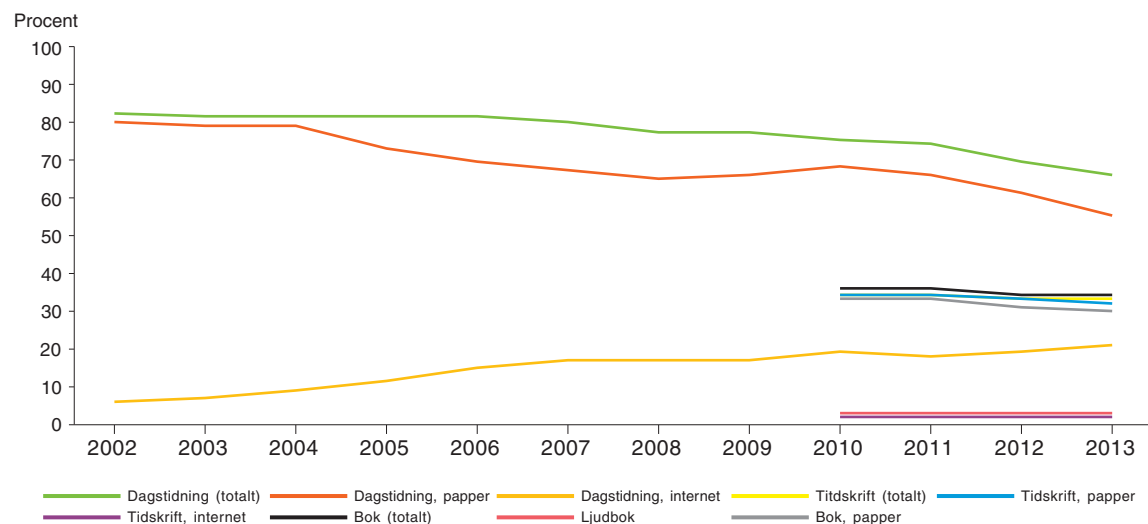
Tittare på tv/film 9-79 år en genomsnittlig dag 2013 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
I vanlig tv-apparat	81	81	80	85	66	72	83	91	90	80	78
Via dator/internet	6	6	5	4	8	9	5	3	3	6	7
Via internet i smart-tv	1	1	1	1	2	2	1	1	0	1	1
Inspelat tv-program	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1
<i>Långfilm en genomsnittlig dag</i>											
Film (totalt)	25	27	23	34	38	27	23	18	23	26	22
Film direkt i tv	17	18	16	21	18	15	18	15	18	17	15
Inspelad film från tv	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
Film streamad från internet	3	4	2	4	8	4	2	0	1	3	3
Köpfilm	2	2	2	3	4	2	2	1	2	2	2
Hyrfilm	1	1	1	2	2	1	0	0	0	1	1
Nedladdad film	1	1	1	1	5	2	0	0	0	2	1
Film på bio	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1
Videoklipp	24	29	19	48	59	31	12	5	9	25	20



# Textmedier

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2002-2013 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2002-2013 (procent)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Dagstidning (totalt)	82	81	81	81	81	80	77	77	75	74	69	66
Dagstidning på papper	80	79	79	73	69	67	65	66	68	66	61	55
Dagstidning på internet	6	7	9	11	15	17	17	17	19	18	19	21
Tidskrift (totalt)	..	..	..	..	..	..	..	..	34	34	33	33
Tidskrift på papper	..	..	..	..	..	..	..	..	34	34	33	32
Tidskrift på internet	..	..	..	..	..	..	..	..	2	2	2	2
Bok (totalt)	..	..	..	..	..	..	..	..	36	36	34	34
Ljudbok	..	..	..	..	..	..	..	..	3	3	3	3
Bok på papper	..	..	..	..	..	..	..	..	33	33	31	30
E-bok	..	..	..	..	..	..	..	..	0	0,5	1	1
Blogg	..	..	..	..	..	..	..	12	12	14	12	14

## Textmedier

Andelen läsare av dagstidningar på papper har minskat på tagligt under de senaste tio åren medan andelen läsare av dagstidningar på internet har ökat. Men den minskade dagstidningsläsningen på papper kompenseras inte av uppgången i läsningen av dagspress på internet. År 2013 var den totala andelen dagstidningsläsare en vanlig dag 66 procent - tio år tidigare, 2003, var motsvarande siffra 81 procent.

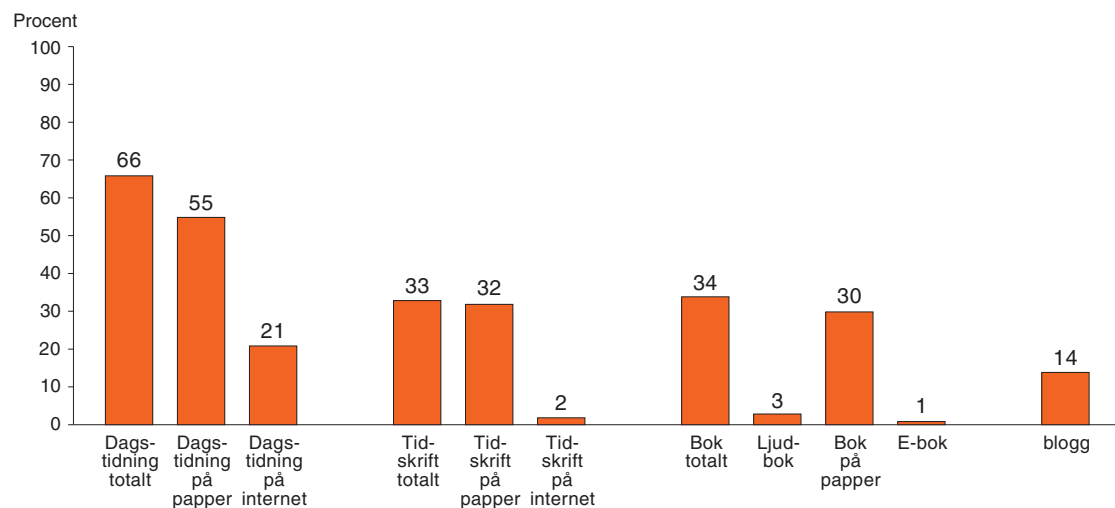
Andelen tidskriftsläsare har minskat sedan början av 2000-talet. Men under senare år har den trenden avtagit och andelen tidskriftsläsare har varit stabil kring 33 procent. Utvecklingen av tidskrifter på internet skiljer sig markant från dagstidningar på internet, inom tidskriftsbranschen varierar graden av närvaro på nätet i betydligt högre grad. Endast 2 procent har tagit del av en tidskrift på internet. Andelen har varit densamma sedan 2010. Även bokläsningen är relativt stabil. De flesta läser en bok på papper (30 procent) medan andelen läsare av e-bok uppgår till 1 procent en vanlig dag. Andelen läsare av någon blogg är 14 procent.

### Anmärkning

.. i tabellen innebär att jämförande siffror inte finns det året.

# Textmedier

Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2013 (procent)



Läsare 9-79 år en genomsnittlig dag 2013 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Dagstidning (totalt)	66	64	67	27	42	63	74	83	74	66	73
Dagstidning på papper	55	52	58	23	26	42	67	80	69	54	61
Dagstidning på internet	21	23	19	5	23	35	22	12	14	23	26
<i>direkt på webben</i>	16	18	13	3	15	25	17	10	11	16	20
<i>som e-tidning/pdf</i>	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1
<i>via app</i>	7	7	7	2	8	14	6	2	3	8	8
Tidskrift (totalt)	33	30	36	21	16	27	37	47	35	29	40
Tidskrift på papper	32	28	35	19	14	25	36	46	34	28	38
Tidskrift på internet	2	3	1	1	3	3	3	1	1	2	3
Bok (totalt)	34	28	39	53	29	29	30	37	23	27	38
Ljudbok	3	3	3	2	1	4	4	3	3	3	4
Bok på papper	30	24	36	51	28	25	25	34	20	23	34
E-bok	1	1	1	0	1	2	1	1	0	1	2
Blogg	14	8	19	15	28	20	10	5	6	14	14

## Läsaren

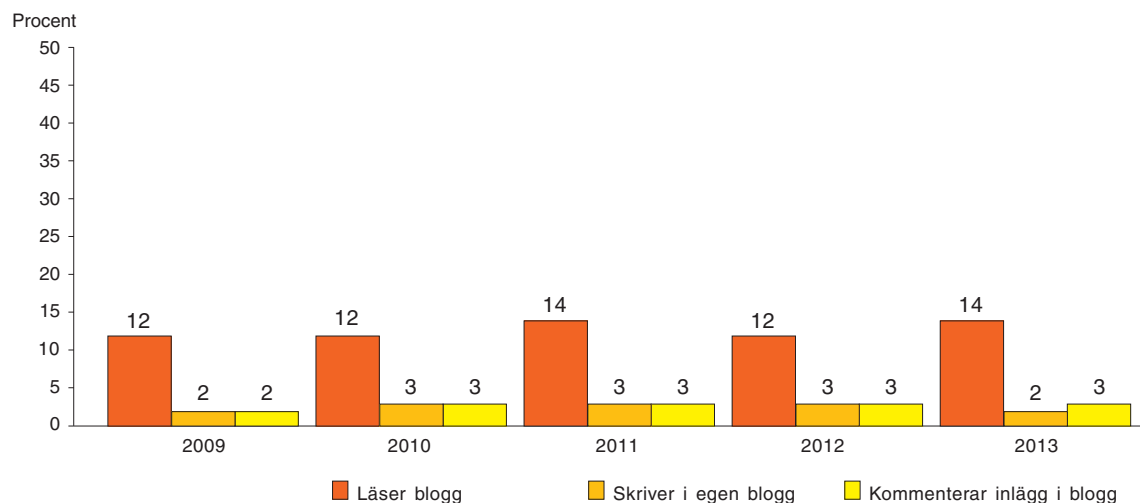
Användningen av de textbaserade medierna varierar i olika grupper. Dagstidningar läses av män och kvinnor i ungefär samma utsträckning – men det är en högre andel bland kvinnor som läser tidningen på papper, medan fler män läser tidningen online. Tidskrifter, böcker och blogg läses i högre utsträckning av kvinnor än män. Detta är ett mönster som inte har förändrats i någon betydande grad under de senaste 20 åren – att kvinnor är mer flitiga läsare än män, som i högre grad konsumerar tv, film och spel än läsmidier.

Dagstidningar på papper har sin klart största publik bland pensionärer medan nättidningarna har sin största publik i åldersgruppen 25 till 44 år.

Dagstidningar och tidskrifter läses oftare av låg- och högutbildade än av personer med medelhög utbildning. Bland de yngre är dagstidningsläsningen såväl som tidskriftsläsningen lägre än bland medelålders och pensionärer. Bland de yngsta läser över hälften bok en genomsnittlig dag vilket bland annat förklaras av läx- och läroboksläsning.

# Textmedier – blogg

## Läser och skriver i blogg 9-79 år en genomsnittlig dag 2009-2013 (procent)



## Läser och skriver i blogg 9-79 år en genomsnittlig dag 2013 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Läser blogg	14	8	19	15	28	20	10	5	6	14	14
Skriver i egen blogg	2	1	3	3	5	2	1	0	0	2	1
Kommenterar inlägg i blogg	3	2	4	5	4	4	2	1	2	3	3
Skriver i egen/ kommenterar inlägg blogg	4	2	5	7	7	5	3	1	2	4	3
<i>/ smartphone</i>											
Läser blogg	5	2	7	6	13	8	2	0	1	5	4
Skriver i egen blogg	1	0	1	1	3	1	0	0	0	1	0
Kommenterar inlägg i blogg	1	1	1	3	1	2	1	0	1	1	1
Skriver i egen/ kommenterar inlägg blogg	1	1	2	3	3	2	1	0	1	1	1

## Läser och skriver i blogg

Bloggen som företeelse har under det senaste decenniet utvecklats och innefattar idag allt från personliga bloggar till bloggar knutna till yrkesgrupper, medier, institutioner och olika organisationer. 14 procent av befolkningen läser i en blogg en genomsnittlig dag och 4 procent skriver i egen eller kommenterar inlägg i andra bloggar. Användningsmönstret är i stort det samma som tidigare.

Det är främst kvinnor, och i synnerhet unga flickor, som läser och skriver i bloggar. Bland unga flickor 9 till 17 år är det egna skrivandet, 14 procent, och läsandet av bloggar, 36 procent, vanligt. Ungdomar läser bloggar oftare via smarta telefoner än andra grupper.

# Textmedier – blogg

## Andel som läser, skriver eller kommenterar en genomsnittlig dag 2013 (procent)

		Läser blogg	Skriver i egen eller kommenterar inlägg			Läser blogg	Skriver i egen eller kommenterar inlägg				
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	14	4	Sysselsättning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid <sup>1</sup>	13	3				
	Vuxna 18-79 år	13	3		Förvärvsarbetar deltid <sup>1</sup>	17	4				
	Barn/ungdom 9-17 år	22	8		Egna företagare	16	6				
Kön	Män 9-79 år	8	2	Pensionärer	Studering	4	1				
		Kvinnor 9-79 år	19			5	Arbetslösa <sup>2</sup>	28	7		
	Män 18-79 år	8	2			Vuxna i hushållet (18-79 år)		En person (18 år och äldre)	12	3	
		Kvinnor 18-79 år	17						4	Två personer (18 år och äldre)	14
	Pojkar 9-17 år	10	3						Tre eller fler (18 år och äldre)	17	6
	Flickor 9-17 år	36	14						Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	24
Ålder	9-14 år	15	7	Äldre vuxna (45-79 år)	7					2	
	15-19 år	33	10	Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	16		4				
	20-24 år	23	5	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	17	3					
	25-34 år	27	6	Hushåll (9-79 år)	En person	11	3				
	35-44 år	16	5		Två personer	10	2				
	45-54 år	12	3		Tre personer	18	6				
55-64 år	8	2	Fyra personer eller fler		17	5					
65-79 år	5	1	Hemort (9-79 år)	Stockholm	14	3					
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	5		1	Malmö	11	1				
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	8		3	Göteborg	12	5				
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	13		4	Större städer	15	4				
	Gymnasial utbildning > 2 år	15		3	Pendlingskommuner	14	7				
	Högskola/universitet ≤ 3 år	14		4	Glesbygdskommuner	15	3				
	Högskola/universitet > 3 år	15		3	Varuproducerande kommuner	11	3				
				Övriga kommuner	13	4					

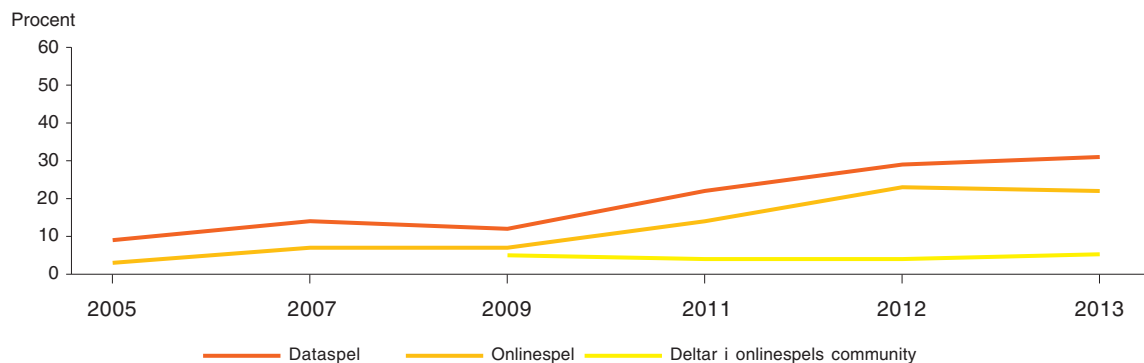
### Noter

1. Avser anställda arbetare, tjänstemän eller akademiker.

2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

# Dataspel

Användning av dataspel i befolkningen 9-79 år  
en genomsnittlig dag 2005-2013 (procent)



Användning av dataspel i befolkningen 9-79 år  
en genomsnittlig dag 2005-2013 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Dataspel	31	32	31	74	55	34	21	13	18	31	25
<i>Spelar</i>											
stationär dator/konsol	15	20	11	44	32	13	8	8	10	15	10
mobiltelefon	16	13	18	38	25	20	11	3	6	15	13
surfplatta	3	3	4	6	2	4	3	1	1	3	3
<i>Spelar online</i>											
2005	3	4	1	9	5	2	1	1	1	1	1
2007	7	9	4	27	18	4	2	1	2	5	2
2009	7	10	4	26	19	5	2	1	7	10	4
2011	14	19	10	33	33	15	7	3	7	15	10
2012	23	26	20	55	45	26	12	7	9	22	17
2013	22	22	22	54	39	24	15	8	12	21	18
<i>Deltar i online-spels community</i>											
2012	4	7	2	11	13	5	1	1	1	5	2
2013	5	7	3	14	13	5	2	0	3	4	3

## Dataspel

En genomsnittlig dag spelar 31 procent av befolkningen något dataspel och 22 procent spelar över internet. Spelen har länge varit en sysselsättning för framför allt män, barn och unga. Närmare tre fjärdedelar av barnen och över hälften av ungdomarna spelar en genomsnittlig dag. Den totala ökningen av spelande i befolkningen, som kan konstateras under de senaste åren, sker bland kvinnor och äldre, grupper som traditionellt har spelat i mindre utsträckning. En genomsnittlig dag såväl som vecka är det 2013 lika vanligt bland kvinnor som män att spela dataspel.

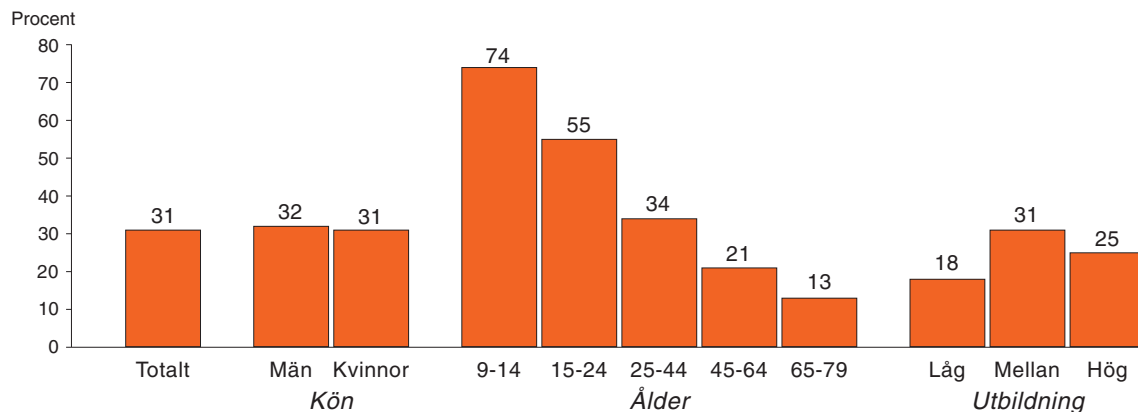
En genomsnittlig vecka spelar 41 procent av befolkningen, 86 procent av barnen och 70 procent av ungdomarna, 18 procent av 65 till 79-åringarna. Personer med längre utbildning spelar i högre utsträckning än lågutbildade, vilket delvis beror på ålderstrukturen i utbildningsgrupperna.

Sedan mätserien startade 2005 har andelen som spelar en genomsnittlig dag mer än tredubblats och ökningen som skett de senaste åren är sannolikt ett resultat av såväl spelutveckling som genomslag för smarta telefoner.

## Anmärkning

Dataspel innefattar spel till persondatorer, tv-apparater, mobiltelefoner och andra spelkonsoler för digitala spel, direkt i apparat eller över internet.

## Spelare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2013 (procent)



## Spelare i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag/vecka 2005-2013 (procent/minuter)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Genomsnittlig dag</i>											
2005	9	14	5	39	18	7	3	3	3	7	5
2007	14	18	10	52	32	10	5	3	6	11	7
2009	12	17	8	44	28	10	4	3	4	11	6
2011	22	27	17	59	46	23	9	5	8	20	16
2013	31	32	31	74	55	34	21	13	18	31	25
<i>Genomsnittlig vecka</i>											
2005	20	28	12	75	39	18	7	6	9	17	11
2007	28	33	22	86	55	26	14	6	12	26	17
2009	25	32	19	71	53	26	10	7	10	24	17
2011	34	41	28	81	67	39	17	11	16	34	27
2013	41	41	41	86	70	48	30	18	24	41	35
<i>Speltid bland spelare (minuter)</i>											
2007	87	105	55	95	109	73	43	- <sup>1</sup>	- <sup>1</sup>	94	53
2009	76	92	46	75	96	64	53	- <sup>1</sup>	- <sup>1</sup>	69	63
2011	65	81	40	57	91	56	47	- <sup>1</sup>	- <sup>1</sup>	69	57
2013	59	75	41	66	87	51	39	37 <sup>2</sup>	52 <sup>2</sup>	63	45

### Anmärkning

Dataspel innefattar spel till persondatorer, tv-apparater, mobiltelefoner och andra spelkonsoler för digitala spel, direkt i apparat eller över internet.

Speltiden är baserad på en fråga där svarspersonerna utifrån på förhand angivna tidsintervall fått ta ställning till hur länge de spelade under gårdagen (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*). Den genomsnittliga användartiden totalt i hela befolkningen, där även de som inte spelar dataspel inkluderas, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2013: Befolkningens medietid*.

### Noter

1. Siffran redovisas ej då antalet svarspersoner är mycket lågt.
2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

# Dataspel

## Andel spelare totalt och online en genomsnittlig dag 2013 (procent)

		Dataspel (totalt)	Onlinespel			Dataspel (totalt)	Onlinespel	
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	31	22	Sysselsättning	Förvärvsarbetar heltid <sup>1</sup>	28	19	
	Vuxna 18-79 år	25	18	(16-79 år)	Förvärvsarbetar deltid <sup>1</sup>	32	22	
	Barn/ungdom 9-17 år	71	52		Egna företagare	24	16	
Kön	Män 9-79 år	32	22		Pensionärer	13	8	
					Studering	48	37	
	Kvinnor 9-79 år	31	22		Arbetslösa <sup>2</sup>	42	32	
					Vuxna i hushållet			
		Män 18-79 år	24	16	(18-79 år)	En person (18 år och äldre)	27	19
		Kvinnor 18-79 år	27	19		Två personer (18 år och äldre)	31	22
	Pojkar 9-17 år	83	64		Tre eller fler (18 år och äldre)	38	26	
	Flickor 9-17 år	58	39					
Ålder	9-14 år	74	54	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	43	31	
	15-19 år	61	46		Äldre vuxna (45-79 år)	16	10	
	20-24 år	50	34		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	33	24	
	25-34 år	37	26		Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	31	21	
	35-44 år	33	23					
	45-54 år	26	18	Hushåll (9-79 år)	En person	24	17	
	55-64 år	18	12		Två personer	22	15	
	65-79 år	13	8		Tre personer	35	26	
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	15	10		Fyra personer eller fler	46	32	
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	23	17					
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	29	19	Hemort (9-79 år)	Stockholm	31	22	
	Gymnasial utbildning > 2 år	31	21		Malmö	33	22	
	Högskola/universitet ≤ 3 år	26	18		Göteborg	32	22	
	Högskola/universitet > 3 år	24	18		Större städer	33	24	
					Pendlingskommuner	37	24	
				Glesbygdskommuner	29	20		
				Varuproducerande kommuner	29	20		
				Övriga kommuner	29	20		

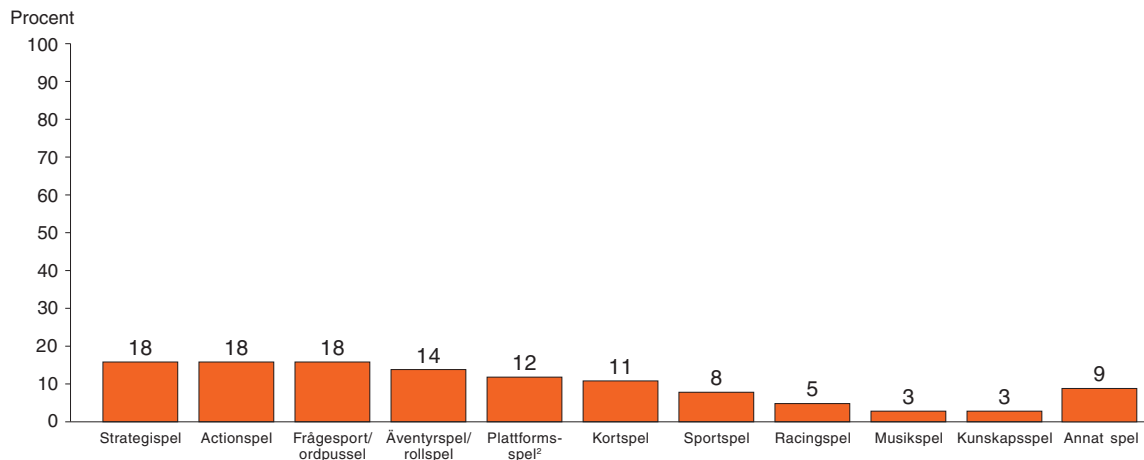
### Noter

1. Avser anställda arbetare, tjänstemän eller akademiker.

2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

# Dataspel

## Spelområden bland spelare 9-79 år en genomsnittlig dag 2013 (procent)



## Spelområden bland spelare 9-79 år en genomsnittlig dag 2013 (procent)

Typ av spel	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg <sup>1</sup>	Mellan	Hög
Strategispel	18	23	14	13	27	20	16	10	12	22	18
Actionspel	18	31	4	26	33	14	3	0	3	17	10
Frågesport/ordpussel	18	9	26	5	10	21	30	27	18	16	29
Äventyrspel/rollspel	14	13	15	29	14	13	5	4	6	11	8
Plattformsspel <sup>2</sup>	12	7	17	8	8	18	13	9	10	13	15
Kortspel	11	9	13	0	3	5	20	48	31	13	12
Sportspel	8	14	2	15	12	7	2	1	6	7	5
Racingspel	5	5	4	6	4	5	4	1	4	5	3
Musikspel	3	1	5	5	1	3	3	4	7	3	2
Kunskapsspel	3	2	4	0	2	6	4	1	4	3	5
Annat spel	9	7	11	4	7	9	14	18	12	9	13

## Spelområden

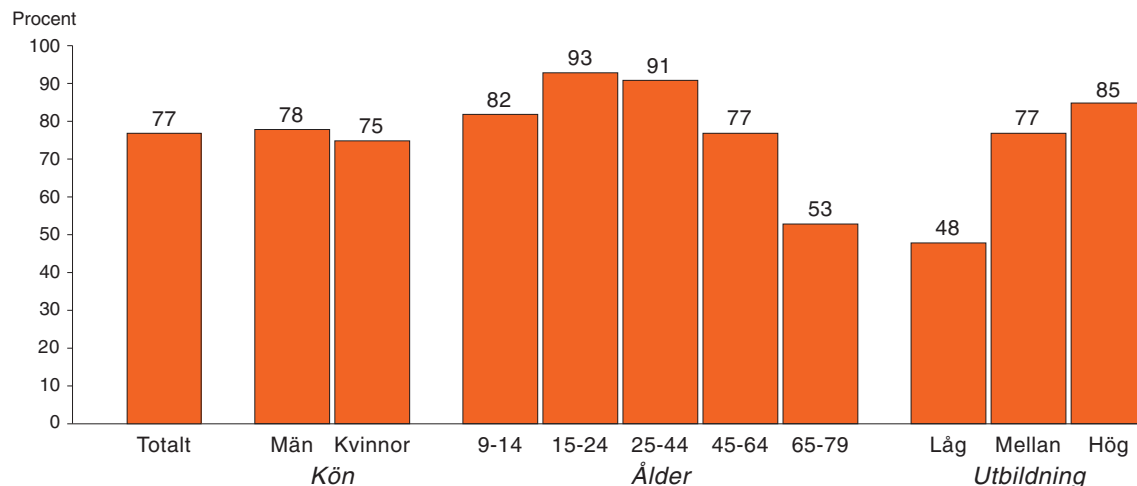
De flesta spelarna spelar strategi-, actionspel eller ordpussel (18 procent). Såväl spelandet som typ av spel hänger starkt samman med kön, ålder och utbildning. Män spelar action- och sportspel i klart större utsträckning än kvinnor vilka oftare spelar frågesport-/ordpussel, plattformspel och kortspel än män. Barn och ungdomar är överrepresenterade när det gäller action- och äventyrsspel medan äldre spelare i större utsträckning väljer att spela kort- och frågesport-/ordpussel.

### Noter

1. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.
2. Plattformsspel: t.ex. Super Mario, Tetris, Angry Birds.



Användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2013 (procent)



Användare 9-79 år en genomsnittlig dag 1999-2013 (procent)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1999	31	35	26	31	45	40	29	4	10	31	50
2001	35	41	30	29	49	50	31	7	13	37	51
2003	33	38	29	28	42	43	34	9	14	37	43
2005	42	46	38	34	54	54	44	15	21	46	53
2007	64	68	60	64	86	77	65	29	33	68	75
2009	65	69	61	65	85	78	63	34	35	68	75
2011	74	75	72	71	94	89	73	44	42	76	84
2012	74	76	71	70	91	88	75	48	45	77	81
2013	77	78	75	82	93	91	77	53	48	77	85

## Internetanvändningen

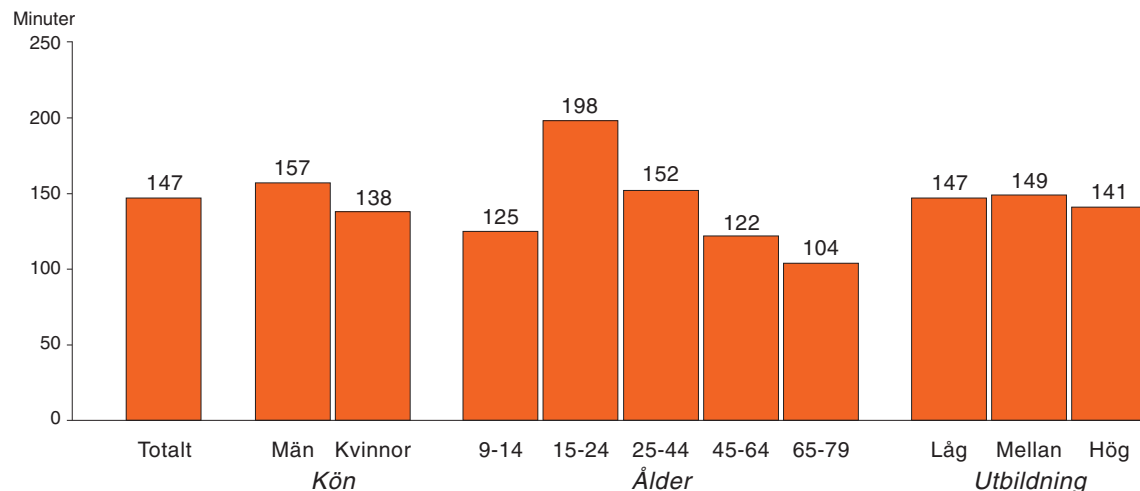
77 procent av befolkningen använder internet en genomsnittlig dag. Detta avser den totala användningen oavsett om den sker i bostaden, på arbetet/skolan eller annan plats, och oavsett om den ingår i ett arbete eller om den är av privat karaktär. Det är något fler män än kvinnor bland internetanvändarna, fler unga än äldre och fler högutbildade än lågutbildade. I ungdomsgruppen använder 93 procent internet en genomsnittlig dag medan motsvarande siffra för äldre är 53 procent. En ökad användning kan noteras i samtliga åldersgrupper. Genomslaget för smarta telefoner har säkerligen påverkat utvecklingen under de senaste åren. I åldersgruppen 9 till 14 år har 80 procent tillgång till smarta telefoner och i åldersgruppen 15 till 34 år är andelen 90 procent (se sidan 144).

Bland högutbildade är andelen internetanvändare 85 procent och bland lågutbildade 48 procent. Den sociala ojämlikheten är fortfarande klart märkbar.

### Anmärkning

Fram till och med 2012 byggde andelen för total internetanvändning på en sammanvägning av användare i hemmet, på arbetet, i skolan och andelen användare på annan plats. Från och med 2013 ställs en fråga om internetanvändning oavsett plats.

Användartid bland internetanvändare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 2013 (minuter)



Användartid bland internetanvändare<sup>1</sup> 9-79 år en genomsnittlig dag 1999-2013 (minuter)

År	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
1999	62	65	57	46 <sup>2</sup>	63	69	60	- <sup>3</sup>	62 <sup>2</sup>	61	68
2001	65	71	58	54 <sup>2</sup>	77	66	61	39 <sup>2</sup>	55 <sup>2</sup>	63	71
2003	72	76	65	50 <sup>2</sup>	76	80	68	39 <sup>2</sup>	53 <sup>2</sup>	81	71
2005	75	85	64	62 <sup>2</sup>	85	79	73	51 <sup>2</sup>	58 <sup>2</sup>	78	77
2007	96	105	83	82	128	104	85	53	74	95	99
2009	106	114	97	101	155	108	86	65	82	109	103
2011	133	146	120	88	196	153	111	69	103	140	137
2012	130	140	121	104	201	147	110	73	95	132	131
2013	147	157	138	125	198	152	122	104	147	149	141

## Den totala tiden för internetanvändning

Den totala tiden för internetanvändning bland nätanvändare – oavsett användningsplats och användningsområde – är 147 minuter en genomsnittlig dag. Den totala internettiden fortsätter att öka i samtliga grupper. Den längsta användartiden – 198 minuter – noteras i den grupp, som också använder smarta telefoner mest, d v s bland 15 till 24-åringarna. Inom användargruppen framträder skillnader mellan mäns och kvinnors användningstid och mellan olika ålders- och utbildningsgrupper. Den samlade användningstiden är kortare bland kvinnor än män. Kortast är tiden bland pensionärer.

### Anmärkning

Svarspersonerna har utifrån på förhand angivna svarsintervall fått ange hur länge de använt internet under gårdagen. Intervallen har sedan omräknats till genomsnittlig användartid (se *Fakta om undersökningen Mediebarometern*). Den genomsnittliga användartiden totalt i hela befolkningen, där även de som inte använt internet inkluderas, redovisas i avsnittet *Mediedagen 2013: Befolkningens medietid*.

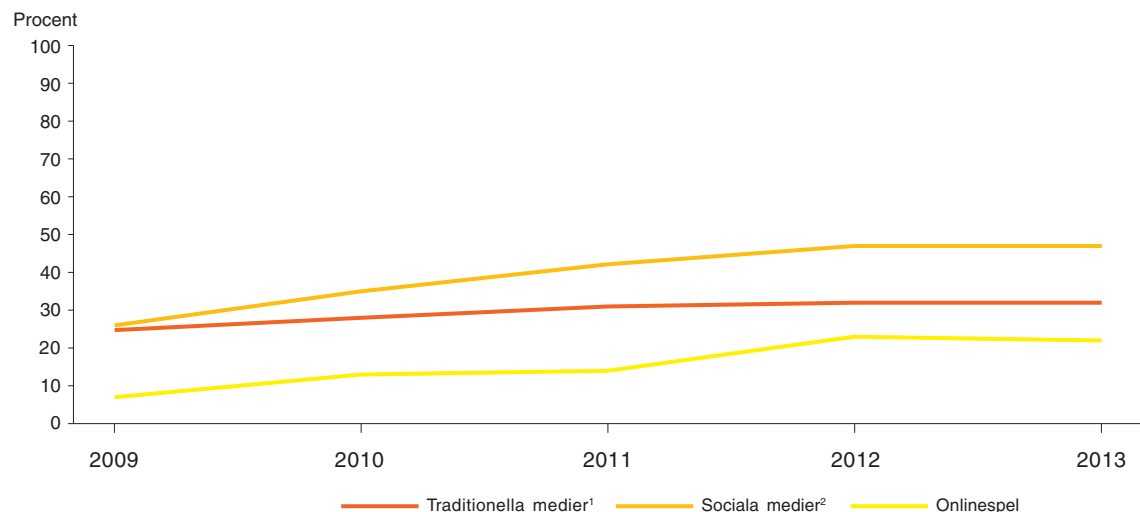
Fram till och med 2012 byggde tiden på en sammanvägning av tiden i hemmet, på arbetet, i skolan och tid för användning på annan plats. Från och med 2013 ställs en fråga om tid för internetanvändning oavsett plats. Samtidigt har tidsintervallet utökats med 60 minuter. Detta kan ha påverkat den totala användartiden för internet.

### Noter

1. Den genomsnittliga tiden bland dem som använder internet.
2. Antalet svarspersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.
3. Siffran redovisas ej då antalet svarspersoner är mycket lågt.

# Internet – traditionella och sociala medier

## Användare av traditionella<sup>1</sup> medier, sociala<sup>2</sup> medier och onlinespel på internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009-2013 (procent)



## Användare av traditionella<sup>1</sup> medier på internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009-2013 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
<i>Traditionella medier<sup>1</sup></i>											
2009	25	30	22	5	29	39	26	13	13	30	34
2010	28	32	25	9	35	42	30	16	16	35	35
2011	31	37	26	8	36	47	32	19	18	34	41
2012	32	37	28	14	38	48	32	20	19	35	40
2013	32	36	28	14	36	48	33	19	18	34	40
<i>Användartid bland användare av traditionella medier<sup>1</sup></i>											
2013	37	40	33	16	33	48	36	21	35	38	38

## Traditionella och sociala medier på internet

Internet är en arena som erbjuder fora för kommunikation, information, kunskap, konsumtion, shopping, underhållning, spel, opinionsbildning m m. Våra vanliga massmedier – tv, film, radio, musik, dagstidning – återfinns på nätet, delvis i ny form med inslag av interaktivitet. Det som benämns 'sociala medier' är något annat, aktiviteter som kombinerar teknologi, social interaktion och skapande av medier, t ex olika typer av diskussionsrum och bloggar. Det är fortsatt denna typ av interaktiv individanvändning som ökar i flera grupper men inte alls lika snabbt som tidigare år.

Idag är användningen av sociala medier vanligare än användningen av traditionella medier på nätet, 47 procent respektive 32 procent. År 2009 använde omkring en fjärdedel av befolkningen 9 till 79 år traditionella medier på internet och lika stor andel av befolkningen tog del av sociala medier på internet.

Åldersgruppen mellan 25 och 44 år söker sig till de traditionella mediernas sajter i högre utsträckning än andra grupper. Även högutbildade tar del av de traditionella medierna på nätet i betydligt högre utsträckning, 40 procent, än lågutbildade, 18 procent. Samma mönster upprepas vad gäller sociala medier. Otvivelaktigt handlar det här om en digital klyfta – som snarare har ökat än minskat.

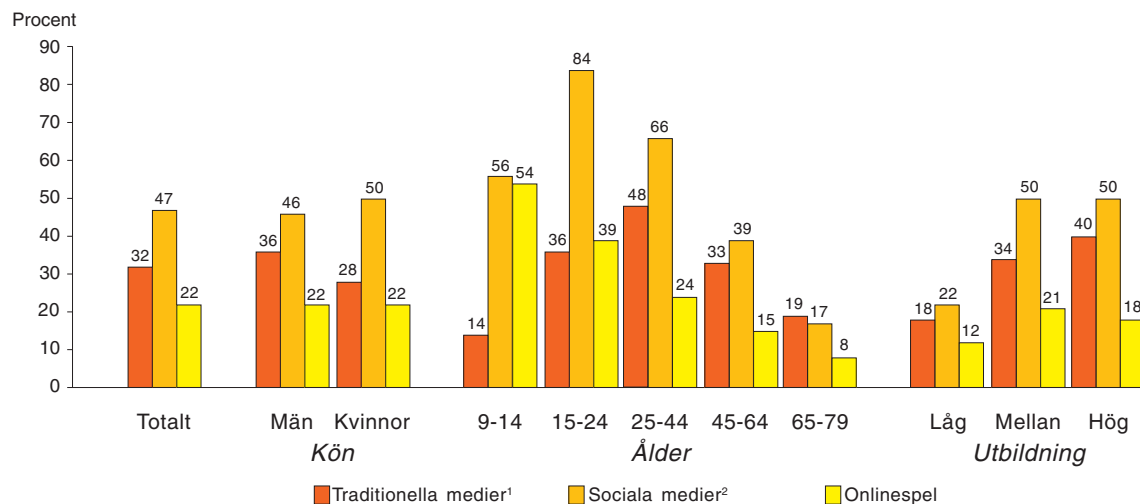
Ungdomar använder i förstone sociala medier – 84 procent av 15 till 24-åringarna ägnar sig åt sociala medier på nätet en genomsnittlig dag. Även personer mellan 25 och 44 år använder sociala medier i relativt stor utsträckning, 66 procent. Men samtidigt är det även 25 till 44-åringarna som uppvisar störst räckvidd vad gäller användning av traditionella medier på nätet. Vissa könsskillnader kan noteras, män använder traditionella medier i högre utsträckning än kvinnor och kvinnor väljer sociala medier oftare än män.

### Noter

1. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, annan dagstidning, vecko-/månadstidning, special-/facktidning, annan tidning eller tidskrift, tv-kanal eller radiostation.
2. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.

# Internet – traditionella och sociala medier

Användare av traditionella<sup>1</sup> medier, sociala<sup>2</sup> medier och onlinespel på internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2013 (procent)



Användare av sociala<sup>1</sup> medier på internet i befolkningen 9-79 år en genomsnittlig dag 2009-2013 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Sociala medier <sup>2</sup>											
2009	26	25	26	44	64	32	11	4	8	28	23
2010	35	34	35	40	79	49	20	7	13	38	34
2011	42	40	44	49	86	58	26	11	16	43	44
2012	47	45	48	54	84	64	35	18	20	48	49
2013	47	45	50	56	84	66	39	17	22	50	50
Användartid bland användare av sociala medier <sup>2</sup>											
2013	85	76	93	112	122	71	65	63	86	90	64

## Noter

1. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, annan dagstidning, vecko-/månadstidning, special-/facktidsskrift, annan tidning eller tidskrift, tv-kanal eller radiostation.
2. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.

# Internet – traditionella och sociala medier

## Andel användare en genomsnittlig dag 2013 (procent)

		Internet	Traditionella medier <sup>1</sup>	Sociala medier <sup>2</sup>			Internet	Traditionella medier <sup>1</sup>	Sociala medier <sup>2</sup>				
Totalt	Totala befolkningen 9-79 år	77	32	47	Sysstämning (16-79 år)	Förvärvsarbetar heltid <sup>3</sup>	85	42	52				
	Vuxna 18-79 år	75	34	44		Förvärvsarbetar deltid <sup>3</sup>	84	33	59				
	Barn/ungdom 9-17 år	87	19	67		Egna företagare	84	39	52				
Kön	Män 9-79 år	78	36	45	Vuxna i hushållet (18-79 år)	Pensionärer	52	18	17				
						Kvinnor 9-79 år	75	28	50	Studenter	94	44	80
	Män 18-79 år	77	39	42		Tre eller fler (18 år och äldre)	86	37	58				
						Kvinnor 18-79 år	73	29	47	En person (18 år och äldre)	67	28	42
						Pojkar 9-17 år	87	17	64	Två personer (18 år och äldre)	78	32	46
						Flickor 9-17 år	88	21	70	Tre eller fler (18 år och äldre)	85	36	59
Ålder	9-14 år	95	14	56	Familj (18-79 år)	Yngre vuxna, inga barn (18-44 år)	89	43	74				
	15-19 år	92	32	87		Äldre vuxna (45-79 år)	62	24	26				
	20-24 år	91	39	82		Skolbarnsföräldrar (barn 7-17 år)	89	42	57				
	25-34 år	91	48	73	Småbarnsföräldrar (barn 0-6 år)	94	48	64					
	35-44 år	82	48	61	Hushåll (9-79 år)	En person	64	28	39				
	45-54 år	72	38	46		Två personer	69	28	35				
	55-64 år	53	29	33		Tre personer	85	35	60				
	65-79 år	62	19	17		Fyra personer eller fler	89	37	61				
Utbildning (16-79 år)	Förgymnasial utbildning < 9 år	43	14	17	Hemort (9-79 år)	Stockholm	81	35	48				
	Förgymnasial utbildning 9-10 år	58	24	31		Malmö	79	35	50				
	Gymnasial utbildning ≤ 2 år	71	33	43		Göteborg	79	34	48				
	Gymnasial utbildning > 2 år	80	34	52		Större städer	80	34	52				
	Högskola/universitet ≤ 3 år	81	36	48		Pendlingskommuner	74	28	48				
	Högskola/universitet > 3 år	88	44	51		Glesbygdskommuner	72	28	43				
					Varuproducerande kommuner	75	26	43					
					Övriga kommuner	71	30	43					

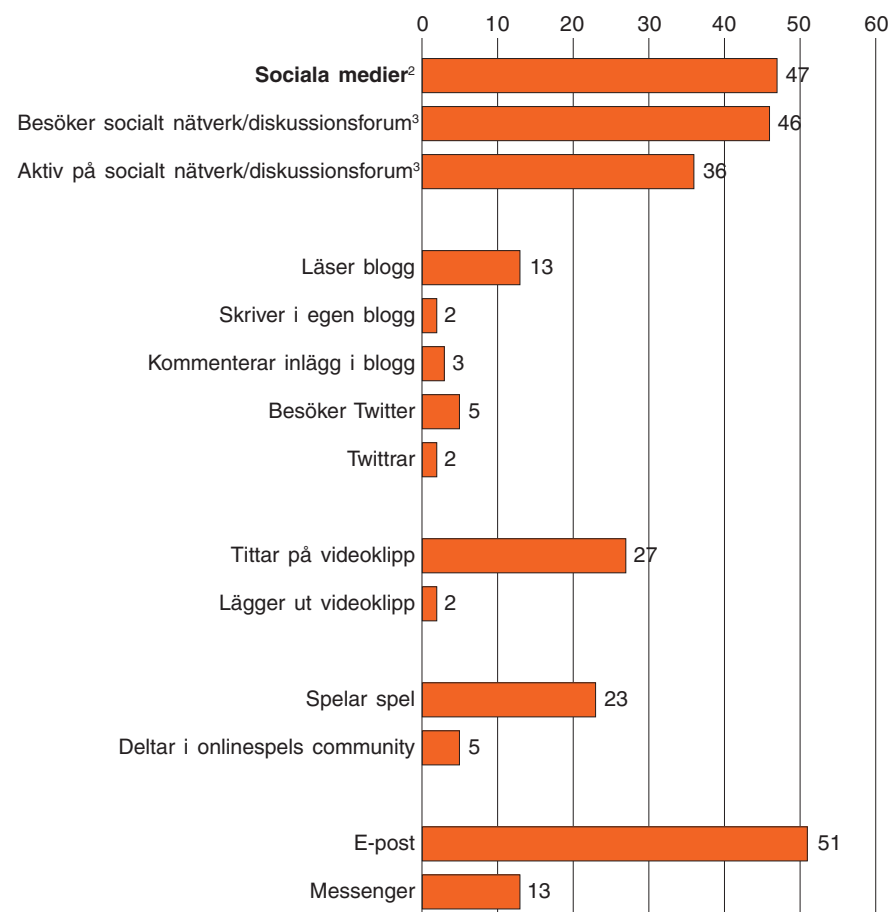
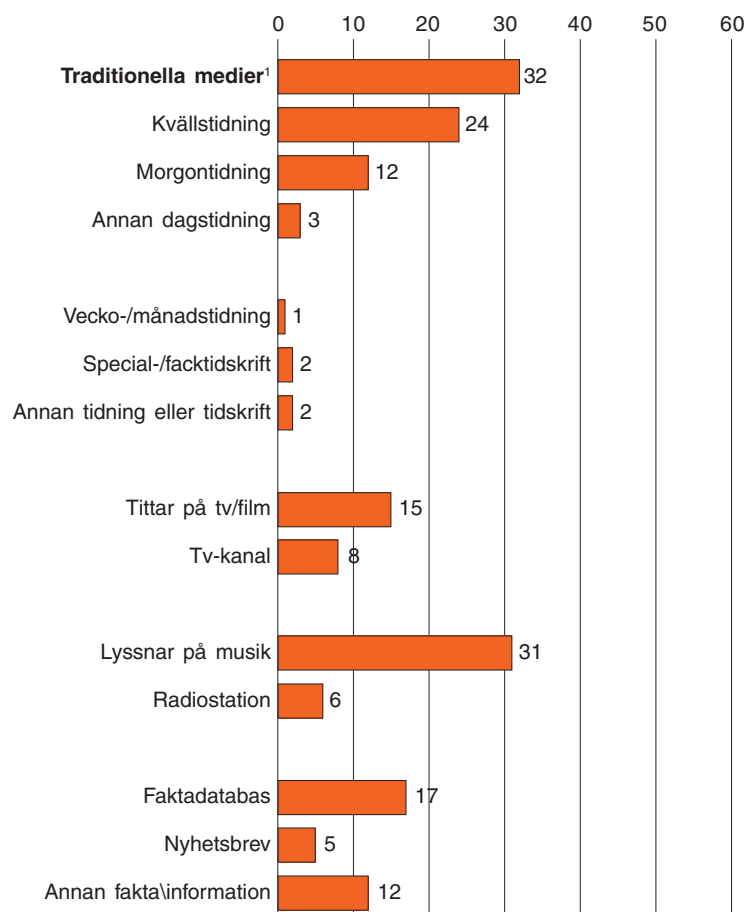
### Noter

1. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, annan dagstidning, vecko-/månadstidning, special-/facktidning, annan tidning eller tidskrift, tv-kanal eller radiostation.
2. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattgrupp eller blogg.

3. Avser anställda arbetare, tjänstemän eller akademiker.
4. Antalet svaretpersoner är under 100 och siffran bör därför tolkas med försiktighet.

# Internet – traditionella och sociala medier

Användningsområden på internet i befolkningen en genomsnittlig dag 2013 (procent)



Noter

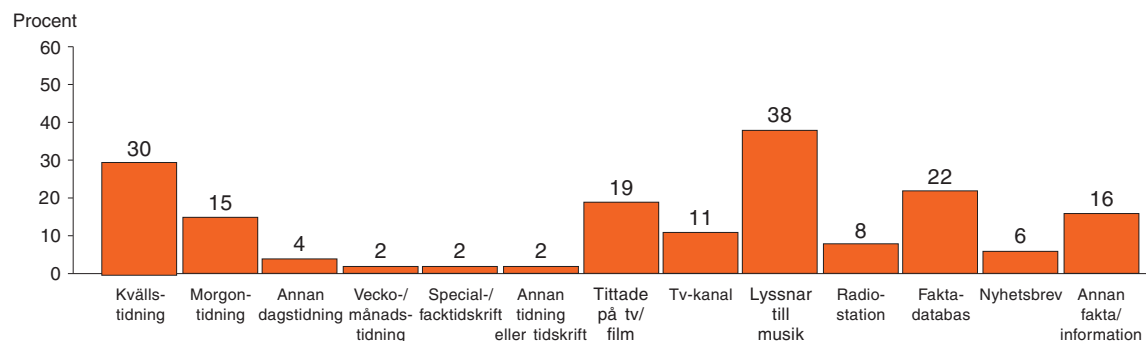
1. Med traditionella medier på internet avses morgontidning, kvällstidning, annan dagstidning, vecko-/månadstidning, special-/facktidskrift, annan tidning eller tidskrift, tv-kanal eller radiostation.

2. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chat-grupp eller blogg.

3. Med socialt nätverk/diskussionsforum avses något socialt nätverk/community, diskussionsforum/chat-grupp eller virtuellt community/virtuell värld.

# Internet – traditionella<sup>1</sup> medier

**Användningsområden bland användare 9-79 år  
en genomsnittlig dag 2013 (procent)**



**Användningsområden bland användare 9-79 år  
en genomsnittlig dag 2013 (procent)**

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Kvällstidning	30	34	26	7	27	41	33	25	28	36	33
Morgontidning	15	18	13	2	11	22	17	13	10	15	20
Annan dagstidning	4	5	2	1	2	4	5	4	3	3	5
Vecko-/månadstidning	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2
Special-/facktidsskrift	2	3	1	-	1	3	2	2	1	2	3
Annan tidning eller tidskrift	2	3	1	0	2	2	3	1	2	2	3
Tittar på tv/film	19	21	17	24	30	20	14	11	16	18	18
Tv-kanal	11	12	9	11	13	12	10	7	8	10	12
Lyssnar på musik	38	42	34	63	76	45	20	11	23	38	33
Radiostation	8	8	7	4	8	12	8	5	5	7	10
Faktadatabas	22	24	19	17	26	27	20	15	15	20	24
Nyhetsbrev	6	7	5	1	4	8	7	6	6	5	8
Annan fakta/information	16	15	16	8	12	18	18	15	15	15	18

## Användningsområden bland användare

Den dagliga interpersonella internetanvändningen gäller främst e-post, 64 procent, och sociala nätverk, 59 procent.

Av de traditionella medierna är det kvällspressen som har flest läsare på internet. Andelen användare som läst någon kvällstidning är 30 procent medan 15 procent har tagit del av en morgontidning. Få personer tar del av veckotidningar och tidskrifter på internet. Andelen som har varit inne på någon tv-kanals webbsida är 11 procent.

Den yngre och den äldre generationens användningsmönster skiljer sig i hög grad från varandra. De unga användarna kommunicerar direkt med varandra i nätverk och de är flitigare än äldre med att ta del av olika ljud- och bildmedier via nätet. En påfallande ökning kan särskilt noteras för socialt nätverkande. För ungdomarna är andelen bland internetanvändarna en vanlig dag 90 procent. De är också flitiga användare av videoklipp (68 procent) och bloggar (28 procent) men lägger betydligt mer sällan ut videoklipp eller skriver blogginlägg.

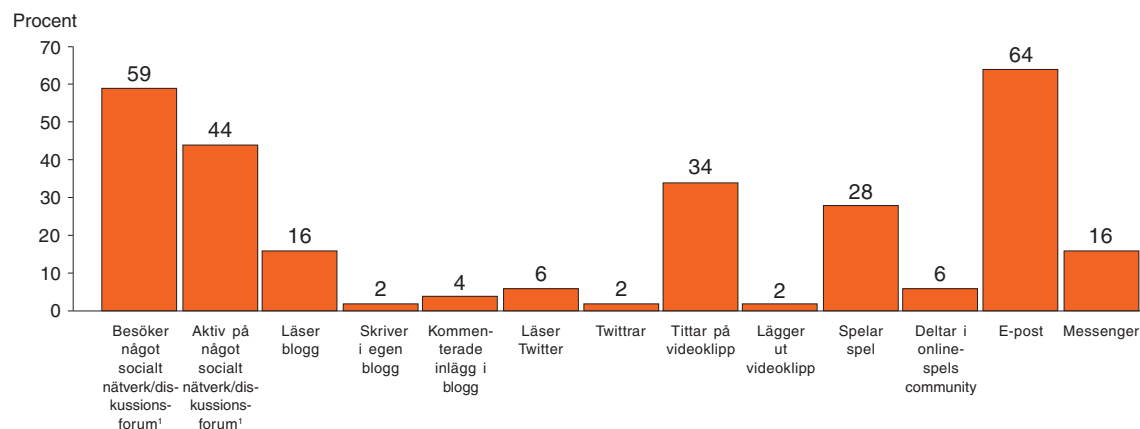
När det gäller de nya interaktiva aktiviteterna på internet märks vissa könsskillnader. Kvinnor/flickor besöker och är aktiva på sociala nätverk samt läser bloggar i större utsträckning än män och män/pojkar ser videoklipp, lyssnar på musik och läser kvällstidningar oftare än kvinnor. Att medelutbildade är flitigare användare av det interaktiva internet än låg- och högutbildade speglar användarnas ålder.

### Not

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

# Internet och sociala<sup>1</sup> medier

**Användningsområden bland användare 9-79 år  
en genomsnittlig dag 2013 (procent)**



**Användningsområden bland användare 9-79 år  
en genomsnittlig dag 2013 (procent)**

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Besöker socialt nätverk/diskussionsforum <sup>2</sup>	59	53	64	64	90	71	47	27	40	62	57
Aktiv på socialt nätverk/diskussionsforum <sup>2</sup>	44	39	49	49	73	54	34	17	32	48	40
Läser blogg	16	9	23	15	28	20	11	8	11	16	15
Skriver i egen blogg	2	1	3	4	5	2	1	0	–	2	1
Kommenterar inlägg i blogg	4	2	5	6	4	4	3	2	3	3	3
Läser twitter	6	6	5	7	13	7	3	1	4	6	5
Twittrar	2	3	2	2	7	2	1	0	3	3	2
Tittar på videoklipp	34	39	28	65	68	37	17	10	20	35	26
Läger ut videoklipp	2	2	2	6	4	2	1	0	2	2	1
Spelar spel	28	28	28	69	44	25	18	12	22	25	20
Deltar i online-spels community	6	9	4	17	14	6	3	0	6	6	4
E-post	64	63	65	16	59	76	68	69	53	66	77
Messenger	16	17	15	33	35	15	8	5	7	16	13

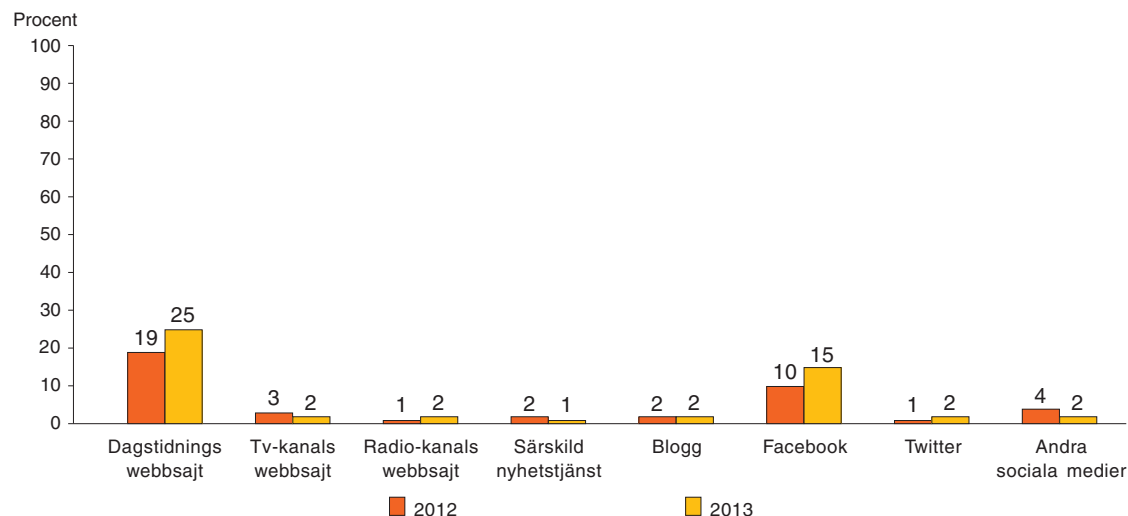
**Noter**

1. Med sociala medier avses här socialt nätverk/community/diskussionsforum/chattpgrupp eller blogg.
2. Med socialt nätverk/diskussionsforum avses något socialt nätverk/community, diskussionsforum/chattpgrupp eller virtuellt community/virtuell värld.



# Internet – onlinenyheter

**Andel i befolkningen 9-79 år som tar del av onlinenyheter en genomsnittlig dag 2013 (procent)**



**Andel i befolkningen 9-79 år som tar del av onlinenyheter en genomsnittlig dag 2013 (procent)**

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Dagstidnings webbplats	25	29	20	5	22	40	28	15	14	28	32
Tv-kanals webbplats	2	3	2	1	2	4	3	1	1	3	3
Radiokanals webbplats	2	2	2	1	1	3	2	1	1	2	2
Särskild nyhetstjänst	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1
Blogg	2	2	2	2	5	3	1	0	1	2	2
Facebook	15	15	15	16	35	23	10	3	7	17	15
Twitter	2	2	1	2	5	2	1	0	1	2	2
Andra sociala medier	2	3	2	3	5	2	2	1	1	3	2
Nej, tog inte del av online-nyheter	37	34	40	54	40	33	38	32	28	34	39

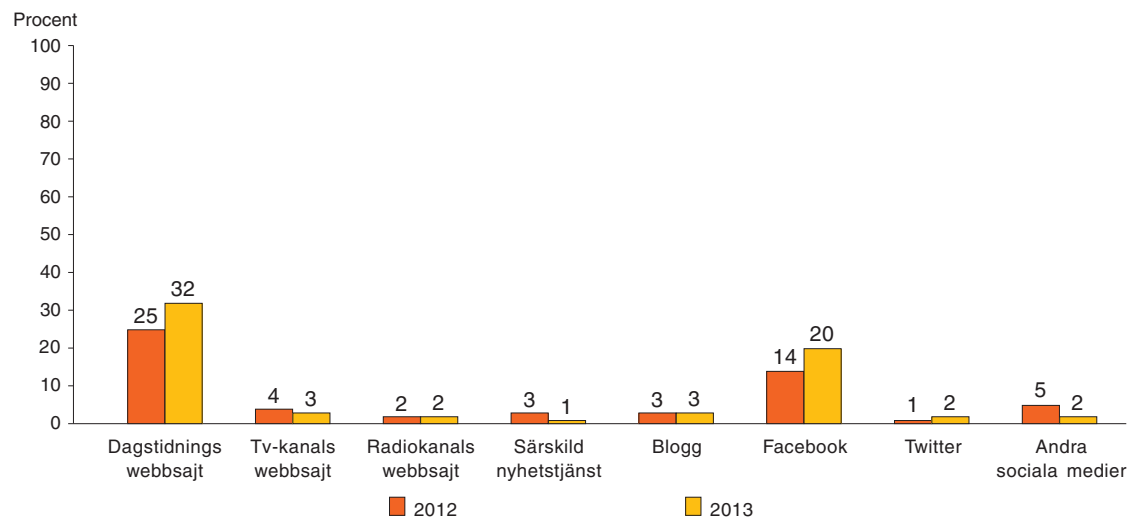
## Onlinenyheter

En följd av en mer differentierad medieanvändning är att allt färre tar del av nyheter i våra traditionella medier. Under många decennier har flertalet hämtat sina nyheter från dagstidningen och/eller nyhetsprogram i tv. Idag är bilden en annan då många istället uppsöker nyhetskällor på nätet – var och en kan numera välja efter egna preferenser och intressen. 'Nyhet' får därmed också en annan och betydligt bredare betydelse än tidigare. Förutom dagstidningarnas webbsajter framstår facebook idag som en viktig nyhetskanal, särskilt för de under 45 år.

En genomsnittlig dag uppger 25 procent av befolkningen att de tar del av nyheter genom en dagstidnings webbsajt och 15 procent att de tar del av nyheter via Facebook. Det är en markant ökning från 2012 då motsvarande siffror var 19 respektive 10 procent. Åldersgruppen 25 till 44 år är i särklass de flitigaste nyttjarna av nyheter på dagstidningars webbsajter, 40 procent. Nyheter via Facebook, bloggar, Twitter och andra sociala medier används främst av 15 till 24-åringarna, 35 procent. När det gäller den tidigare påtalade digitala klyftan så är den påtagligt mindre när det gäller nyhetsinhämtande på nätet än den mer generella användningen av traditionella repektive sociala medier på nätet.

# Internet – onlinenyheter

## Andel internetanvändare 9-79 år som tar del av onlinenyheter en genomsnittlig dag 2012-2013 (procent)

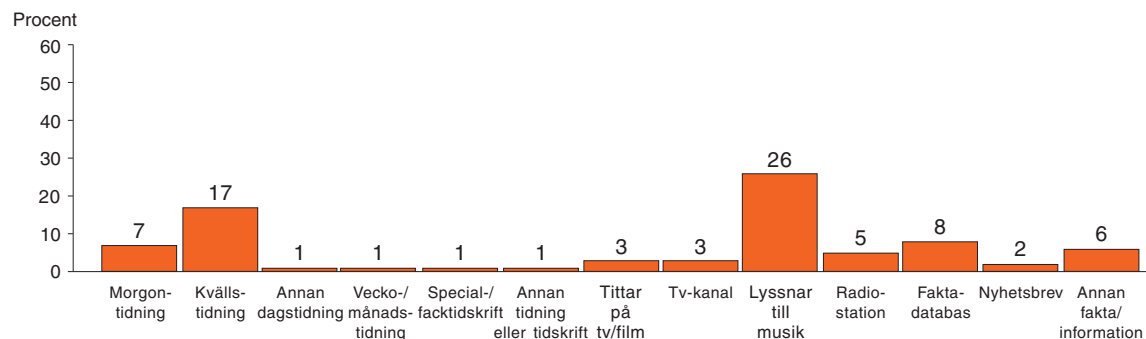


## Andel internetanvändare 9-79 år som tar del av onlinenyheter en genomsnittlig dag 2013 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Dagstidnings webbplats	32	37	27	6	23	44	36	28	28	36	38
Tv-kanals webbplats	3	4	2	1	2	4	4	3	3	3	3
Radiokanals webbplats	2	2	2	2	1	3	2	2	3	3	2
Särskild nyhetstjänst	1	2	0	1	1	1	1	0	1	1	1
Blogg	3	2	3	3	5	3	1	0	2	3	2
Facebook	20	19	20	20	37	25	13	6	15	21	17
Twitter	2	2	2	2	6	2	1	0	1	2	2
Andra sociala medier	2	3	2	3	5	2	2	1	1	3	2
Nej, tog inte del av online nyheter	48	44	53	66	43	36	50	61	59	43	46

# Smartphone

## Användningsområden bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2013 (procent)



## Användningsområden bland användare 9-79 år en genomsnittlig dag 2013 (procent)

	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Morgontidning	7	8	6	1	5	12	7	6	5	8	10
Kvällstidning	17	20	14	4	17	25	16	11	12	22	18
Annan dagstidning	1	2	0	0	1	1	1	1	2	1	2
Vecko-/månadstidning	1	1	0	–	1	1	1	0	1	1	1
Special-/facktidsskrift	1	1	0	–	0	1	1	–	1	1	1
Annan tidning eller tidskrift	1	2	1	0	1	1	1	1	2	1	1
Tittar på tv/film	3	3	3	4	6	2	2	1	5	3	2
Tv-kanal	3	4	3	3	4	5	2	3	5	3	4
Lyssnar på musik	26	27	25	43	55	27	10	3	17	27	20
Radiostation	5	6	4	2	6	7	4	4	4	4	7
Faktadatabas	8	9	7	8	9	11	6	4	7	8	8
Nyhetsbrev	2	3	2	1	2	3	2	2	3	3	3
Annan fakta/information	6	7	5	4	6	7	6	5	4	5	7

## Använder smartphone

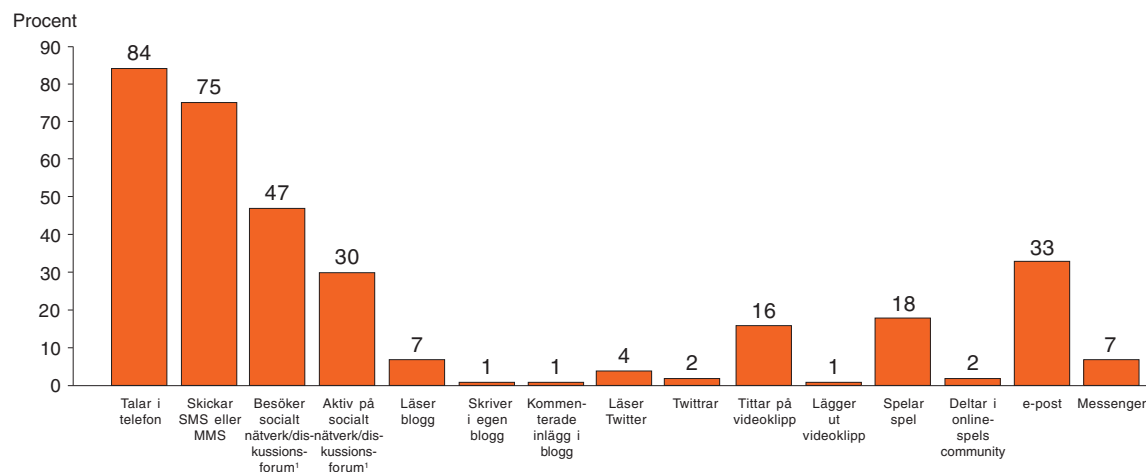
Allt fler personer har och använder en smartphone. I Mediebarometern har innehavet av en smartphone ökat från 14 procent 2010 till 67 procent 2013. 84 procent av användarna använder telefonen för vanliga telefonsamtal en genomsnittlig dag och 75 procent skickar sms. Mycket pekar på att användningen av traditionella och sociala medier kommer att bli mer mobil.

Det är också vanligt att delta i sociala nätverk via telefonen, 47 procent av användarna har varit inne på något socialt nätverk via telefonen och 30 procent har varit aktiva. Det är små skillnader mellan könen vad gäller deltagande i sociala nätverk. Men det finns ett tydligt åldersmönster i mobiltelefonanvändningen. Särskilt tydlig är skillnaden i att delta i sociala nätverk via mobiltelefonen vilket 76 procent av 15 till 24-åringarna har gjort medan motsvarande andel för 65 till 79-åringarna är 13 procent.

En genomsnittlig dag tar 17 procent av mobiltelefonanvändarna del av en kvällstidning. Många spelar också spel eller lyssnar till musik med mobiltelefonen, 18 procent respektive 26 procent. Ungefär 7 procent ägnar sig åt att läsa bloggar, 4 procent följer Twitter – betydligt färre skriver egna blogginslag eller twittrar.

# Smartphone

**Användningsområden bland användare 9-79 år  
en genomsnittlig dag 2013 (procent)**



**Användningsområden bland användare 9-79 år  
en genomsnittlig dag 2013 (procent)**

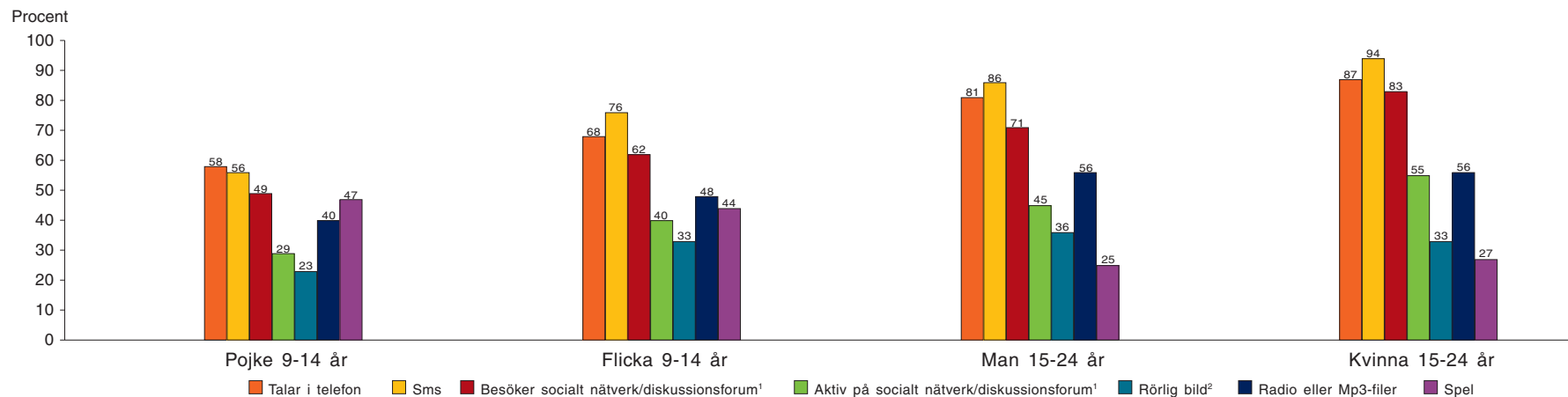
	Totalt	Kön		Ålder					Utbildning		
		Män	Kvinnor	9-14	15-24	25-44	45-64	65-79	Låg	Mellan	Hög
Talar i telefon	84	84	84	62	83	89	87	80	76	86	88
Skickar sms eller mms	75	71	80	66	89	83	69	55	55	77	79
Besöker socialt nätverk/diskussionsforum¹	47	40	53	55	76	57	29	13	29	48	44
Aktiv på socialt nätverk/diskussionsforum¹	30	25	34	34	50	37	17	8	20	30	27
Läser blogg	7	3	11	8	15	9	3	1	4	8	6
Skriver i egen blogg	1	0	2	2	3	1	0	–	–	1	1
Kommenterar inlägg i blogg	1	1	2	3	1	2	1	0	2	1	1
Läser twitter	4	4	4	2	10	5	2	1	4	4	4
Twittrar	2	2	2	2	5	2	1	–	3	2	1
Tittar på videoklipp	16	18	13	31	33	15	6	3	10	16	10
Läger ut videoklipp	1	1	1	2	2	1	1	0	1	1	0
Spelar spel	18	16	20	45	25	16	11	7	12	15	14
Deltar i online-spels community	2	3	2	4	3	3	1	1	3	2	2
E-post	33	33	33	5	33	46	31	26	22	33	43
Messenger	7	7	7	12	14	6	4	1	4	7	6

Not

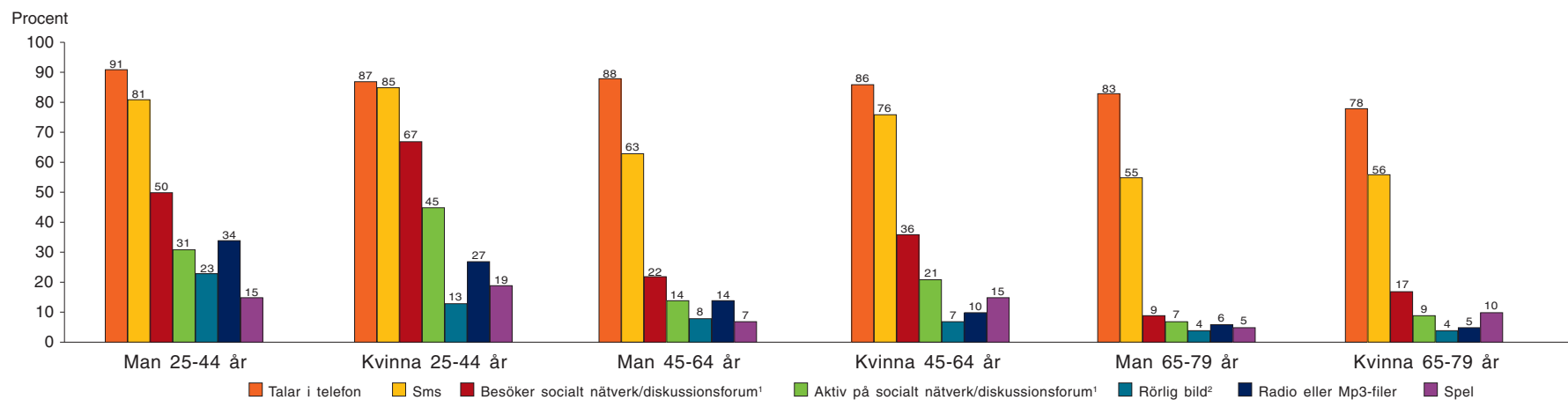
1. Med socialt nätverk/diskussionsforum avses något socialt nätverk/community, diskussionsforum/chatt-grupp eller virtuellt community/virtuell värld.

# Smartphone

Användning av mobiltelefonfunktioner bland smartphoninnehavare 9-14 år och 15-24 år en genomsnittlig dag 2013 (procent)



Användning av mobiltelefonfunktioner bland smartphoninnehavare 25-44 år, 45-64 år och 65-79 år en genomsnittlig dag 2013 (procent)



Noter

1. Med socialt nätverk/diskussionsforum avses något socialt nätverk/community, diskussionsforum/chat-grupp eller virtuellt community/virtuell värld.

2. Med rörlig bild avses här tv i mobilen eller videoklipp.