

.se

Olle Findahl

Svenskarna och Internet 2011



.se | internetstatistik

Olle Findahl

Svenskarna och Internet

2011

Svenskarna och Internet 2011

Version 1.0 2011

© Olle Findahl

Texten skyddas enligt lag om upphovsrätt och tillhandahålls med licensen Creative Commons Erkännande 2.5 Sverige vars licensvillkor återfinns på <http://creativecommons.org/>, för närvarande på sidan <http://creativecommons.org/licenses/by/2.5/se/legalcode>.

Illustrationerna skyddas enligt lag om upphovsrätt och tillhandahålls med licensen Creative Commons Erkännande-IckeKommersiell-IngaBearbetningar 2.5 Sverige vars licensvillkor återfinns på <http://creativecommons.org/>, för närvarande på sidan <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/se/legalcode>.

Vid bearbetning av verket ska .SE:s logotyper och .SE:s grafiska element avlägsnas från den bearbetade versionen. De skyddas enligt lag och omfattas inte av Creative Commonslicensen enligt ovan.

.SE klimatkompenserar för sina koldioxidutsläpp och stödjer klimatinitiativet ZeroMission. Se <http://www.uwab.se/> för mer information om ZeroMission.

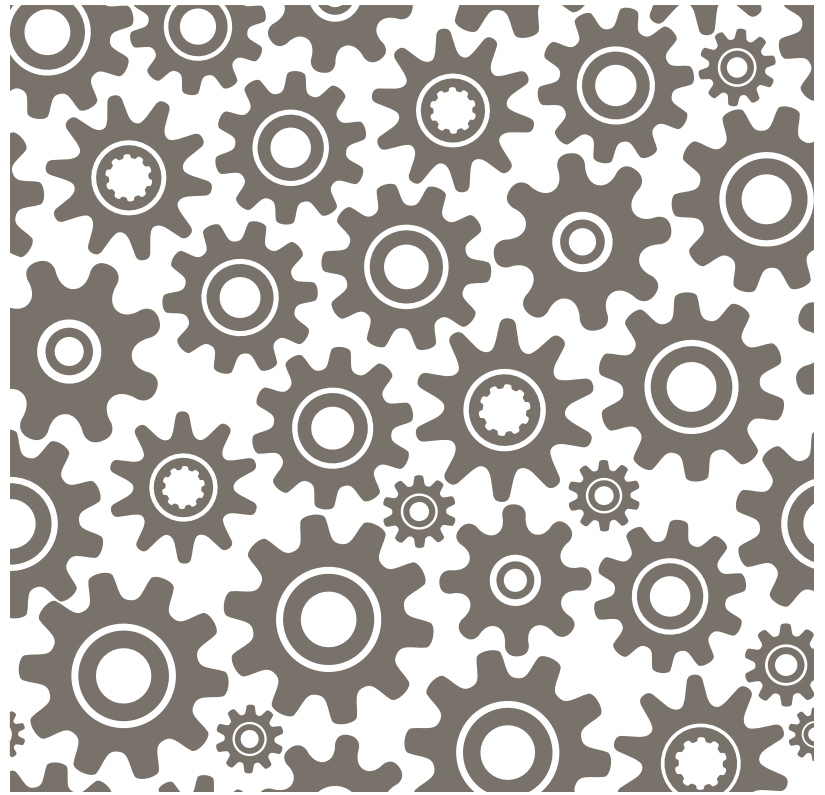
Författare: Olle Findahl
Formgivning: Inforfunction
Omslagsfoto: Sean Locke
Första upplagan, första tryckningen.
Tryck: DanagårdsLiTHO, Ödeshög, 2011.
ISBN: 978-91-979411-2-9

.se

Box 7399, SE-103 91
Stockholm, Sweden
Org. nr 802405-0190
Telefon: +46 8 452 35 00
Fax: +46 8 452 35 02
E-mail: info@iis.se
www.iis.se

Innehåll

FÖRORD	5
ENGLISH SUMMARY	6
SAMMANFATTNING	8
01. FORTFARANDE TILLKOMMER NYA ANVÄNDARE	10
Genombrott för mobilt Internet ▪ Internationella jämförelser ▪ Digitalt utanförskap	
02. DE VANLIGASTE AKTIVITETERNA PÅ INTERNET	14
Förändringar i användningens innehåll	
03. SOCIALA MEDIA	18
De sociala medierna sprider sig neråt i åldrarna ▪ Vanligaste användningen av sociala medier ▪ Bloggar ett nytt medium ▪ Begränsat antal som använder Twitter	
04. ALLT MER AV MUSIK OCH STRÖMMANDE LJUD OCH BILD	22
Hur betalar man för musiken? ▪ Vem betalar för att lyssna på Spotify? ▪ Betalar fildelarna för musik? ▪ Mer av TV och video ▪ YouTube populärt hos många ▪ Användargenererad musik och video	
05. DIGITALA SPEL	26
Hur ofta spelar man tillsammans med andra? ▪ Attityder till det digitala spelet	
06. MOBILT INTERNET	28
Vad används mobilen till? ▪ Jämförelse mellan unga, medelålders och äldre ▪ Stora förändringar under de senaste åren ▪ Appar ▪ Surfplatta ▪ Publicera var man befinner sig ▪ Internet på väg ▪ Mobilt Internet ett komplement till Internet i hemmet ▪ Är de som använder mobilt Internet mindre på Internet i hemmet och på arbetet? ▪ Vissa aktiviteter passar bra för mobilt Internet	
07. INTERNET OCH POLITIK	36
Mindre skeptisk attityd till Internets betydelse för politiken ▪ Var valet 2010 ett genombrott för Internet? ▪ Hur många är politiskt aktiva på Internet? ▪ Inga ökade politiska kontakter	
08. BARN OCH UNGDOMAR	42
Förändringar de senaste åren ▪ Spel ▪ Video ▪ Allt tidigare besök på de sociala nätverken	
09. DEN ARBETANDE BEFOLKNINGEN OCH DE ÄLDRE	46
Arbetare och tjänstemän ▪ De äldre	
10. ANVÄNDNINGSMÖNSTER	50
AVSLUTNING	56
REFERENSER	59
METOD	60
TABELLER	62
INDEX	65



Förord

Internet är inte längre något som bara angår människor som använder en dator på sin arbetsplats. Så var det för femton år sedan och i viss mån också för tio år sedan. Internet har istället spridit sig till allt fler och i stor utsträckning blivit var mans egendom, och ingår idag hos många som en naturlig del i vardagen.

Internet är inte heller något som bara angår vuxna arbetande människor mellan 18 och 65 år. Istället har den mest dramatiska utvecklingen under senare år skett bland de som är yngre än 18 år. Och det är en utveckling som idag fortsätter neråt i åldrarna, ända ner bland förskolebarnen. Internet har också fått en ökad betydelse bland pensionärerna. Men här har utvecklingen inte gått lika snabbt, särskilt inte bland äldre pensionärer.

För att kunna följa utvecklingen av hur Internet sprider sig och används har det därför blivit nödvändigt att i en undersökning av Internetanvändningen i Sverige försöka omfatta hela befolkningen från de yngsta till de äldsta. De yngsta därför att det är här som det idag sker stora förändringar i Internetanvändning, bland barn som börjar skolan och redan innan de börjar skolan. De äldsta därför att det är här vi finner de flesta av dem som ännu inte använder Internet.

Gränsen neråt i åldrarna måste därför sättas mycket lågt. Vi vet att idag har hälften av treåringarna börjat bekanta sig med Internet. Mycket få undersökningar görs om barn i dessa låga åldrar. Gränsen uppåt i åldrarna måste sättas mycket högt om vi skall kunna uppskatta antalet individer

som fortfarande står utanför den digitala Internetvärlden. De flesta undersökningar sätter gränsen vid 75 år och kan inte fånga in vad som händer hos de äldsta över 75 år, vilka till antal uppgår till 800 000 människor.

I undersökningen Svenskarna och Internet har vi satt den undre åldersgränsen vid tre år och har ingen övre åldersgräns. För att göra detta möjligt har vi kombinerat tre olika undersökningar. Huvudundersökningen med telefonintervjuer omfattar alla över 16 år. Här ingår också de som är över 75 år. Ungdomsundersökningen riktar sig till de som är mellan 12 och 15 år. De telefonintervjuas, och även en förälder, eftersom dessa ändå måste ge sitt tillstånd för att de under 16 år skall kunna tillfrågas. Slutligen, för barnundersökningen av de mellan 3 och 13 år, intervjuas de föräldrar i huvudundersökningen som har barn i dessa åldrar. Genom att kombinera dessa tre undersökningar har vi lyckats täcka in alla åldrar i befolkningen. Något som har blivit allt viktigare när Internet blivit av högsta relevans också för de yngsta och de äldsta.

Olle Findahl
november 2011

The Internet continues to proliferate among the population of Sweden, although the rate of proliferation is now very slow. Some 88 percent of the population over the age of 12 has access to the Internet and 85 percent have access to broadband at home.

More people use the Internet daily

In 2003, 25 percent of the population used the Internet on a daily basis. Nowadays, 69 percent do so daily, which corresponds to 81 percent of all Internet users. Among those between the ages of 12 and 44, nine of ten are daily users.

Half of three-year-olds use the Internet

Since the late 1990s, Internet use has spread further down among age groups. One benchmark of this proliferation is when half of an age group begins using the Internet at least occasionally. That benchmark is now at the age of three.

Nine of ten have a personal computer

There has been a clear trend of increased laptop use in recent years, which appears to be sustaining. Nowadays, nine of ten users have a personal computer and eight of ten have access to a laptop.

Breakthrough for mobile Internet

The major shift in the past year is the breakthrough for mobile Internet. Use of this medium has doubled in the past year. This also applies among the younger age groups where two of three now use their mobile phone to access the Internet. In addition to the number of mobile Internet users rising, use of the medium, the frequency of use and the time spent online have also increased.

The most common Internet activities

The most common activities are searching online using Google, using e-mail, searching for news, looking up schedules, addresses and telephone numbers, searching for/checking facts and looking up maps and directions. Between 80 and 90 percent of all Internet users engage in these activities online.

Half of the Swedish population uses social networks

Today, half of the Swedish population (52 percent) use social networks, all of whom have a Facebook account, although other social networks are also available. Among Internet users, two of three (62 percent) visit social networks. In the past four years, the percentage of those who visit social networks has increased ten percentage points for each year. There are no signs of deceleration, other than the cap effect among young people, of whom everyone (96 percent) will soon be visiting social networks. The speed with which the interest in social networks has spread down among age groups is particularly noteworthy.

Online games for young men

Until the age of ten, gaming is prevalent among both boys and girls. After this age, girls begin to show increasing interest in blogs and social networks. Their gaming declines, while boys continue to play frequently into their 20s. Some 90 percent of young men play games online, and half do so on a daily basis.

Summary

The blogosphere for young women

Those who have become enthusiastic blog followers in recent years are primarily very young women, aged 12 to 15. Some 85 percent read others' blogs, and for more than half of those young women, reading blogs is part of their daily activities. A third also maintains their own blogs.

Limited number of Twitter users

Twitter is an online service where users can write their own and read others' short text messages. Some 7 percent of the population use Twitter. This service is primarily used among younger people.

Breakthrough for streaming music

Slightly more than half (57 percent) of the Swedish population listens to and downloads music online. The percentage of those engaging in file sharing has never been greater, while the percentage of those streaming music using the Spotify music service is even greater. Among those between the ages of 16 and 25, nearly nine of ten listen to Spotify and half of those listen on a daily basis. The more you listen and the older you are, the more common it is to pay a membership fee.

More TV and video

The use of the Internet to watch TV and videos has increased sharply in the past two years. Increasing numbers of people have discovered that they can watch videos and TV online. Eight of ten have visited YouTube. However, in terms of daily usage, the figures remain limited.

Half of the Swedish population plays digital games

The most popular digital games comprise such traditional games as chess. Small-scale and uncomplicated everyday games are popular among all ages.

No breakthrough but larger role for politics on the Internet

Nowadays, nearly half of the population claim to search for political information online at least occasionally. Ahead of the 2010 general election, 14 percent of the population discussed politics on Facebook, 10 percent posted comments or expressed opinions concerning politics online and 8 percent had looked up a politician. There is a core of 11 percent who are politically active and who have engaged in at least two of these political activities. However, there are an additional 10 percent who have discussed or expressed political opinions online. Is the normally rather limited group of political activists expanding?

Eight user patterns

An analysis of shared user patterns demonstrates that there are two extreme groups: advanced enthusiasts who use the Internet's full range of possibilities more than everyone else, and the cautious group who is more restrictive and cautious in its use. In between these are the traditionalists, who primarily use the Internet to acquire information, and the modernists, who are more interested in the Internet's communicative, entertaining and social aspects. However, four of ten users are more cautious and restrictive in their Internet use.

Internet fortsätter att sprida sig till allt fler i befolkningen även om spridningstakten nu är mycket långsam. 88 procent av befolkningen över 12 år har tillgång till Internet och 85 procent har tillgång till bredband i hemmet.

Allt fler använder Internet dagligen.

År 2003 var det 25 procent av befolkningen som var dagliga användare. Idag är det 69 procent som dagligen använder Internet vilket motsvarar 81 procent av de som använder Internet. I åldern 12 till 44 år är 9 av 10 dagliga användare.

Hälften av treåringarna använder Internet

Internet har sedan slutet av 90-talet spridit sig allt längre ner i åldrarna. Ett mått på denna spridning är när hälften av en åldersgrupp börjat använda Internet åtminstone ibland. Nu ligger denna gräns vid tre år.

Nio av tio har egen dator

Tendensen med fler bärbara datorer har varit tydlig de senaste åren och den tendensen håller i sig. Idag har nio av tio användare (88%) en egen dator och åtta av tio (78%) har tillgång till en bärbar.

Genombrott för mobilt Internet

Den stora förändringen under det senaste året är genombrottet för mobilt Internet. Här har skett en fördubbling under det senaste året. Det gäller även i de yngre åldrarna där nu två av tre (66%) använder mobilen för att gå ut på Internet. Det är inte bara antalet som använder mobilt Internet som ökat utan även användningen har ökat. Frekvensen har ökat och även tiden.

De vanligaste aktiviteterna på Internet

De vanligaste aktiviteterna är att söka på Internet med hjälp av Google, använda e-post, söka nyheter, leta efter tidtabeller, adresser, telefonnummer, söka/kolla fakta, leta efter kartor och vägbeskrivningar. Åttio till nittio procent av alla Internetanvändare använder Internet att göra dessa saker.

Halva svenska folket besöker sociala nätverk

Idag besöker halva svenska folket (52%) ett socialt nätverk och alla är med på Facebook även om det också finns andra sociala nätverk. Ser vi till de som använder Internet är det två av tre (62%) som nu besöker ett socialt nätverk. Under de senaste fyra åren har andelen som besöker sociala nätverk ökat med tio procentenheter för varje år. Någon av mattning syns inte, annat än takeffekten bland de yngre där snart alla (96%) är ute på de sociala nätverken. Särskilt anmärkningsvärt är hur snabbt intresset för de sociala nätverken krupit nedåt i åldrarna.

Halva svenska folket spelar digitala spel

Hälften av befolkningen (49%) spelar något slags digitalt spel. Det börjar redan bland förskolebarnen. De populäraste spelen utgörs av digitala versioner av traditionella spel som schack. Även små enkla digitala vardagsspel är populära i alla åldrar.

Sammanfattning

Spelvärlden för unga män

Fram till 10-års åldern är spelandet något som både pojkar och flickor håller på med. Därefter börjar flickorna allt mer intressera sig för bloggar och sociala nätverk. Deras spelande minskar medan pojkarna fortsätter ett frekvent spelande fram i tjugooårsåldern. 90 procent av de unga männen spelar och hälften gör det dagligen.

Bloggvärlden för unga kvinnor

Det är framför allt de mycket unga kvinnorna, 12-15 år, som blivit entusiastiska bloggläsare de sista åren. 85 procent läser andras bloggar och hos över hälften (52%) av de unga kvinnorna ingår bloggläsandet i den dagliga aktiviteten. En tredjedel (33%) skriver också egna bloggar.

Begränsat antal som använder Twitter

Twitter är en nätverkstjänst där man kan skriva egna och läsa andras korta textmeddelanden. 7 procent av befolkningen använder Twitter. Det är framför allt de yngre (17%) som utnyttjar dessa möjligheter.

Genombrott för strömmande musik

Drygt hälften (57%) av svenska folket lyssnar och laddar ner musik via Internet. Andelen som fildelar (21%) har aldrig varit större, samtidigt som andelen som lyssnar på strömmande musik med hjälp av musiktjänsten Spotify är ännu större. I åldern 16 till 25 år lyssnar nästan 9 av 10 (85%) på Spotify och hälften (55%) lyssnar dagligen. Ju mer man lyssnar och ju äldre man är desto vanligare är det att man betalar för ett abonnemang.

Mer av TV och video

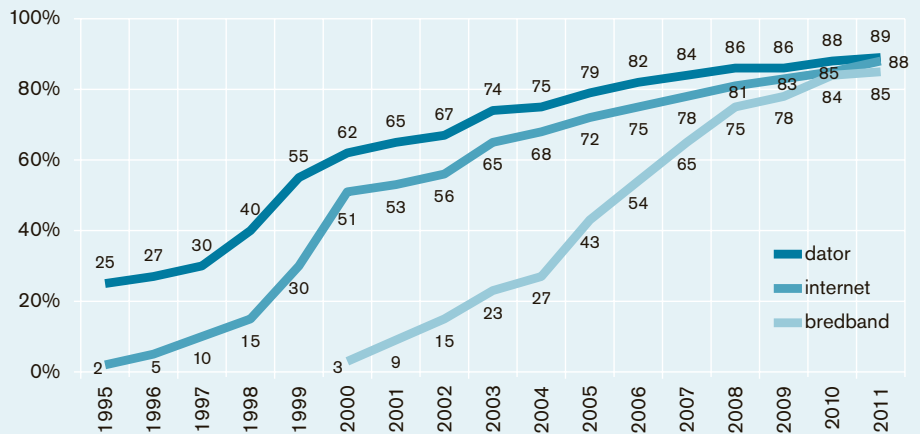
Att använda Internet för att se på TV och video har ökat starkt under de två sista åren. Allt fler har upptäckt att det går bra att se på video och TV på Internet. 8 av 10 har besökt YouTube. Men ser vi på det dagliga användandet är det fortfarande begränsat.

Inget genombrott men ökad roll för politik på Internet

Idag säger nästan halva befolkningen att de åtminstone ibland söker efter politisk information på Internet och inför valet 2010 var det 14 procent som diskuterat politik på Facebook, 10 procent hade kommenterat eller uttryckt åsikter om politik på Internet och 8 procent hade sökt upp någon politiker på Internet. I centrum finns en andel politiskt aktiva på 11 procent som gjort minst två av dessa politiska aktiviteter.

Åtta användningsmönster

En analys av gemensamma användningsmönster visar att det finns två extremgrupper: De avancerade entusiasterna som använder Internets alla möjligheter mer än alla andra och de försiktiga som är mycket restriktiva och försiktiga i sitt användande. Däremellan finns de traditionella som i första hand använder sig av Internets informativa sidor och modernisterna som intresserar sig mer för Internets kommunikativa, underhållande och sociala sidor.



Tillgång till dator, Internet och bredband i befolkningen 1995 - 2011

Diagram 1.1. Tillgång till dator, Internet och bredband i befolkningen över 18 år.

Fortfarande tillkommer nya användare

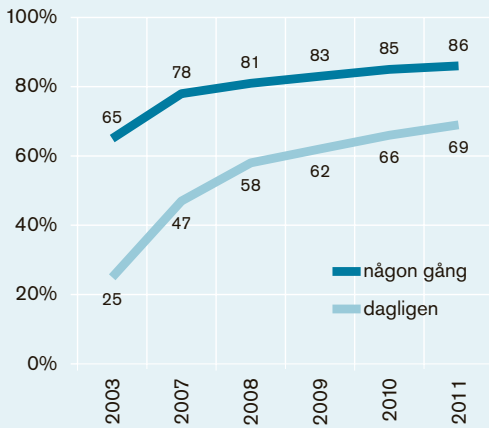
OI

Andelen svenskar som använder Internet har inte ökat särskilt mycket senaste året. 2010 uppskattade vi andelen som åtminstone någon gång använder Internet till 85 procent av befolkningen över 18 år, och i år (2011) har andelen ökat till 86 procent. Men ser vi till hur många som har tillgång till Internet i hemmet har den andelen ökat från 85 till 88 procent. Det är fortfarande människor som tidigare inte haft Internet som nu skaffar sig en dator med Internetuppkoppling. Den ökningen har skett framför allt hos de äldre över 65 år.

Det är anmärkningsvärt att Internet fortsätter sprida sig till allt fler i befolkningen även om spridningstakten nu är mycket långsam. För 10 år sedan, då ungefär halva svenska folket hade skaffat sig tillgång till Internet, kunde man skönja en avmattning i spridningen efter den snabba tillväxten under slutet på 90-talet. Men utvecklingskurvan planade inte ut utan fortsatte uppåt med två till tre procent för varje år. Och så har det fortsatt. För framtiden kan vi förvänta oss en fortsatt ökning men något mindre än tidigare. Äldre lågutbildade pensionärer, särskilt kvinnor, är inte intresserade av att börja använda en helt ny teknik. (Se Findahl 2011, Äldre svenskar och Internet).

Idag har så gott som alla som har dator också tillgång till Internet och bredband. Datorerna kom först och i slutet på 90-talet hade mindre än hälften av de som hade en dator tillgång till Internet. Idag har dator nästan blivit synonymt med Internet.

Det genomsnittliga antalet människor i ett svenskt hushåll är 2,5 personer. Det genomsnittliga antalet datorer är 2,8. Det finns således fler datorer än människor i svenska hushåll.

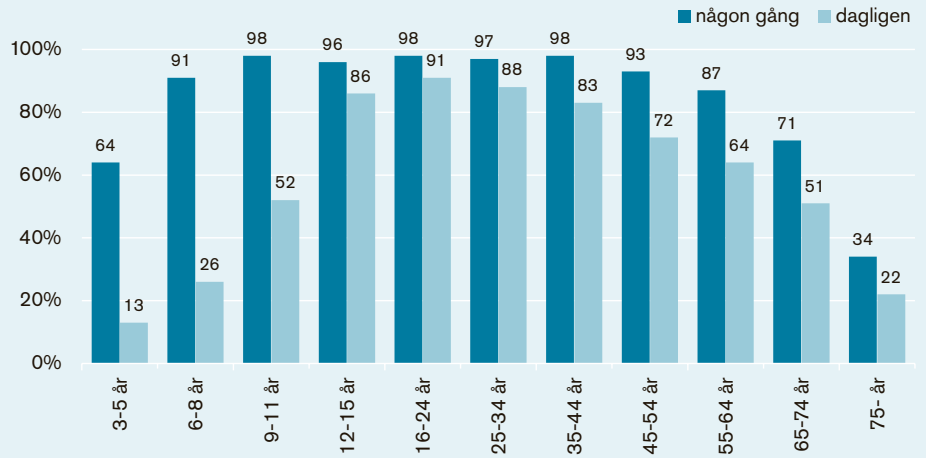


**Användning av Internet i hemmet.
En jämförelse 2003 – 2011**

*Diagram 1.2. Användning av Internet i hemmet.
Andel av befolkningen över 18 år.*

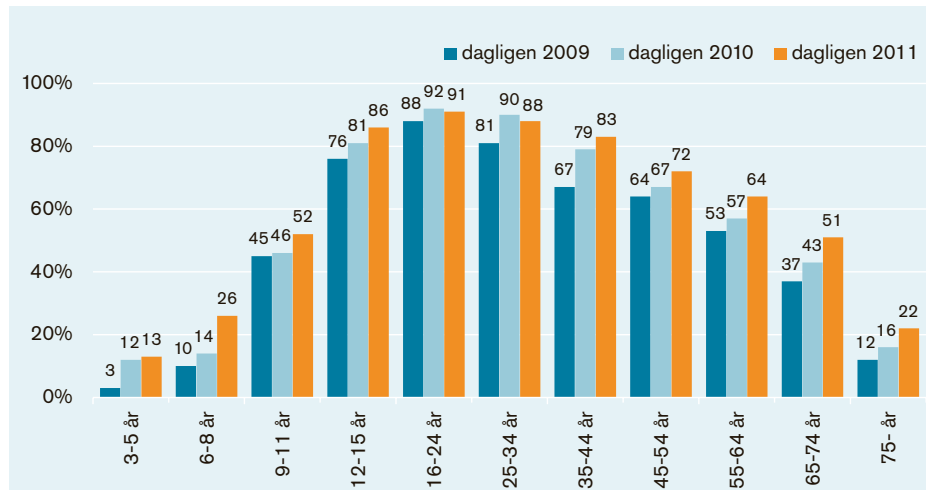
Däremot sker större förändringar bland de som redan använder Internet. Allt fler använder dagligen Internet. År 2003 var det 43 procent av de som använde Internet som gjorde det dagligen. 2007 hade andelen dagliga användare stigit till 73 procent och idag är det 81 procent av de som använder Internet som gör det dagligen. Det innebär att Internet har blivit en del av det vardagliga livet hos åtta av tio Internetanvändare. Ser vi till hela befolkningen var det 2003 25 procent dagliga användare av Internet som idag blivit till 69 procent.

Vad har hänt under de senaste åren? (diagram 1.4.) Andelen dagliga användare har ökat i nästan alla åldrar. I åldern 16 till 34 år börjar det synas en takeffekt. Taket tycks ligga vid 90 procent dagliga användare. De största förändringarna, sedan 2009, har skett bland de i åldern 6-8 år (+16%), 35-44 år (+16%) och bland de i åldern 65-74 år (+14%). Här har det varit en kraftig ökning av de dagliga användarna. Särskilt intressant är ökningen bland de som börjar skolan. Här har skett mer än en fördubbling av dagliga användare. Mer om detta i ett särskilt avsnitt om barn och unga.



Hur många använder Internet i olika åldrar?

Diagram 1.3. Andel av olika åldersgrupper i befolkningen som använder Internet i hemmet någon gång och dagligen.



Förändring av det dagliga användandet under de senaste tre åren

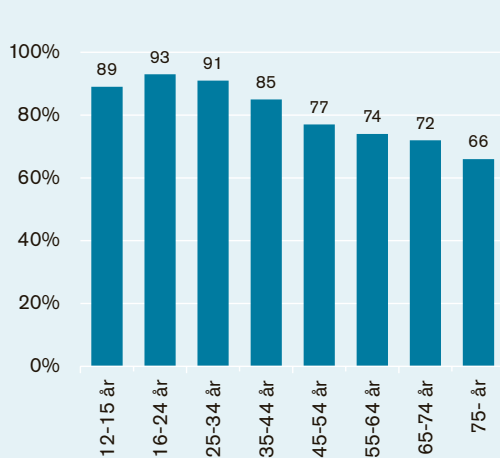
Diagram 1.4. Andelen av befolkningen i olika åldersgrupper som dagligen använder Internet.

Olika beräkningar av andelen Internetanvändare

Procenttalet som anger hur många i befolkningen som använder Internet är ingen fast siffra utan varierar efter vilket urval i befolkningen som utgör bas för beräkningen. Snävar vi in urvalet till de mellan 18 och 65 år blir resultatet att 96 procent använder Internet. Ökar vi urvalet och tar med äldre upp till 75 år sjunker siffran för Internetanvändning i befolkningen till 92 procent. Tar vi med även de som är äldre än 75 år sjunker siffran ytterligare till 86 procent och räknar vi in hela befolkningen från de yngsta till de äldsta blir slutresultatet att andelen Internetanvändare i befolkningen uppgår till 83 procent.

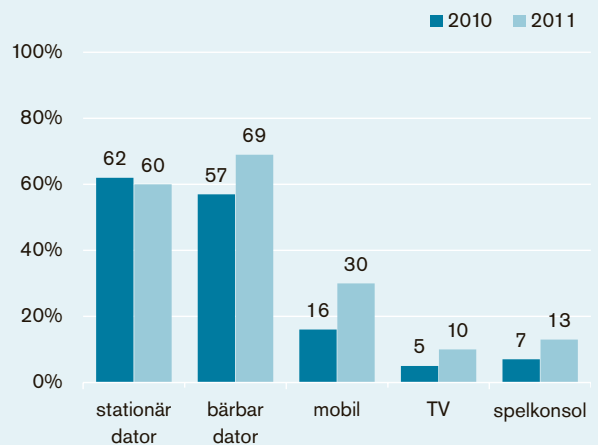
Statistik över hur många som använder Internet beräknat på olika urval av befolkningen

18-65 år	18-75 år	18+ år	Hela befolkningen 3-100 år
96%	92%	86%	83%



Hur många av Internetanvändarna använder dagligen Internet?

Diagram 1.5. Andel av Internetanvändarna i olika åldersgrupper som dagligen använder Internet.



Hur många kan koppla upp sig på olika sätt till Internet?

Diagram 1.6. Andel av befolkningen (12+ år) som på olika sätt kan koppla upp sig till Internet.

Tiden man ägnar sig åt Internet har blivit allt längre

Riktat vi inte in oss på befolkningen utan bara ser till de som använder Internet är andelen dagliga användare kring 90 procent mellan 12 och 44 år. Sedan sjunker andelen något men även bland de pensionärer som använder Internet är de flesta dagliga användare. Av de som är äldre än 75 år och använder Internet, är det två av tre som dagligen använder Internet. (diagram 1.5)

Genombrott för mobilt Internet

Tendensen med fler bärbara datorer har varit tydlig de senaste åren och den tendensen håller i sig. Idag har nio av tio användare en egen dator. Det har också idag blivit fler som har Internetuppkoppling via TV och spelkonsol. Men den stora förändringen är andelen som använder mobilt Internet. Här har skett en fördubbling under det senaste året. (Diagram 1.6 och 1.7). Mer om detta senare i ett särskilt kapitel om mobilt Internet.

Tiden man ägnar sig åt Internet har också blivit allt längre, även om det nu tycks plana ut kring 2 timmar om dagen i hemmet. Till detta kommer sedan användningen av Internet på arbetet, i skolan, i mobilen och

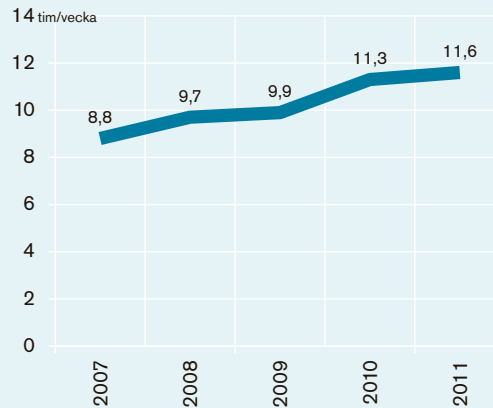
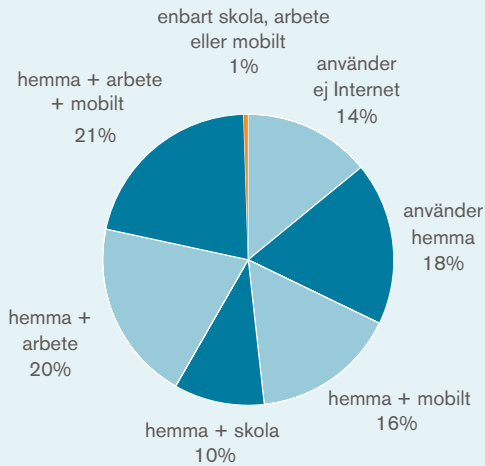
på andra platser. Totalt uppgår den tid som ägnas Internet till 20 timmar i veckan eller nära 3 timmar om dagen.

Ser vi bara till de som använder Internet på arbetet uppgår den genomsnittliga tiden för arbetet med Internet till 10,4 timmar i veckan (1,5 timmar om dagen) och för de som använder Internet i skolan till 7 timmar i veckan eller 1 timme om dagen.

Internationella jämförelser

2010 placerades Sverige i topp på tre internationella index som på olika sätt försöker mäta och jämföra länder efter hur framgångsrika de är som ett informations-teknologiskt land (se Svenskar och Internet 2010 för mer information om dessa index). Sverige behåller sin framskjutna placering också 2011, även om Sydkorea placerats före Sverige på FN-organet ITU:s ICT Development index, och Singapore ligger tätt efter Sverige på World Economic Forums Network readiness index.

Överhuvudtaget ligger de östasiatiska länderna långt framme i den informationsteknologiska utvecklingen. Det visar sig i "the Broadband government



Varifrån kopplar man upp sig på Internet?

Diagram 1.7. Andel av befolkningen (12+ år) som på olika sätt och platser använder Internet.

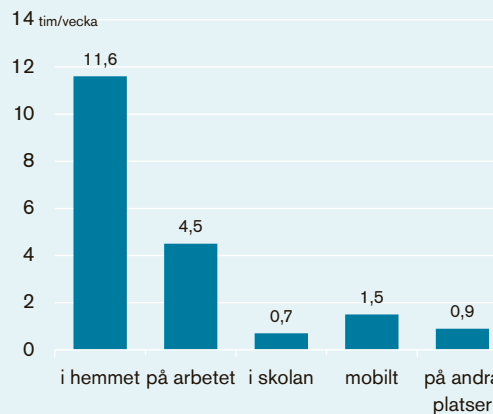
Hur lång tid ägnar man sig åt Internet i hemmet? En jämförelse 2007-2011.

Diagram 1.8. Genomsnittlig tid (tim/vecka) som Internetanvändarna (12+ år) ägnar sig åt Internet i hemmet.

report” från the Economist Intelligence Unit, där man jämför bredbandsutvecklingen i olika länder. Singapore, Sydkorea och Japan ligger här i topp. I dessa länder liksom i Australien och Nya Zeeland har regeringarna tagit kraftfulla politiska initiativ medan man i Europa mer lutar sig mot att marknadskrafterna skall ta hand om utvecklingen.

Digitalt utanförskap

År 2009 var det 1,7 miljoner svenskar (12+ år) som inte eller mycket sällan använde Internet hemma. 2010 hade antalet sjunkit till 1,5 miljoner och ett år senare, 2011, har antalet som står utanför sjunkit till 1,33 miljoner. Successivt minskar andelen svenskar som står utanför, även om minskningen går allt långsammare. Det är dock nödvändigt att analysera inte bara tillgång utan också hur Internet används. En del hel del av de som har tillgång till Internet är ändå inte digitalt delaktiga. (Se också kapitlet om användningsmönster.) ■



Hur lång tid på olika platser?

Diagram 1.9. Genomsnittlig tid (tim/vecka) med Internet på olika platser beräknat på alla Internetanvändare.



Foto: Peter Nielsen

02

De vanligaste aktiviteterna på Internet

Vissa saker gör nästan alla som använder Internet, åtminstone någon gång. Det är att söka på Internet med hjälp av Google, använda e-post, söka nyheter, leta efter tidtabeller, adresser, telefonnummer, söka/kolla fakta, leta efter kartor och vägbeskrivningar, bifoga filer, söka efter produktinformation, logga in på en bank, söka efter information som rör ens hobby, information om resor, slå upp ord och läsa tidning. 80 till 90 procent av alla Internetanvändare använder Internet för att göra dessa saker.

Google	97%
e-post skriva/läsa	95%
söka nyheter	92%
tidtabeller m.m.	90%
bifoga filer	88%
kartor, vägbeskrivn	88%
söka fakta	88%
produktinformation	87%
logga in på bank	84%
info resor	83%
hobby, fritisintresse	83%
läsa tidning	80%
slå upp ord	80%

Vanligt är också att surfa runt, köpa/betala för varor och tjänster, besöka Blocket, besöka YouTube, betala räkningar, köpa/boka resor, göra prisjämförelser, leta efter hälsoinformation, lyssna/ladda ner musik, söka information om kultur och vetenskap. 79 till 65 procent av Internetanvändarna brukar någon gång göra detta.

surfa runt	79%
köpa/betala varor	78%
betala räkningar	78%
besöka YouTube	78%
köpa/boka resor	76%
göra prisjämförelser	72%
hälsainformation	67%
lyssna/ladda ner musik	66%
kultur, litteratur, vetenskap	65%

Över hälften av Internetanvändarna besöker också sociala nätverk. De informerar sig om samhälls- och myndighetsfrågor. De ser på TV, tittar/laddar ner video, lyssnar på Spotify och lägger upp foton online.

sociala nätverk	62%
Information samhällsfrågor	61%
myndighetsinformation	59%
TV	54%
se/ladda ner video	53%
Spotify	50%
lägga upp foton	50%

Sedan tillkommer en lång rad andra saker man kan göra på Internet. Aktiviteter som inte är lika spridda bland alla Internetanvändare som de vi redan räknat upp. De kan dock vara mycket vanliga inom vissa grupper av användare. I senare kapitel skall vi se närmare på aktiviteter och användningsmönster inom olika åldersgrupper.

De aktiviteter som vi hittills räknat upp är sådana som en majoritet av Internetanvändarna utfört åtminstone någon gång. Det är aktiviteter som det finns ett behov av och som passar bra att göra på Internet. Det betyder dock inte att dessa aktiviteter nödvändigtvis dominerar deras användning. 78 procent av användarna betalar räkningar över Internet. Men det är inget man gör dagligen utan någon/några gånger i månaden.

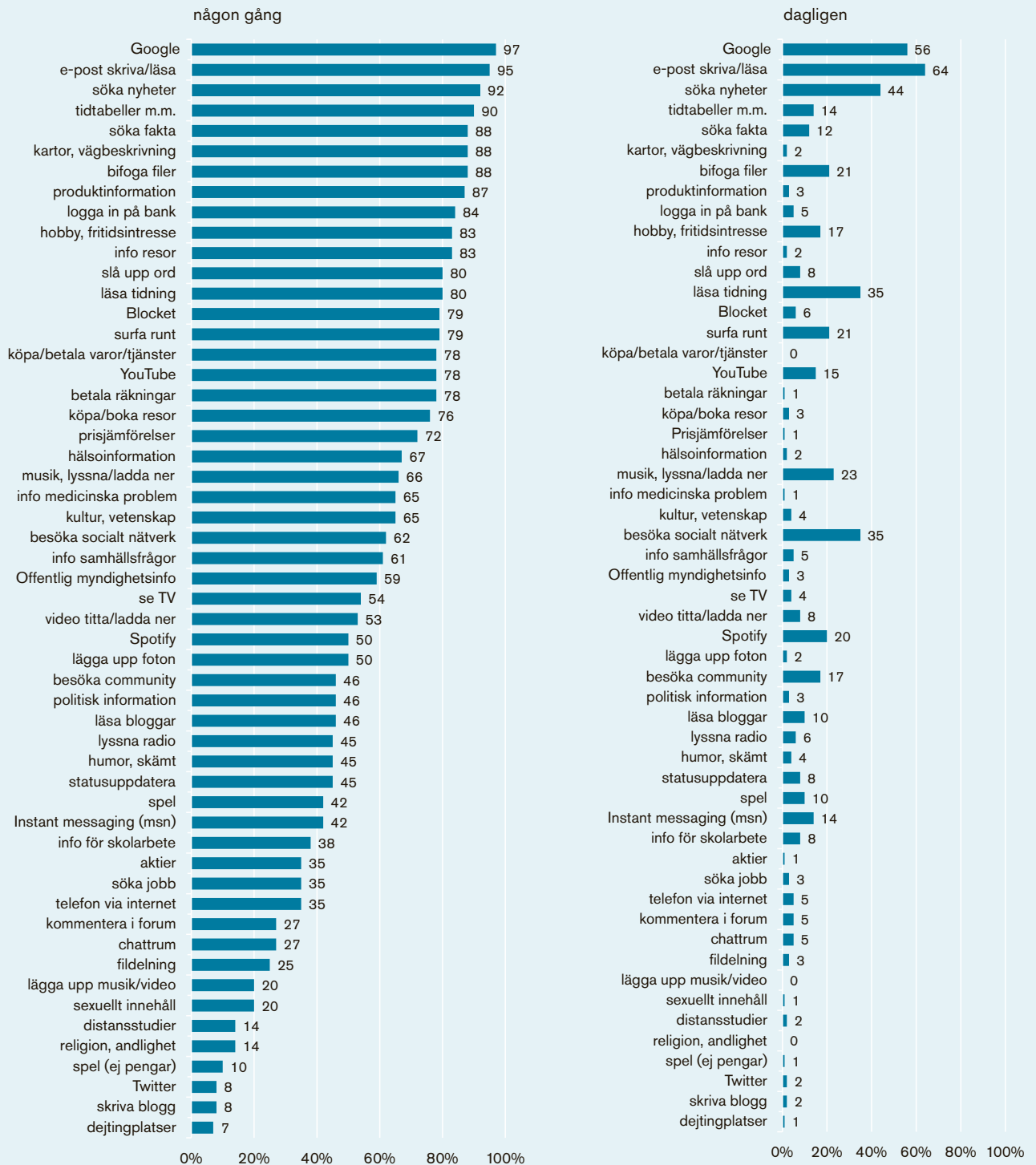
Vi skall här dela in aktiviteterna på Internet i tre kategorier.

1. Aktiviteter som är vitt spridda och frekventa
2. Aktiviteter som är vitt spridda men utförs sällan
3. Aktiviteter som är frekventa i vissa grupper men inte så spridda

1. Vitt spridd och frekvent	Spridning	Daglig användning
e-post	95%	64%
Google	97%	56%
Söka nyheter	92%	44%
Läsa tidningar	80%	35%
Besöka socialt nätverk	62%	35%
Bifoga filer	88%	21%
Surfa runt	79%	21%
Lyssna/ladda ner musik	66%	23%

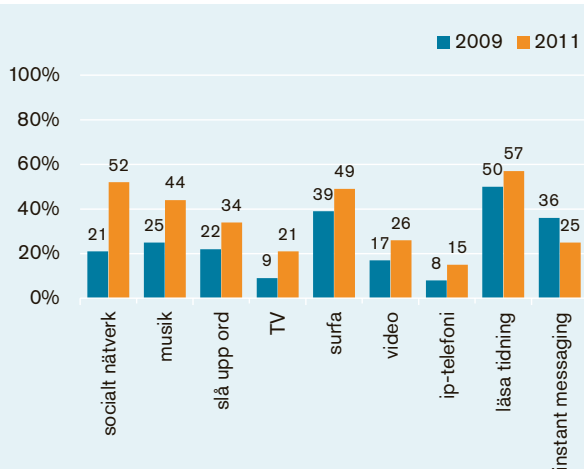
2. Vitt spridd men sällan	Spridning	Daglig användning
Kartor, vägbeskrivning	88%	2%
Produktinformation	87%	3%
Logga in på bank	84%	5%
Information om resor	83%	2%
Köpa/betala varor och tjänster	78%	0%
Prisjämförelser	72%	1%
Hälsainformation	67%	2%
Kultur, litteratur, vetenskap	65%	4%

3. Frekvent men ej så vitt spridd	Spridning	Daglig användning
Lyssna på Spotify	50%	20%
Besöka community	46%	17%
Instant messaging, msn	42%	14%
Läsa bloggar	46%	10%
Spel	42%	10%



Vad gör man på Internet?

Diagram 2.1. Andel av Internetanvändarna (12+ år) som med olika frekvens utför olika aktiviteter på Internet.



Internetanvändningens innehåll. En jämförelse mellan 2009 och 2011.

Diagram 2.2. Andel av Internetanvändarna (12+ år) som 2009 resp. 2011 utförde olika aktiviteter på Internet.

Förändringar i användningens innehåll

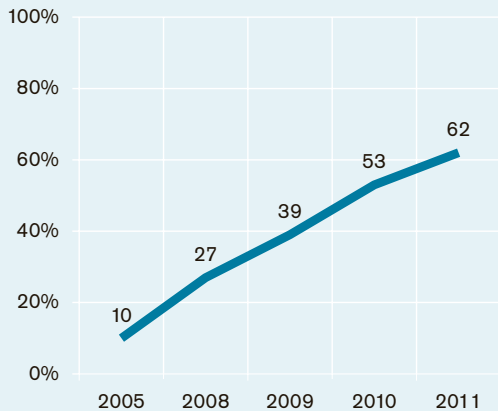
Användningen av Internet har förändrats över tiden. Förutom att användningen har blivit allt mer varierad och nya möjligheter att använda Internet hela tiden utvecklas kan vi se några tydliga tendenser under de senaste åren. Allt fler och allt mer tid ägnas åt att besöka de sociala nätverken på Internet och även mer traditionella webbgemenskaper, så kallade communities. Dubbelt så många som för två år sedan har idag besök av sociala nätverk som en vardaglig aktivitet. Nya kommunikationsformer har fått effekten att andelen som "messar", det vill säga använder instant messaging, har minskat. Nya kommunikationsformer ersätter gamla även på Internet. Minskad andel som "messar" är den enda tydliga nedgången i en enskild aktivitet, annars har användningen överlag ökat.

En annan tendens är att rörliga bilder, TV och video, blivit en allt större del av Internet. Här har skett en fördubbling sedan 2009. Strömmande TV och video har blivit möjligt med den utbyggda bredbandskapaciteten. År 2009 såg 9 procent av Internetanvändarna på TV över Internet åtminstone någon/några gånger i veckan. Idag ser 21 procent

på TV online som en vardagsaktivitet. Youtube tillhör idag de mest besökta ställena på Internet. IP-telefoni har också blivit vanligare under de senaste åren.

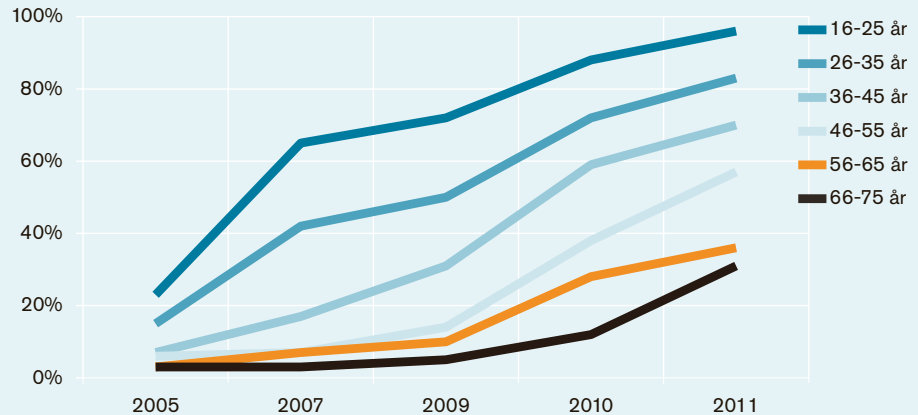
En tredje tendens är uppsvinget för musik online. Musik har alltid varit populärt på Internet, men musikkanaler som Spotify, med strömmande musik, ett stort utbud och låga kostnader, har ökat tillgängligheten och breddat användargruppen. (Se kapitlet om musik).

Det har också skett vissa förändringar när det gäller Internet som informations- och kunskapsförmedlare. Som tidigare är det åtta eller nio av tio Internetanvändare som söker produktinformation, letar kartor och vägbeskrivningar, kollar fakta och slår upp ord. Wikipedia används av sju av tio, och hälften i åldern 16 till 25 år går till Wikipedia dagligen eller åtminstone någon gång i veckan. Fler använder idag Internet för att dagligen eller åtminstone någon gång i veckan slå upp ord (2011 (34%) mot 2009 (22%)), det har också blivit vanligare att man söker upp samhällsinformation och politisk information. Ett särskilt avsnitt granskar närmare Internets roll för politiken. ■



Hur många besöker de sociala nätverken.
En jämförelse 2005 – 2011.

Diagram 3.1. Andel av Internetanvändarna som besöker sociala nätverk.



Hur många i olika generationer besöker sociala nätverk?

Diagram 3.2. Andel av olika generationer som besökt sociala nätverk under de senaste sex åren.

03

Sociala media

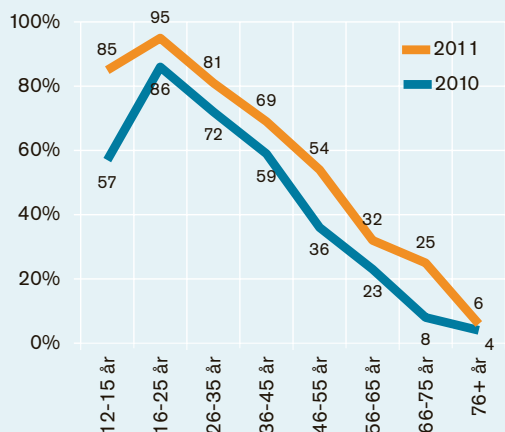
Idag besöker halva svenska folket (52% av de som är 12 år och äldre) ett socialt nätverk och alla är med på Facebook även om det också finns andra sociala nätverk. Det är en utveckling som tog fart 2008 och som sedan har vuxit stadigt för varje år.

Ser vi bara till de som använder Internet är det två av tre (62%) som nu besöker ett socialt nätverk. Under de senaste fyra åren har andelen av Internetanvändarna som besöker sociala nätverk ökat med tio procentenheter för varje år. Någon avmattning syns inte, annat än takeffekten bland de yngre (16-25 år) där snart alla (96%) är ute på de sociala nätverken.

De sociala medierna sprider sig neråt i åldrarna

Intresset för att vara med på de sociala nätverken växte fram bland de yngre för fem år sedan och har sedan fortsatt att öka, medan de äldre över 45 år har dragits med under de sista två åren. (Diagram 3.2.) Under det sista året har ökningen varit tio procentenheter i alla åldersgrupper med två undantag: de yngre pensionärerna (66-75 år, från 8% till 25%) och bland de yngsta (12-15 år, från 57% till 85%). (Diagram 3.3.) Särskilt anmärkningsvärt är hur snabbt de sociala nätverken blivit populära bland de yngsta. Mer om detta i avsnittet om barn och unga.

Idag finns en lång rad sociala nätverk för de intresserade, både svenska och utländska. Facebook är det populäraste, där alla är med.



Hur många besöker sociala nätverk? En jämförelse mellan 2010 och 2011.

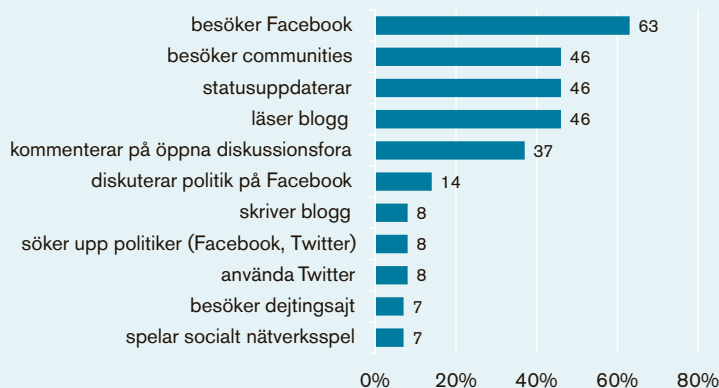
Diagram 3.3. Andelen av befolkningen i olika åldersgrupper som är medlem i ett socialt nätverk 2010 och 2011.

Dit går man för att informera sig om sina vänner, göra egna statusuppdateringar om var man är och vad man håller på med. Och för många är detta en daglig aktivitet. På Facebook startar också olika grupper för att diskutera eller mobilisera kring olika frågor.

Vanligaste användningen av sociala medier

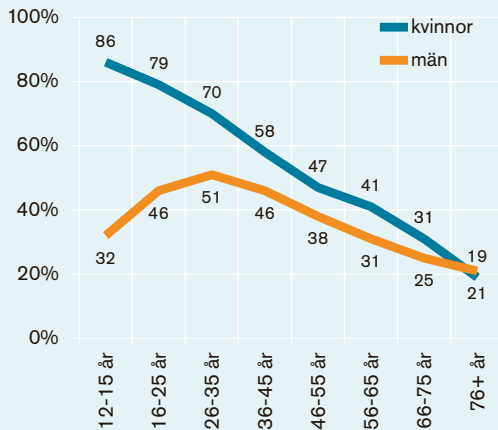
Sociala nätverk som Facebook dominerar idag de så kallade sociala medierna. Men traditionella communities, webb-gemenskaper som bygger på gemensamma intressen, är fortfarande mycket besökta. Aktiviteterna på Facebook utgörs inte bara av statusuppdateringar, även om de är omfattande. Där förs också diskussioner om politik. Mer om detta i avsnittet om politik på Internet.

Antalet som skriver bloggar har inte ökat särskilt mycket under de senaste åren, däremot har läsandet av andras bloggar blivit mycket populärt och blivit en ny medieform. Här är det kvinnorna som är mest aktiva, det gäller även på Facebook. 42 procent av kvinnorna besöker dagligen Facebook mot 33 procent av männen. 16 procent av kvinnorna läser dagligen bloggar mot 5 procent av männen.



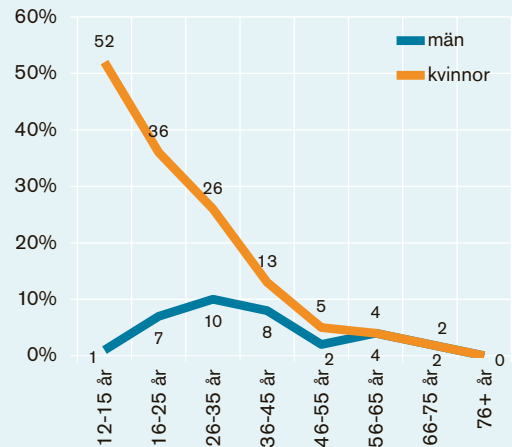
Aktiviteter på sociala medier

Diagram 3.4. Andel av Internetanvändarna (12+ år) som på olika sätt är minst någon gång aktiva på Internet.



Hur många läser bloggar.
En jämförelse 2005 – 2011.

Diagram 3.5. Andel av manliga och kvinnliga Internetanvändare som läser bloggar åtminstone någon gång.



Hur många män resp. kvinnor
läser dagligen bloggar?

Diagram 3.6. Andel av manliga och kvinnliga Internetanvändare som dagligen läser bloggar.

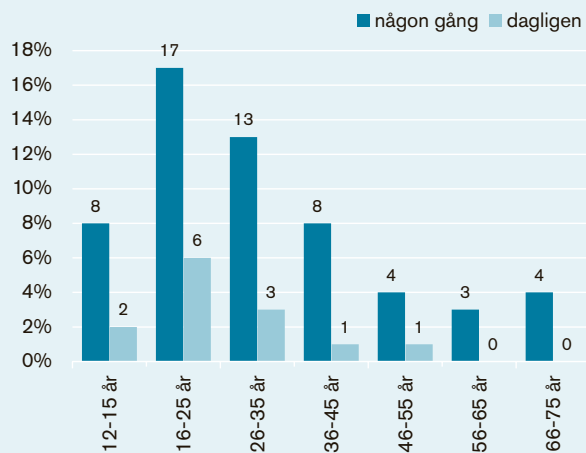
Hos över hälften av de unga kvinnorna ingår bloggläsandet i den dagliga aktiviteten

Bloggar ett nytt medium

Bakom siffran ”46 procent av kvinnorna läser bloggar” döljer sig stora skillnader mellan unga och äldre kvinnor. Hos de unga är det 80-85 procent som läser bloggar medan motsvarande andel läsare är 30-40 procent bland de äldre. Skillnaden mellan män och kvinnor är mycket stor bland de unga medan den minskar med åldern. Det är framför allt de mycket unga kvinnorna, 12-15 år, som blivit mycket entusiastiska bloggläsare de sista åren. Det syns ännu tydligare om vi ser till det dagliga bloggläsandet. Hos över hälften av de unga kvinnorna ingår bloggläsandet i den dagliga aktiviteten. En tredjedel skriver också på egna bloggar. Mer om detta i kapitlet om barn och unga.

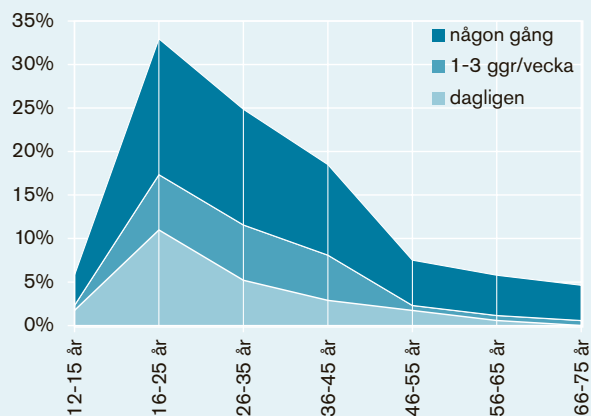
Begränsat antal som använder Twitter

Twitter är en nätverkstjänst där man kan skicka och läsa korta textmeddelanden. Den kallas också en mikroblogg, eftersom textmeddelandet får innehålla högst 140 tecken. Dessa publiceras på användarens profilsida. Användaren kan sedan prenumerera på och följa



Hur många använder Twitter?

Diagram 3.7. Andel som använder Twitter i olika åldrar bland Internetanvändarna.



Hur fördelar sig de som använder Twitter på ålder och hur ofta de använder det?

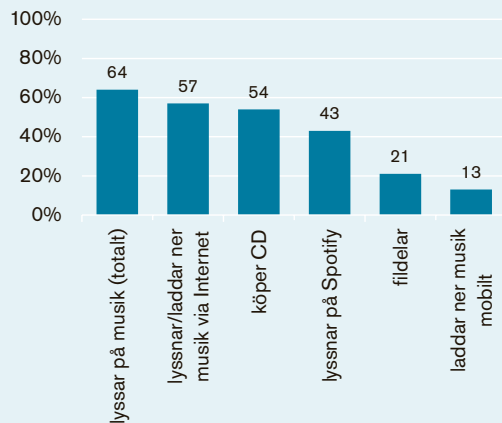
Diagram 3.8. Andel av de som använder Twitter fördelade på åldrar och frekvens. (Till exempel 16% står i det här fallet för 16% av 7% = 1% av befolkningen)

andras Twittermeddelanden. 7 procent av befolkningen använder Twitter, åtminstone ibland. Det är framför allt de yngre som utnyttjar dessa möjligheter.

Hälften av de som använder Twitter gör det bara någon gång ibland, medan det är en begränsad grupp människor (2% av befolkningen) som gör det dagligen. Det är framför allt yngre välutbildade män som använder det dagligen. Förutom studenter är det yngre personer som håller på med IT och data, konsulter och personer i ledande ställning.

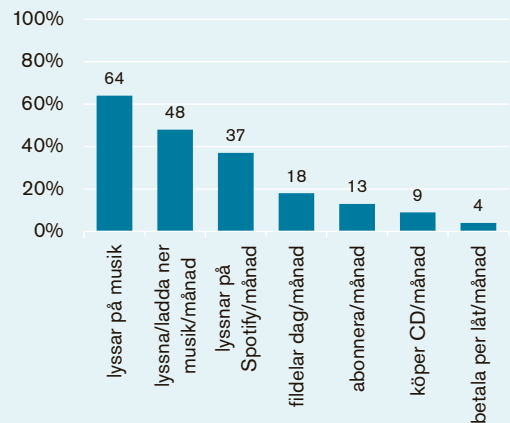
I USA har användandet kommit lite längre. 10 procent 2011, jämfört med 6 procent av befolkningen 2010. Hälften av de som använder Twitter gör det via sin mobil (PEW, 2011).

Utgår vi från Twitteranvändarna finner vi att de flesta är i åldrarna 16-35 år: 33 procent är i åldern 16-25 år och 24 procent i åldern 26-35 år. Men även en del äldre använder Twitter om än inte så frekvent, 14 procent av användarna är över 45 år. ■



Befolkningens musikvanor

Diagram 4.1. Andel av befolkningen (12+ år) som på olika sätt är engagerad i musik.



Hur många lyssnar och betalar för musik?

Diagram 4.2. Andel av Internetanvändarna (12+ år) som lyssnar och betalar för musik åtminstone någon gång i månaden.

04 Allt mer av musik och strömmande ljud och bild

Drygt hälften (57%) av svenska folket lyssnar på musik via Internet. Där ingår nästan alla som är intresserade av musik. Internet har blivit en viktig plattform för alla musiklyssnare. Nästan lika många köper också musik på CD även om man inte gör det lika ofta som förut. Andelen som fildelar har aldrig varit större, samtidigt som ännu fler lyssnar på musik med hjälp av musiktjänsten Spotify.

Spotify är en tjänst som bygger på att man inte laddar ner musiken till sin egen dator utan lyssnar som från en jukebox på "strömmande" musik. Tekniskt bygger den på p2p-teknik liknande de BitTorrent-nätverk som används vid fildelning, samt på Spotifys egna musikserverar och musik som finns cachad i användarens egen

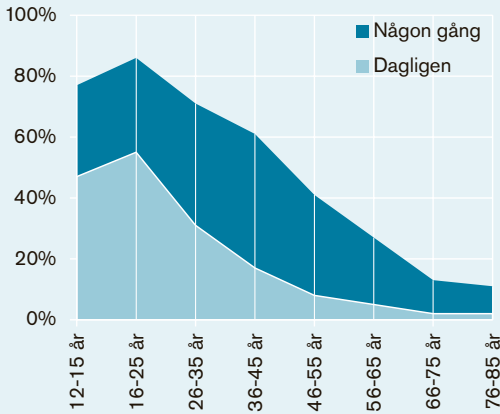
dator. Urvalet av musik är mycket stort och antingen kan man lyssna gratis och då varvas musiken med reklam eller betala en avgift per månad, ett abonnemang, och då slipper man reklamen.

Jämför vi hur Internet används för musik under en månad kan vi se att hälften av Internetanvändarna lyssnar eller laddar ner musik på något sätt (se diagram 4.2.). Var tredje (37%) lyssnar på Spotify, vilket är dubbelt så många som fildelar (18%) under en månad och många fler än de som köper en CD (9%) eller betalar per låt (4%) under en månad.

Spotify har blivit mycket populärt bland de unga som lever med musik. I åldern 16 till 25 år lyssnar nästan 9 av 10 (86%) på Spotify och hälften (55%) lyssnar dagligen. I åldern 12-15 år lyssnar 77 procent och i åldern 26-35 år lyssnar 71 procent. (se diagram 4.3.) Spotify har blivit mycket populärare än fildelning. Det är i de flesta åldrar dubbelt så vanligt, särskilt bland de yngsta i åldern 12 till 15 år. (se diagram 4.4.)

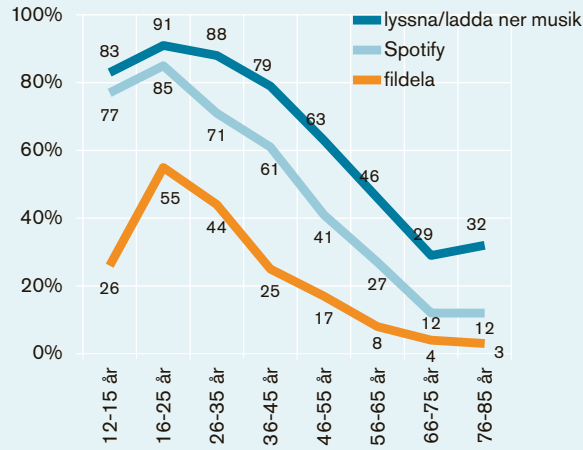
Hur betalar man för musiken?

Lyssnandet är intensivast i unga år och avtar med ökande ålder. Att köpa musik på en CD är den mest spridda betalningsformen i alla åldrar. Bland de unga är abonnemang vanligast, medan de äldre oftare betalar per låt.



Hur många lyssnar dagligen på Spotify?

Diagram 4.3. Andel av Internetanvändarna (12+ år) som lyssnar på Spotify.



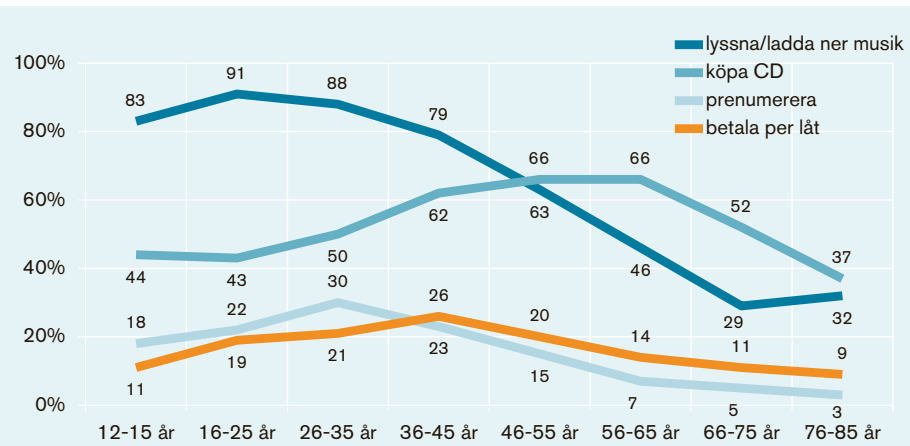
En jämförelse mellan Spotify och fildelning

Diagram 4.4. Andel av Internetanvändarna (12+ år) som åtminstone någon gång lyssnar/laddar ner musik på Internet, lyssnar på Spotify och fildelar.

Ser vi till i vilka åldrar olika betalningsätt är populärast, finner vi att de äldre köper CD och betalar per låt, medan de yngre prenumererar, fildelar eller lyssnar på Spotify.

	Högst andel av Internetanvändarna i åldersgruppen
Köpa CD	46 - 65 år
Betala per låt	36 - 45 år
Prenumerera	26 - 35 år
Lyssna på Spotify	16 - 25 år
Fildela	16 - 25 år

Tabell 4.1. Populäraste betalningsättet för musik i olika åldrar



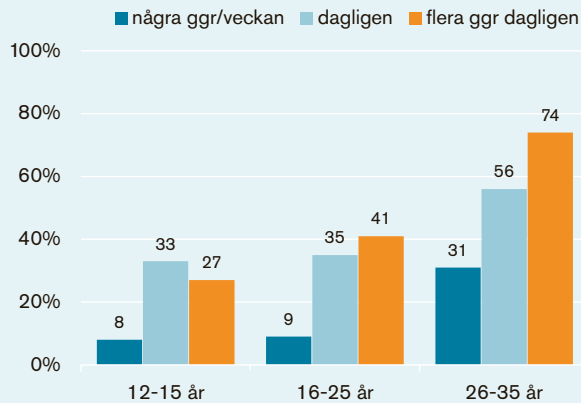
Hur många betalar för musiken? En jämförelse mellan prenumeration, betalning per låt och CD-köp.

Diagram 4.5. Andel av Internetanvändarna (12+ år) som lyssnar och åtminstone någon gång betalar för musik.

Vem betalar för att lyssna på Spotify?

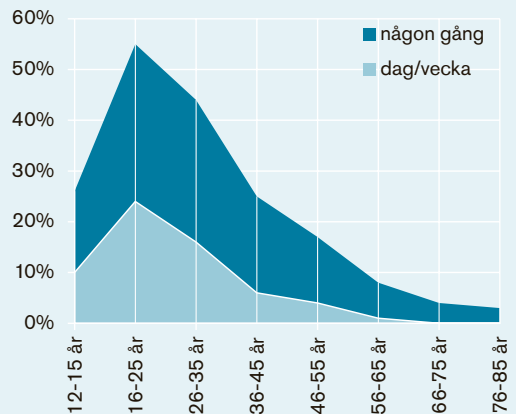
Det finns två möjligheter att använda sig av musiktjänsten Spotify på Internet, som gratistjänst eller betaltjänst. Frågan är hur många som betalar för att slippa reklamen och vilka som betalar? Det visar sig att det finns två tydliga samband med ålder och frekvens. Ju oftare man lyssnar desto större andel är det som betalar. Det gäller i alla åldrar. De som lyssnar dagligen betalar oftare än de som betalar mer sällan.

Det andra sambandet gäller ålder. Ju äldre man är desto större andel är det som betalar. En av tre dagliga lyssnare i åldern 12 till 15 år betalar jämfört med två av tre dagliga Spotifylyssnare i åldern 26 till 35 år.



Vilka betalar för att lyssna på Spotify?

Diagram 4.6. Andel av Spotifylyssnarna i olika åldrar och med olika frekvens i lyssnandet som betalar för ett abonnemang



Hur vanligt är det med fildelning?

Diagram 4.7. Andel av Internetanvändarna som fildelar någon gång eller dagligen eller åtminstone någon gång i veckan.

Betalar fildelarna för musik?

De mest aktiva fildelarna finns i åldrarna 16 till 25 år. Det är framförallt pojkar som fildelar. 69 procent bland pojkarna 16-15 år jämfört med 38 procent bland flickorna. Frågan här gäller i vilken mån deras fildelning inverkar på deras vilja att också betala för musik?

Jämför vi fildelarna med de som inte fildelar finner vi att de inte finns någon skillnad i hur ofta de köper CD-skivor. Däremot är det en större andel av fildelarna som betalar per låt för nedladdning jämfört med de som ej fildelar. Det gäller både bland yngre 12-35 år (22% vs. 14%) och bland äldre 35-65 år (28% vs. 19%). Skillnaderna är statistiskt signifikanta. $F=17$ sign **,0001 Det är också vanligare bland både yngre och äldre fildelare att de prenumererar på musik jämfört med de som ej fildelar. Även här är skillnaderna signifikanta. $F=9$ sign *,01

Mer av TV och video

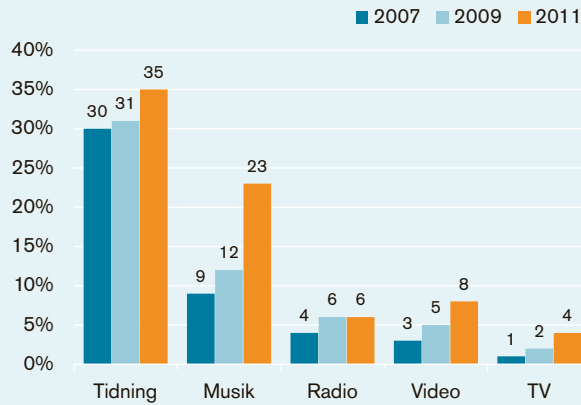
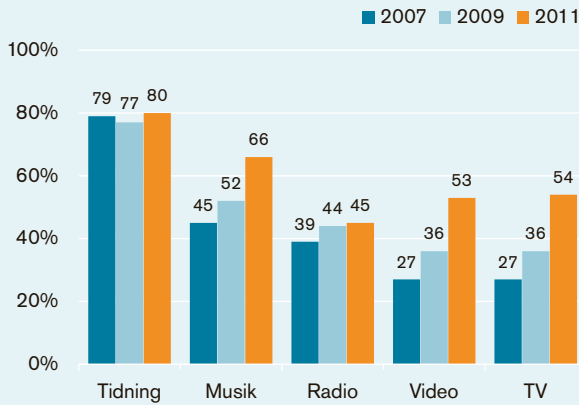
Användningen av musik, video och TV via Internet har ökat starkt under de två sista åren. Musik med 14 procentenheter, video med 17 procentenheter och TV med 18 procentenheter, medan tidningsläsning och radiolyssnande via Internet har hållit sig mer konstant. Detta gäller användare som åtminstone någon gång utfört dessa aktiviteter. Det innebär att allt fler upptäckt att det går att se på video och TV och lyssna på musik på Internet.

Men ser vi på det dagliga användandet, som återspeglar i vilken mån en aktivitet blivit en del av vardagslivet, ser bilden annorlunda ut. Då är det främst musiken (från 12 till 23%) via Internet som tagit plats i det vardagliga livet. Tittandet på video och TV har också ökat men från mycket låga nivåer (video: 5-8%; TV: 2-4%). (Diagram 4.9)

Det innebär att det i första hand är någon gång ibland som man besöker en webbplats för någon TV-kanal. Det händer att någon

	12-35 år		35-65 år	
	Fildelar	Fildelar ej	Fildelar	Fildelar ej
Betalar per låt för nedladdning	22%	14%	28%	19%
Prenumererar på musik	30%	20%	22%	15%

Tabell 4.2. En jämförelse mellan andelen av fildelare och icke fildelare som på olika sätt betalar för musik.



Idag lyssnar man mer på musik och ser mer på TV och video

Hur många använder dagligen Internet som plattform för traditionella medier?

Diagram 4.8. Andel av Internetanvändarna (16+ år) som åtminstone någon gång använder Internet som plattform för olika medier.

Diagram 4.9. Andel av Internetanvändarna (16+ år) som dagligen använder Internet som plattform för olika medier.

går till al_Jazira för att se en livesändning eller att någon streamar en livesändning från Starcraft men det vanligaste är att gå till SVT, sedan följer TV4 vilket är hälften så vanligt. Totalt är det lika många som går till SVT som till alla andra kanaler tillsammans.

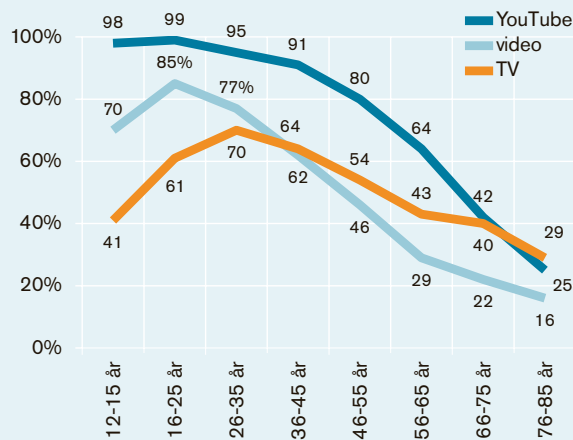
unga Internetanvändarna. Erfarenheten att själv generera ett musik- och bildinnehåll delas därmed av många. Hälften (48%) av de mellan 16 och 25 år har gjort detta åtminstone någon gång och en tredjedel av de yngre (12-15 år) och de något äldre (26-35 år) har själva lagt upp musik eller video på Internet. ■

YouTube populärt hos många

På frågan om man någonsin besöker YouTube, en plats där man kan upptäcka, titta på, ladda upp och dela videor svarar 78 procent av alla Internetanvändarna JA. Hälften (44%) gör det minst någon/några gånger i veckan. Det innebär att besök på videowebsplatser är mycket populärt i alla åldrar. Så gott som alla unga (99% i åldern 16-25 år) besöker YouTube och även 2 av 3 (64%) i åldern 56-65 år. Det visar sig nu vara inte bara enstaka besök utan hälften av de yngsta (12-15 år: 49%) är där dagligen och 9 av 10 (88%) minst någon/några gånger i veckan. De något äldre i åldern 16-25 år är där nästan lika ofta.

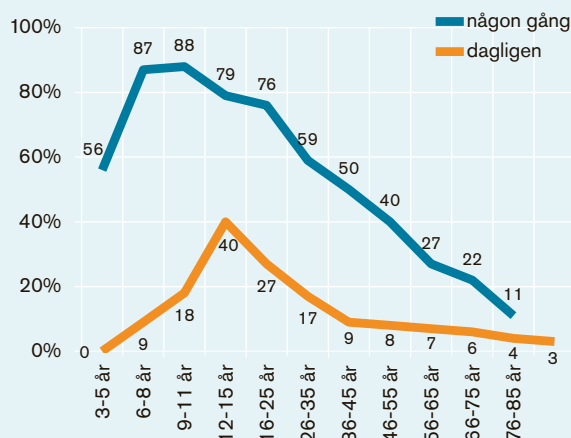
Användargenererad musik och video

De flesta som besöker YouTube ser på videor som andra producerat men det är betydligt färre som laddar upp egna videor på YouTube. De egna aktiviteterna att lägga upp musik eller video på Internet har emellertid blivit allt mer spridda bland de



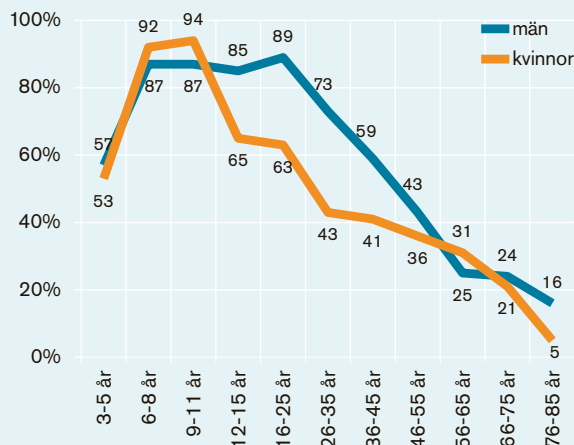
Hur många ser på video och TV på Internet?

Diagram 4.10. Andel av Internetanvändarna (12+ år) som åtminstone någon gång använder Internet för se på video eller TV.



Hur vanligt är det med spel på Internet?

Diagram 5.1. Andel av olika åldersgrupper som spelar digitala spel dagligen eller någon gång. (N=2667 + 616)



Spelandet bland män och kvinnor

Diagram 5.2. Andel av Internetanvändarna i olika åldersgrupper som någon gång använder digitala spel.

05

Digitala spel

Nästan hälften av svenska folket (49%) spelar något slags digitalt spel. Inte alla spelar på Internet men 42 procent gör det. Vanligast är det bland de unga där 9 av 10 spelar åtminstone någon gång ibland. I åldern 12 till 15 år är 4 av 10 dagliga spelare. Spelandet håller i sig hos många fram tills de är 25 år sedan minskar det dagliga spelandet. Men fortfarande spelar många någon gång ibland. Det gör till exempel 40 procent av de som är i åldern 46 till 55 år.

Vilka är de mest populära spelen?	12 – 35 år	36 – 65 år	66+ år
Traditionella spel (schack etc.)	32%	42%	59%
Bil- och sportspel	32%	21%	2%
1st person shooter	29%	1%	0
Partyspel	29%	18%	1%
Äventyrsspel	28%	1%	2%
Sociala nätverksspel (Farmville)	21%	12%	2%
Enkla casual-spel (Bejeweled)	18%	27%	16%
Kortspel, mahjong, sudoku	11%	13%	24%
Lärspel	11%	7%	4%

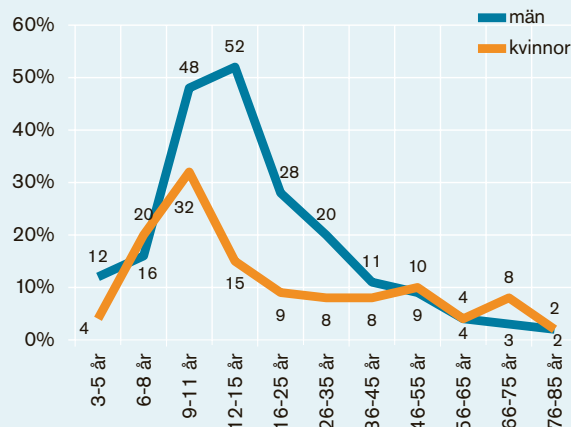
Tabell 5.1. Andel av de som spelar som spelar olika digitala spel

Bakom dessa medelvärden för olika åldrar döljer sig stora skillnader mellan män och kvinnor. Bland de riktigt unga, 3 till 10 år, är skillnader mellan pojkar och flickor små, liksom bland de äldre över 45 år. Däremellan, särskilt under tonåren, är skillnaderna stora i spelandet bland män och kvinnor. Fram till dess har det inte funnits några skillnaderna mellan pojkar och flickor, men redan vid 10-11 år börjar alltfler flickor intressera sig för bloggar och sociala nätverk (mer om detta i avsnittet om barn och unga). Deras spelande minskar drastiskt, medan pojkarna fortsätter ett frekvent spelande fram i tjugooårsåldern. I åldern 16-25 år spelar 90 procent av männen jämfört med 60 procent av kvinnorna.

Ännu tydligare blir dessa skillnader mellan pojkar och flickor om vi ser till det dagliga spelandet. Skillnaderna mellan flickor och pojkar är små till en början, men hos pojkarna blir spelandet mer frekvent efter att de har fyllt tio. Då är det hälften av dem som spelar dagligen. Bland flickorna blir det dagliga spelandet allt mindre populärt efter

	Spelar digitala spel	Andel av de som spelar digitalt som spelar med andra
12-15 år	76%	60%
16-25 år	76%	55%
26-35 år	59%	37%
36-65 år	39%	41%

Tabell 5.2. Andel av befolkningen som spelar digitala spel



Det dagliga spelandet bland pojkar och flickor

Diagram 5.3. Andel av Internetanvändarna i olika åldersgrupper som dagligen använder digitala spel.

en topp i åldern 9-11 år. Bland flickorna i 12-15 år spelar 15 procent dagligen jämfört med 50 procent av pojkarna.

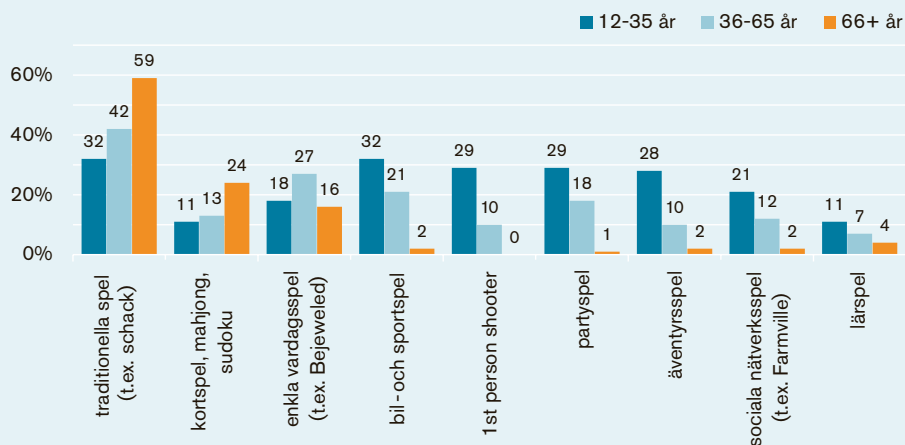
De mest populära digitala spelen, som spelas flitigt i alla åldrar, utgörs av traditionella spel, till exempel schack, som fanns före Internet och som anpassats för det digitala formatet. Även kortspel och patienser är populära bland de äldre. Förutom små enkla vardagsspel, så kallade casual-spel, som spelas i alla åldrar och kan spelas i mobilen, når inte de nyare spelen de äldre. De medelålders spelar däremot både bil- och sportspel och partyspel. Utbudet riktat mot de yngre är mycket större och här fördelar sig populariteten mellan många olika typer av spel.

Hur ofta spelar man tillsammans med andra?

Vanligast att spela digitala spel med andra är det bland de yngsta. Men nästan hälften av alla som spelar, spelar också med andra. Det gäller i alla åldrar. De unga, 12-25 år, spelar alla mest med vänner, men mer än hälften spelar också med familj och okända. För de äldre, 36-65 år, är den vanligaste

	Med familj	Med vänner	Med okända
12-15 år	53%	99%	65%
16-25 år	58%	96%	68%
26-35 år	49%	85%	61%
36-65 år	75%	68%	49%

Tabell 5.3. Andelen av de som spelar med andra som spelar med familj, vänner eller okända



Vilka är de mest populära spelen?

Diagram 5.4. Andelen av de som spelar i olika åldrar som spelar olika digitala spel

spelpartnern är någon i familjen. Men även här, liksom i alla åldrar, är det mycket vanligt att också spela med okända. Hälften eller fler av de som spelar med andra gör det.

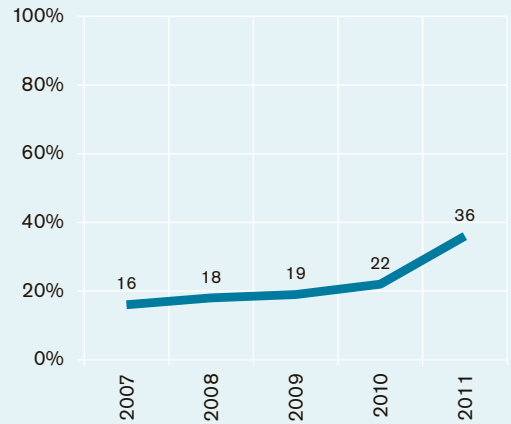
Attityder till det digitala spelandet

De unga är överlag mer positivt inställda till det digitala spelandet än de äldre. Och naturligt nog ser de som själva spelar mest positivt på spelandet. 73 procent av de som spelar instämmer eller instämmer helt och fullt i påståendet att spelande är en rolig och avkopplande hobby. I befolkningen är det 39 procent som instämmer. Samtidigt är det en av fyra (22-28%) i befolkningen som inte ser något positivt i det digitala spelandet.

Däremot är både de som spelar och de som inte spelar ganska överens om att det digitala spelandet har sina risker. Det är bara ett slöseri med tid, tycker 31 procent av de som spelar och 40 procent i befolkningen, och i båda grupperna anser hälften att spelandet är beroendeframkallande. ■

	De som spelar med andra	Befolkningen
Ett sätt att umgås	49%	22%
Gör att man lär saker	43%	26%
Är en rolig och avkopplande hobby	73%	39%
Är ett slöseri med tid	31%	40%
Är beroendeframkallande	48%	52%
Leder till konflikter	19%	17%

Tabell 5.4. Andelen av befolkningen och de som spelar som instämmer i olika påståenden om det digitala spelandet.



Hur många använder mobilt Internet?

Diagram 6.1. Andel av befolkningen (12+ år) som använder mobilt Internet

Mobilt Internet

Sverige och Europa har under de senaste tio åren legat långt efter först Japan och sedan Sydkorea och andra östasiatiska länder när det gäller utvecklingen av mobilt Internet. Det har under åren talats och skrivits mycket om att använda mobilen för att koppla upp sig på Internet. Marknadsföringen har varit massiv, men utvecklingen har inte tagit fart. Tekniken har varit bristfällig och kostnaden för användarna har varit hög. Därav det bristfälliga intresset för det mobila Internet i Sverige och västvärlden.

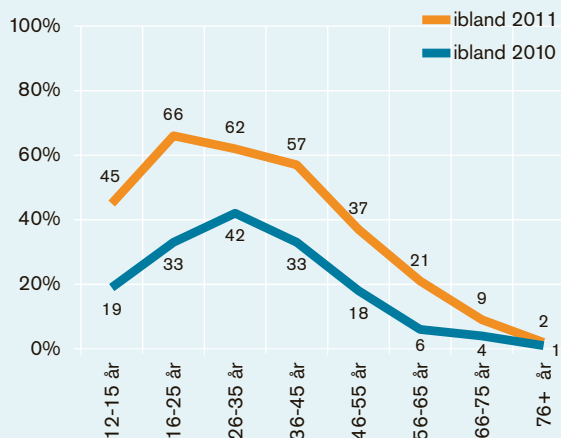
I Japan satsade man tidigt på en enkel teknik, en gemensam marknad och riktade sig till en masspublik där även de unga ingick. I Sverige och Europa byggde de olika telekombolagen upp sina egna revir och man satsade på premiumkunder som fick sina avgifter betalda via arbetet. (Funk, 2001).

Förbättrad teknik och överkomliga avgifter har under det senaste året lett till ett uppsving för det mobila Internet. Det märks även bland ungdomar som utgör den mest priskänsliga delen av befolkningen. 36 procent av befolkningen (12+ år) använde när undersökningen gjordes under våren 2011 Internet i en mobiltelefon eller annan handhållen enhet. 27 procent hade tillgång till en smartphone (Iphone eller android-telefon).

57 procent av användarna tyckte att det fungerade bra eller mycket bra att koppla upp sig mobilt. 26 procent svarade varken bra eller dåligt och 13 procent tyckte att det fungerade dåligt eller mycket dåligt. Av dessa var det bara 3 procent som svarade ”mycket dåligt”.

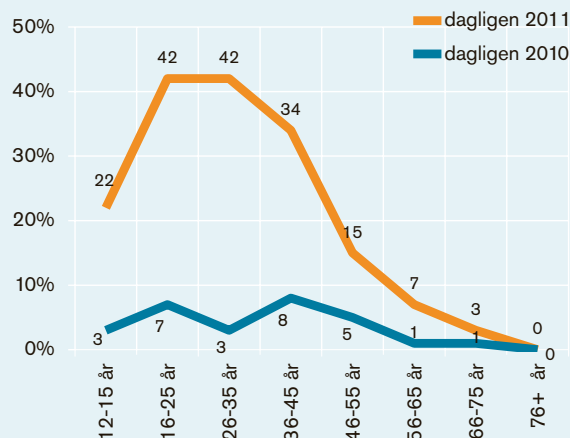
Ser vi närmare på vad som hänt det sista året och jämför situationen 2010 med 2011 kan vi se att användandet av mobilt Internet dubblerats i de yngre åldrarna 12 - 25 år. Förra året hade 33 procent av de i åldrarna 16-25 år någon gång använt mobilen för att gå ut på Internet. I år är det två av tre (66%) som gör detsamma. Bland de ännu yngre, 12-15 år, har antalet mer än fördubblats (19% - 45%). Men även bland medelålders och äldre har ökningen varit stor. (Diagram 6.2.)

Det är inte bara antalet som använder mobilt Internet som ökat utan även användningen har ökat. Frekvensen har ökat och även



Hur många i olika åldrar använder mobilt Internet

Diagram 6.2. Andel av de med mobiltelefon i olika åldersgrupper som någon gång använder sig av mobilt Internet.



Andelen som dagligen använder mobilt Internet

Diagram 6.3. Andel av de med mobiltelefon i olika åldersgrupper som dagligen använder sig av mobilt Internet.

tiden. Det är många fler som i år använder mobilt Internet dagligen jämfört med förra året. Endast några procent av befolkningen var dagligen online via mobilen 2010. I år har antalet mångdubbplats. I åldrarna 16–35 år använder idag nästan hälften (42%) av de med tillgång mobilt Internet dagligen, jämfört med 5 procent förra året. (Diagram 6.3.)

Pojkar och flickor upp till 25 år använder mobilt Internet ungefär lika mycket, sedan i högre åldrar är det främst männen som använder mobilen för att gå online. Tidigare fanns en skillnad mellan olika yrkesgrupper i hur vanligt det var med mobilt Internet. Idag finns inte någon sådan skillnad mellan arbetare och tjänstemän.

Däremot är mobilt Internet vanligare bland de som bor i städer jämfört med de som bor på landsbygden. Det gäller särskilt bland de yngre (12-35 år) där 43% av de som bor i en stad dagligen går online via mobilen jämfört med 27% av de som, i samma ålder, bor på landet.

Hur mycket tid användarna tillbringar på Internet via mobilen varierar mycket: en fjärdedel är ute på mobilt Internet högst en halv timme i veckan; en fjärdedel 0,5 till 2 timmar i veckan; en fjärdedel 2-6 timmar/veckan och en fjärdedel mer än 6 timmar/veckan. I genomsnitt blir det för de mobila Internetanvändarna 4 timmar i veckan

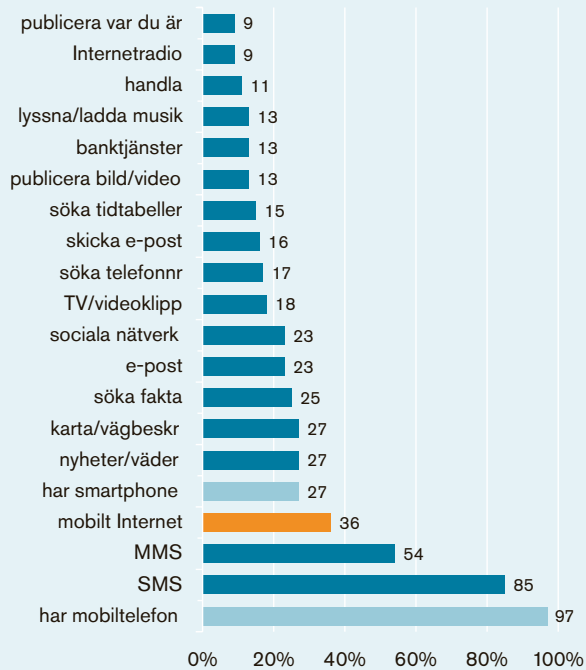
(1,8 tim/v utslaget på hela befolkningen). Sverige hamnar därmed år 2011 på ungefär samma nivå som Japan och USA. (The World Internet Project. International Report 2011.) Tidigare har Sverige legat långt efter.

Vad används mobilen till?

Nästan alla svenskar (97%) har sedan länge en mobil och den används i första hand för att ringa med. Men även textmeddelanden (SMS) är vanliga (85%) och frekventa. Tre av fyra mobilanvändare skickar SMS åtminstone någon gång i veckan och hälften (49%) gör det dagligen. Det är även vanligt att man skickar bilder (MMS) via mobilen. 54 procent gör det.

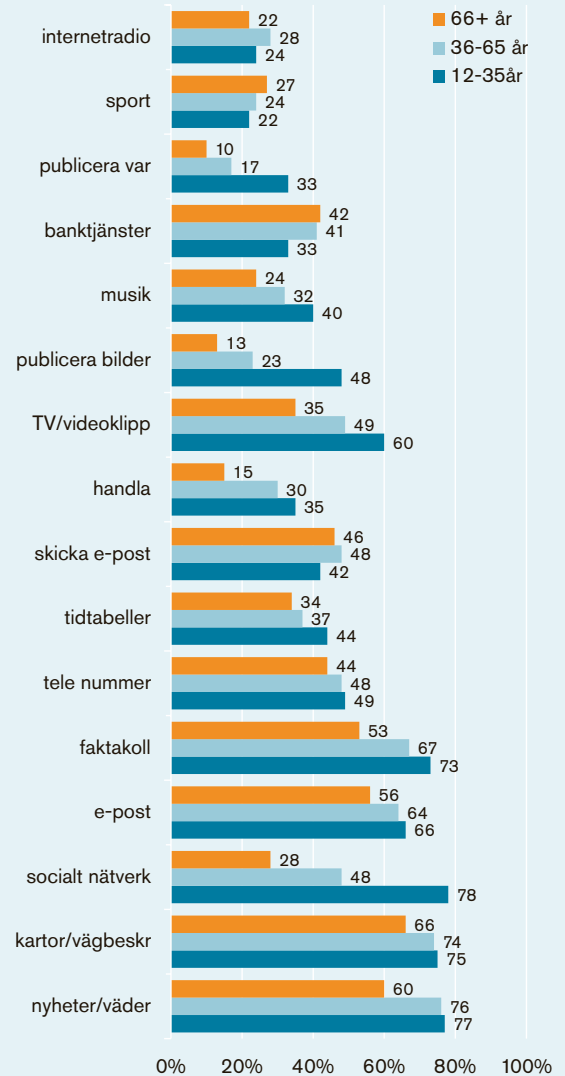
Men som vi sett tidigare används idag mobilen också för att gå online. Det vanligaste man då gör är att söka efter nyheter och väder, eller efter kartor och vägbeskrivningar. Vanligt är också att kolla/söka fakta, läsa e-post och besöka sitt sociala nätverk. Vanligt är också att söka efter telefonnummer och tidtabeller vilket stärker bilden av det mobila Internet som en praktisk hjälpreda. Men förutom kommunikation (telefon, e-post och sociala nätverk) används också Internet över mobilen för underhållning som att se på video/TV, publicera bilder/video och lyssna/ladda ner musik. Här är det de unga som går före, vilket motiverar en närmare analys.

Till vad används mobilen?



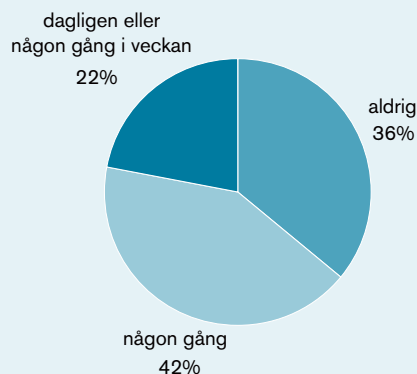
Till vad används mobilen?

Diagram 6.4. Tillgång och användning av mobiltelefon i befolkningen (12+ år)



Till vad används mobilen i olika åldrar?

Diagram 6.5. Andel av de mobila Internetanvändarna i olika åldrar som använder mobilt Internet för olika aktiviteter.



Förändringar i användningen av mobilt Internet under de senaste åren

Diagram 6.6. Användningen av mobilt Internet bland de mobila Internetanvändarna (12+ år)

Jämförelse mellan unga, medelålders och äldre

Mest aktiva i att använda mobilen för att gå online är de unga. Vad beträffar användningen av Internet som praktisk hjälpreda, för e-post och söka efter nyheter och väder är skillnaderna små mellan generationerna. Däremot är skillnaderna stora i andra avseenden som att besöka sociala nätverk, publicera bilder och se på TV/videoklipp och lyssna på musik. Här är de unga mycket mer aktiva i att använda mobilen. Det gäller också i att använda mobilen för att handla och att publicera information om var man befinner sig (geotagging). (Se diagram 6.5)

Stora förändringar under de senaste åren

Går vi några år tillbaka och ser på hur Internet användes via mobilen är det lätt att se vilka stora förändringar som skett. Användningen har dubblats och i många fall mångdubblats. 2009 var det ovanligt att besöka sitt sociala nätverk, se på video och även att kolla sin e-post via mobilen. Idag gör över hälften av användarna just detta. (Se diagram 6.6)

Appar

Förutom de program och tjänster som finns förinstallerade som små symboler

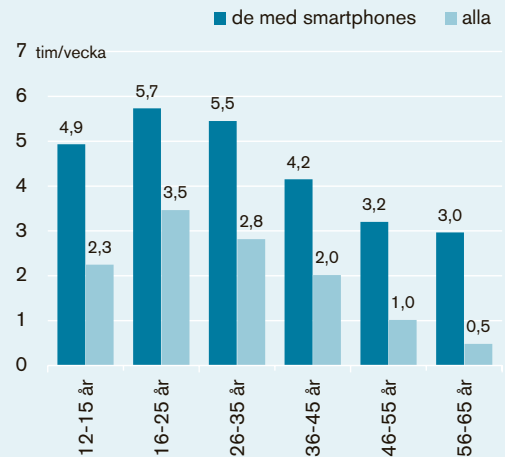
Hur ofta laddar man ner nya appar?

Diagram 6.7. Frekvens i nedladdning av nya appar hos de som använder mobilt Internet.

på de "smarta" mobiltelefonerna går det att ladda ner en lång rad program och spel, så kallade appar, direkt till mobilen. 22 procent av de som använder mobilt Internet gör detta dagligen eller åtminstone någon gång i veckan. 42 procent gör det någon gång ibland och 36 procent gör det aldrig. Det genomsnittliga antalet appar som de som laddar ner sådana har i sin mobil är 30 stycken. Ju oftare man laddar ner, desto fler appar har man. 3 procent av app-nedladdarna har mer än hundra appar i sin mobil. (Se diagram 6.7)

Frekvens i nedladdning av appar	Antal appar i mobilen i genomsnitt
Någon gång	13
Någon gång i månaden	28
Någon gång i veckan	39
Dagligen	73
Totalt medelvärde	30

Tabell 6.1. Antal appar i mobilen i relation till frekvens i nedladdningen.



Hur mycket tid (tim/vecka) läggs ner på mobilt Internet?

Diagram 6.8. Genomsnittlig tid (timme/vecka) som de med en smartphone, jämfört med övriga Internetanvändare, använder mobilt Internet.

Surfplatta

2010 lanserade Apple sin Ipad, en e-bokläsare som också går att använda för att koppla upp sig på nätet. Därav namnet surfplatta. Den kan man styra med fingrarna på en tryckkänslig skärm. En rad andra fabriker, som Samsung, har också presenterat liknande modeller. Skärmen är betydligt större än på de smarta mobilerna.

Första året var spridningen begränsad (1,6%) för att sedan öka något och 2011 är det 5 procent av befolkningen (12+ år) som har tillgång till en Surfplatta. Ipad är det utan konkurrens vanligaste märket.

På frågan vad man använder surfplattan till är det helt dominerande svaret att man surfar runt på Internet. Sedan kommer spel och att läsa tidning och böcker. Man ser också på video och TV och kollar e-posten. Andra lyssnar på musik, besöker Facebook, använder den för arbete/skola, för nyheter/väder eller med karta och GPS. Men surfplattan verkar användas i första hand just som surfplatta och inte för länk till de sociala nätverken eller för skola och arbete. Någon skillnad mellan män och kvinnor finns inte här.

E-böcker kan läsas, inte bara på läs- och surfplattor, utan också på vanliga datorer och 10 procent av befolkningen (12+ år) brukar någon gång läsa en sådan e-bok. Det

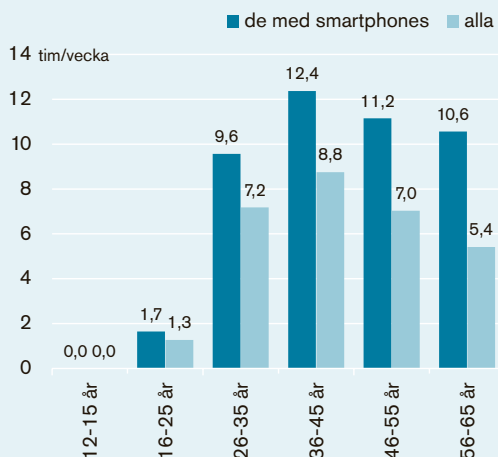
är inte någon frekvent aktivitet. De flesta har gjort det någon gång och endast 2 procent gör det någon gång i veckan.

Publicera var man befinner sig

När Internet blir tillgängligt varhelst man befinner sig, via mobil eller annan handhållen enhet, kan det vara intressant att veta var andra finns och att andra kan få veta var man själv finns. För att detta skall vara möjligt måste man publicera information om var man befinner sig. Idag finns det sådana tjänster som Facebook places, Foursquare eller Gowalla.

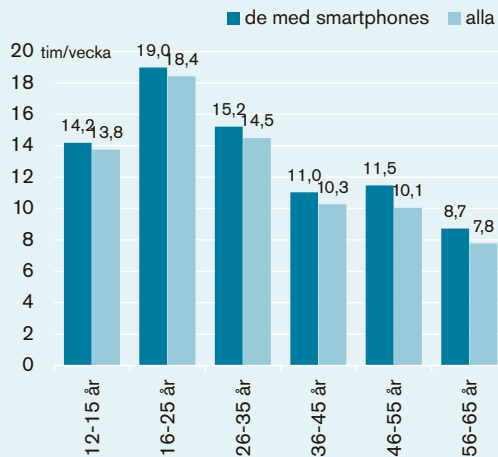
2010 var det 9 procent av befolkningen som publicerade sådan information åtminstone någon gång och 3 procent gjorde det regelbundet åtminstone någon gång i veckan. Siffrorna ligger på samma nivå 2011, även om det i år är 4 procent av befolkningen som "geotaggar" regelbundet. Det är något högre siffror än i USA där 4 procent av befolkningen delar geografisk position. (Kathryn Zickuhr K. & Smith A. (2011).

I relation till de som använder mobilt Internet är det 25 procent som någon gång publicerar information om var de befinner sig, och i åldern 16-25 år är det 37 procent.



Hur mycket tid (tim/vecka) används Internet på arbetet?

Diagram 6.9. Genomsnittlig tid (timme/vecka) som de med en smartphone, jämfört med övriga Internetanvändare, använder Internet på arbetet.



Hur mycket tid (tim/vecka) används Internet i hemmet?

Diagram 6.10. Genomsnittlig tid (timme/vecka) som de med en smartphone, jämfört med övriga Internetanvändare, använder Internet i hemmet.

Internet på väg

Ett mobilt Internet har gjort det möjligt att använda Internet trots att man är på resande fot. 51 procent av Internetanvändarna utnyttjar också denna möjlighet. 12 procent gör det dagligen och 8 procent någon eller några gånger i veckan. Här är det åter de unga som är aktivast. 70 procent i åldrarna 16-35 år använder Internet när de är på väg och 35 procent gör det dagligen eller åtminstone någon gång i veckan.

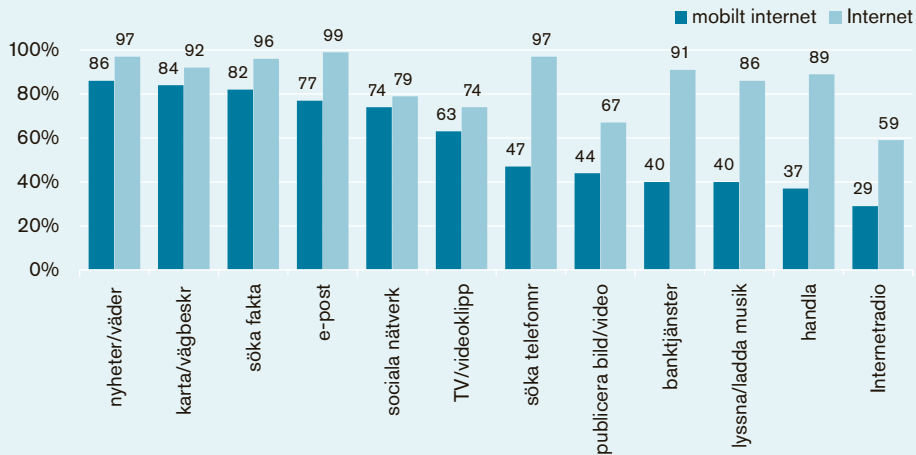
Mobilt Internet ett komplement till Internet i hemmet

Efter det första utvecklingsskedet under mitten på 90-talet då arbetsplatserna spelade en viktig roll för spridningen av Internet, har hemmet varit den fasta platsen för Internetanvändarna. Frågan är nu om den mobila användningen av Internet har börjat ersätta den traditionella användningen av Internet i hemmet? Det verkar inte så. 93 procent av de som dagligen använder mobilt Internet använder också dagligen Internet i hemmet. De som lägger ner mycket tid på mobilt Internet lägger också ned mycket tid på Internet i hemmet. Här finns ett starkt samband. Istället för konkurrens är det snarare frågan om ett komplement. Det mobila Internet öppnar nya möjligheter när man är på språng utanför hemmet.

Är de som använder mobilt Internet mindre på Internet i hemmet och på arbetet?

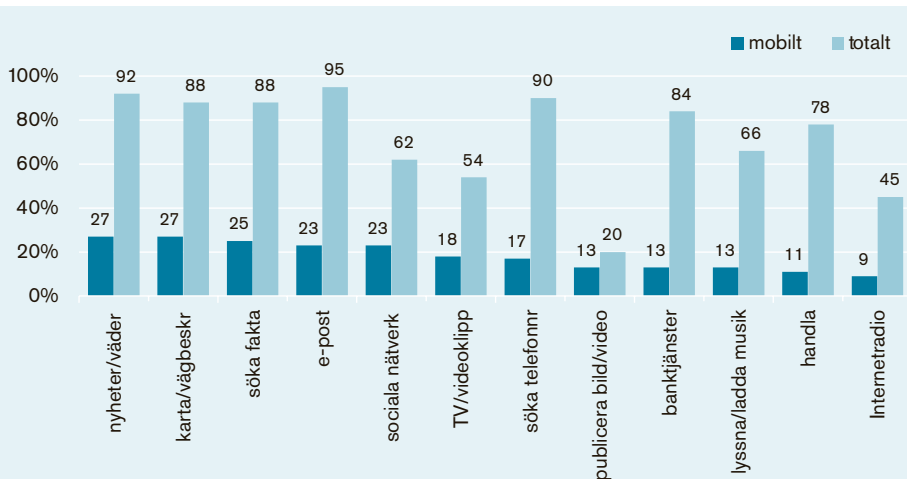
Vilka konsekvenser har det allt mer utbredda användandet av mobilen för att koppla upp sig på Internet? Innebär det att Internetanvändningen i hemmet och på arbetet påverkas? För att analysera detta närmare kan vi välja ut de som har tillgång till en smartphone och därmed har lättast att nå ut på nätet. Vi kan jämföra deras användning av Internet i hemmet och på arbetet med genomsnittet för Internetanvändarna, åldersgrupp för åldersgrupp för att hålla åldern konstant.

Vi kan då konstatera att de som har tillgång till en smartphone naturligt nog lägger ner mycket mer tid på mobilt Internet jämfört med genomsnittet i åldersgruppen (diagram 6.8.). De använder också Internet mer på arbetet än genomsnittet (6.9.) och i hemmet är skillnaderna små i hur de använder Internet jämfört med övriga (6.10). Det verkar således som användandet av det mobila Internet snarare utgör ett komplement än en konkurrent till användningen av Internet i hemmet.



Vilka aktiviteter passar bäst för Internetmobilen?

Diagram 6.11. Andelen av de med tillgång till en smartphone som ägnar sig åt olika aktiviteter mobilt och på Internet totalt.



Användningen av mobilt Internet i relation till Internetanvändandet totalt

Diagram 6.12. Andel av befolkningen (12+ år) som utför olika aktiviteter på Internet jämfört med samma aktiviteter via mobilt Internet.

Vissa aktiviteter passar bra för mobilt Internet

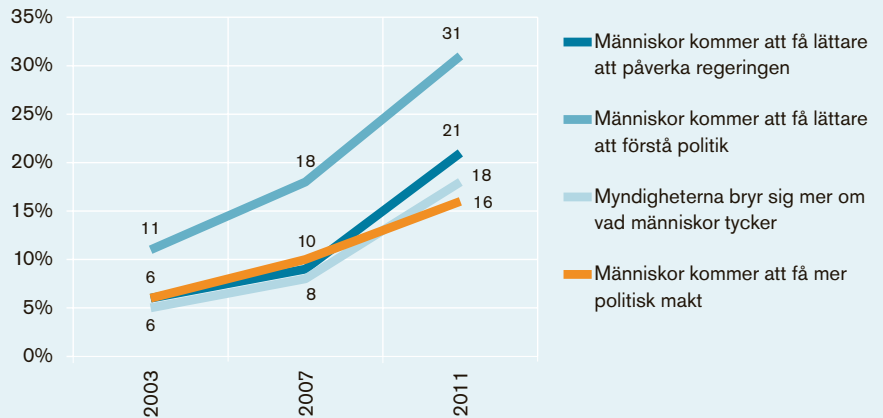
Det tycks vara vissa saker man särskilt ägnar sig åt när man går online mobilt, vilket också visat sig i de länder där mobilt Internet sedan många år varit en del av vardagslivet. (Mikami et.al., 2004)

Om vi utgår från de som har en smartphone eller surfmobil och studerar deras användning av mobilen och samtidigt studerar deras användning av Internet totalt kan vi se att för vissa aktiviteter är andelen som använder mobilen lika stor som användningen totalt. Utifrån våra data kan vi inte säga hur stor del av den totala användningen inom dessa aktiviteter som mobilen står för, men för "snabbkoll" av en mängd saker passar mobilen bra. Det gäller särskilt för att kolla nyheter/väder, söka kartor och vägbeskrivningar, söka/kolla fakta, kolla e-post och besöka sociala nätverk. (Diagram 6.11.)

Men ser vi det mobila Internetanvändandet i relation till Internetanvändningen totalt dominerar fortfarande den traditionella användningen av Internet i hemmet från en dator. (Diagram 6.12.). Men en omfördelning är på gång, när det gäller vilka apparater som är mest lämpliga för vissa Internetaktiviteter, åtminstone bland de mest aktiva Internetanvändarna. Frågan är om detta också kommer att sprida sig till andra användargrupper? ■



Foto: Ola Dusegård



Hur många instämmer?

Diagram 7.1. Andelen i befolkningen över 18 år som instämmer i olika påståenden om Internet och demokratin (4 eller 5 på en femgradig skala).
Källa: World Internet Institute från år 2000 och framåt

07

Internet och politik

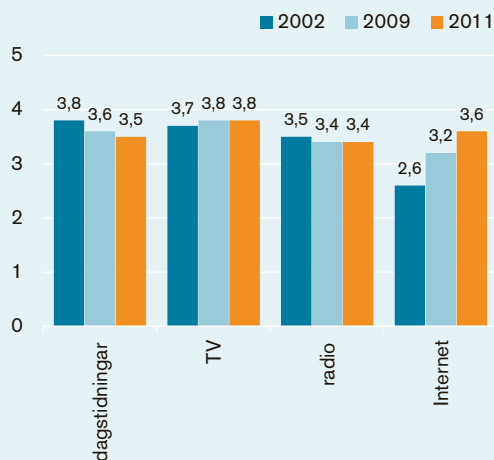
Inget genombrott men ökad roll för politik på Internet

Mindre skeptisk attityd till Internets betydelse för politiken

Svenskarnas attityd till Internets roll för politiken har varit avvaktande. Få har instämt i påståendet att Internet kommer att göra det lättare för människor att påverka regeringen, eller att människor kommer att få mer politisk makt med Internet. Det har således varit 90 procent eller fler av svenskarna som inte hyser någon större tilltro till Internets förmåga att förbättra demokratin. Undantaget gäller tillgången till information. I internationella jämförelser skiljer sig Sverige från de flesta andra länder genom denna skeptiska attityd (Findahl (2009) Internet 15 år).

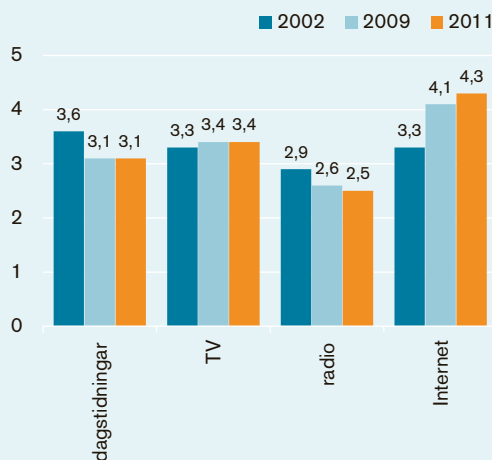
Några större attitydförändringar har inte skett under de senaste tio åren. Men i år visar sig attityderna ha blivit mer positiva. 21 procent instämmer i att med Internet kommer det att bli lättare att påverka regeringen och 16 procent i att människor kommer att få mer makt. 31 procent säger att det kommer att bli lättare att förstå politik med Internet.

Svenskarnas skepsis till talet om att Internet kommer att fördjupa demokratin har således försvagats något även om fortfarande en majoritet är skeptisk. Beror den mer positiva attityden på deras erfarenheter av riksdagsvalet hösten 2010? I vilken mån använde man då Internet för att söka upp information om politik? Innebar



Hur viktiga för befolkningen i sin helhet är olika medier som informationskällor?

Diagram 7.2. Genomsnittlig bedömning av olika mediers viktighet som informationskälla på en 5-gradig skala.



Hur viktiga för 16-25 åringar är olika medier som informationskällor?

Diagram 7.3. Genomsnittlig bedömning av olika mediers viktighet som informationskällor bland 16-25 åringar på en 5-gradig skala.

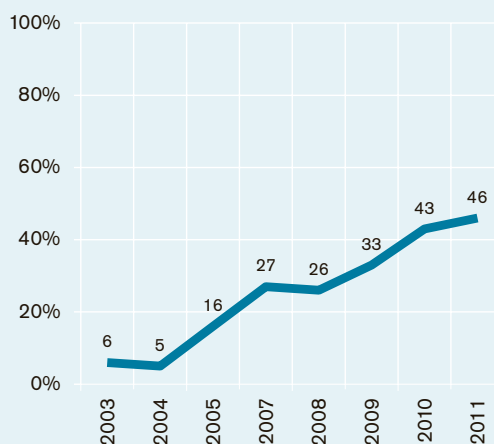
valet 2010 ett genombrott för Internets roll i politiken? Allmänt har Internet idag fått en starkare ställning som informationsmedium och betraktas av allt fler som en viktig informationskälla. Televisionen bedöms dock fortfarande som det viktigaste mediet.

För befolkningen som helhet har bedömningen av de traditionella mediernas viktighet inte förändrats särskilt mycket sedan Internet började bli mer allmänt spritt. Televisionens viktighet låg 2002 på värdet 3,7 på en femgradig skala och ligger idag på värdet 3,8. Radio fick 2002 genomsnittsvärdet 3,5 och nu 2011 är värdet 3,4. Dagstidningens viktighet har under samma tid minskat något från 3,8 till 3,5. Samtidigt har Internet hunnit etablera sig i befolkningen som en viktig informationskälla och ökat i viktighet från 2,6 till 3,6 och därmed nått samma viktighetsnivå som de traditionella medierna.

Samma tendenser återfinns bland de yngre (diagram 7.2.) som i övriga befolkningen med undantag för radion som minskat mer i betydelse bland de yngre och för Internet som hela tiden har legat på en högre viktighetsnivå hos de unga jämfört med övriga befolkningen. För de unga utgör Internet idag den viktigaste informationskällan.

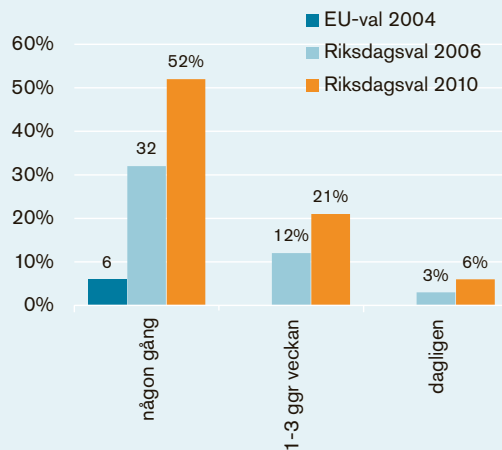
Internets successiva etablering som ett lika viktigt informationsmedium som traditionella medier återspeglar sig

också i att allt fler söker efter samhälls- och myndighetsinformation på Internet. Även intresset för att söka efter politisk information på nätet har ökat över åren. Och nästan halva befolkningen (46%) gör det någon gång. Men ser vi närmare på denna politiska aktivitet är den inte särskilt frekvent. Det är omkring 10 procent som går online efter politisk information åtminstone någon gång i veckan. I detta avseende har förändringarna varit små det senaste året.



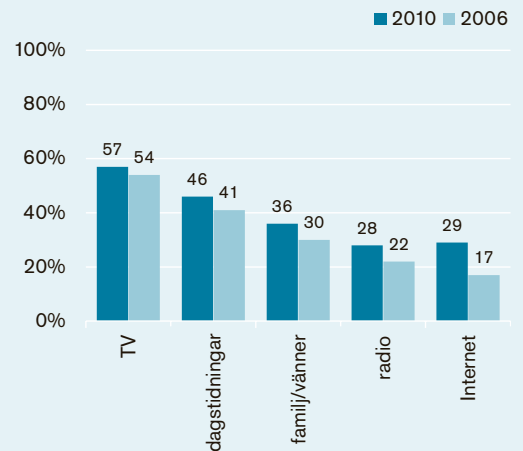
Hur många söker politisk information på Internet?

Diagram 7.4. Andelen av befolkningen som anger att de åtminstone någon gång sökt politisk information på Internet.



Hur många använde sig av Internet för att informera sig om valet? En jämförelse mellan 2004, 2006 och 2010.

Diagram 7.5. Andel av befolkningen (16+ år) som använt Internet för att informera sig om valet.



Vilka medier var viktigast i valen 2006 och 2010?

Diagram 7.6. Andel av befolkningen (16+ år) som bedömt ett medium som viktigt eller mycket viktigt som informationskälla inför valet 2006 och 2010.

Var valet 2010 ett genombrott för Internet?

Hösten 2010 var det riksdagsval i Sverige och i vår undersökning våren 2011 ställde vi frågor till de intervjuade om vad de hade gjort under och före valet, ett halvår tidigare. Hur viktigt hade Internet varit? Jämfört med tidigare val, EU-valet 2004 och riksdagsvalet 2006, tycks Internet ha spelat en viktigare roll denna gång.

Halva svenska folket hade åtminstone någon gång använt sig av Internet för att skaffa information om valet hösten 2010. Jämfört med det tidigare valet 2006 är förändringarna betydande. Kan man då tala om ett genombrott för Internet under valet 2010? Nej, inte om man ser till den mindre frekventa användningen av Internet inför riksdagsvalet hösten 2010.

Låt oss först gå tillbaka till 2004, till valet till EU-parlamentet. Vid den tiden hade en majoritet av svenska folket tillgång till Internet. Visserligen var intresset inte särskilt stort för EU-valet, men endast 6% av befolkningen hade skaffat sig information om detta genom att använda Internet (WII 2004). Internet spelade således, efter tio år, knappast någon roll som politisk informationskälla. Riksdagsvalet i september 2006 rönt, till skillnad från EU-valet, ett mycket större intresse. Valutgången var osäker. Valdebatten var intensiv och Internet

hade nu en större roll än 2004 men den var fortfarande marginell. Och fortfarande 2010 spelar Internet en marginell roll om vi ser till det dagliga användandet (diagram 7.5).

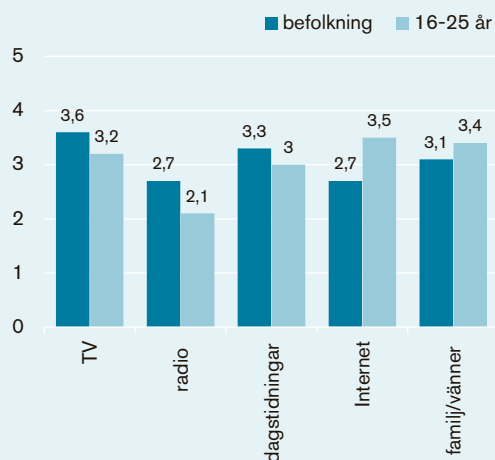
Vilken roll spelade nu Internet? Televisionen var 2006 fortfarande den viktigaste informationskällan för de flesta (52%). Sedan kom tidningarna (41%), vänner och familj (30%) och radion (22%). Därefter Internet (17%) och text-TV (13%).

Under valet 2010 hade inte mycket förändrats, om vi ser till befolkningen som helhet. Televisionen betraktades av de flesta som viktigaste mediet inför valet och sedan kom dagstidningarna. Därefter familj och vänner och sist radion och Internet. Förändringen var att Internet nu placerades på samma viktighetsnivå som radion (diagram 7.6)

Men samtidigt har det skett stora förändringar i de ungas syn på Internet. Och för de i åldern 16-25 år är Internet viktigaste informationskällan inför valet 2010. Sedan kommer familj och vänner, innan TV, dagstidningar och långt efteråt radion (diagram 7.7).

Hur många är politiskt aktiva på Internet?

Analyserar vi närmare de som använt Internet för att informera sig om valet 2010 finner vi att många av dessa personer har



Hur viktiga var olika medier inför valet 2010 för de som är 16-25 år?

Diagram 7.7. Genomsnittlig bedömning av olika mediers viktighet som informationskälla inför valet 2006 och 2010 på en femgradig skala av befolkningen och åldersgruppen 16-25 år i befolkningen.

diskuterat, kommenterat och uttryckt egna åsikter om politik på nätet. Vanligast är att ha diskuterat politik eller tagit del av andras åsikter om politik på Facebook. 8 procent av befolkningen har också, under riksdagsvalet hösten 2010, sökt upp någon politiker på Internet (diagram 7.8).

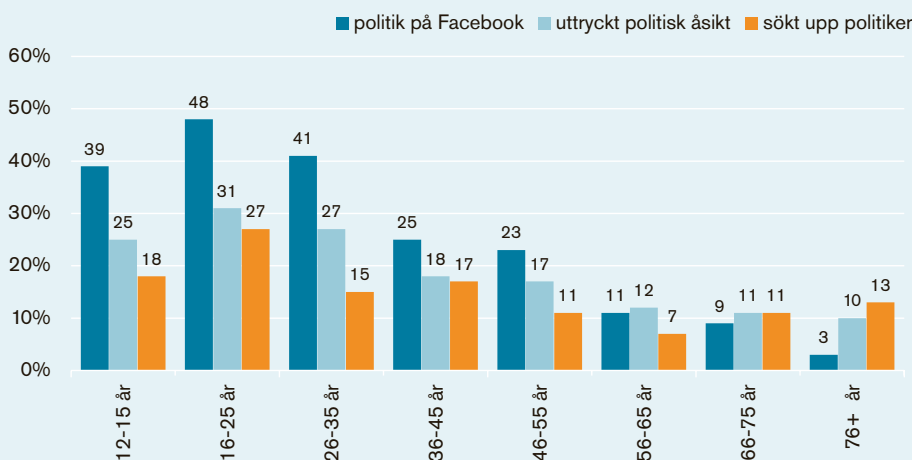
Ser vi närmare på de som sökt upp politiker på Internet är det särskilt de unga, 16-35 år gamla, som utnyttjar dessa möjligheter och

Hur många använde Internet för egna politiska aktiviteter under valet 2010?

Diagram 7.8. Andel av befolkningen som på olika sätt uttryckt eller kommenterat politik på Internet.

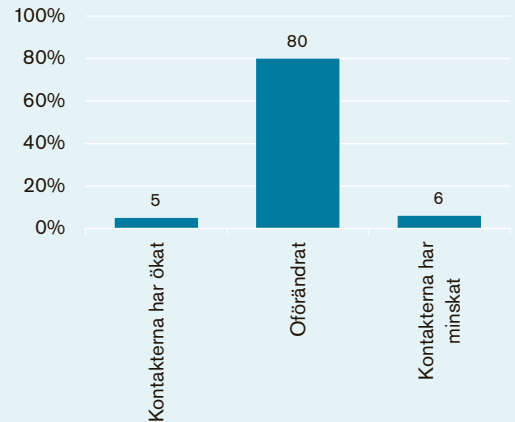
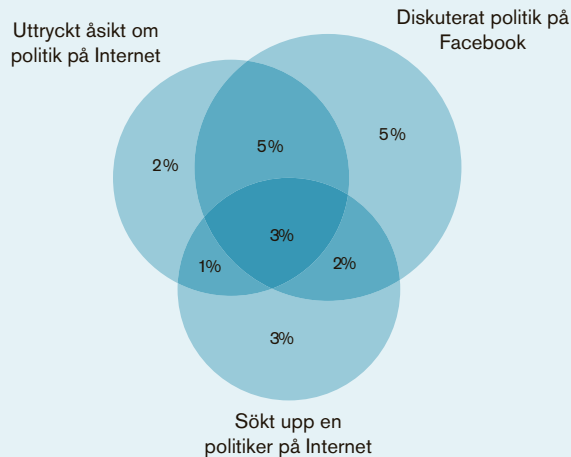
här spelar Facebook en dominerande roll som mötesplats (diagram 7.9).

Rör det sig om samma personer, eller är det olika personer som diskuterar politik på Facebook och som söker upp politiker på Internet? Hur stor är överlappningen? I cirkeldiagrammen 7.10 kan vi se att det är 3 procent av befolkningen som gjort alla tre sakerna. Överlappningen är ganska stor, Det rör sig om delvis samma personer. 11 procent



Har du diskuterat politik eller tagit del av andras åsikter om politik på Facebook?

Diagram 7.9. Andel av de som använder Internet för politik som utför olika politiska aktiviteter online.



Är det samma personer som ligger bakom alla politiska aktiviteter?

Diagram 7.10. Andel av befolkningen som på olika sätt uttrycker eller kommenterar politik på Internet.

av befolkningen har gjort minst två saker. Samtidigt kan vi summera till att 21 procent av befolkningen varit aktiv och uttryckt eller kommenterat politik på Internet. 5 procent har bara varit på Facebook, 3 procent har bara sökt upp en politiker och 2 procent har uttryckt åsikter om politik på annat sätt.

Räknar vi samman de personer som utfört minst två av de tre politiska aktiviteterna får vi fram summan 11 procent av befolkningen. Det är de som utgör de politiskt intresserade som inför valet 2010 utnyttjade Internets möjligheter som politiskt instrument. Men till dem kommer ytterligare 10 procent som diskuterat eller uttryckt politiska åsikter på Internet. Håller den vanligen ganska lilla aktiva politiska gruppen på runt 10 procent (Civic Web 2009) att utökas?

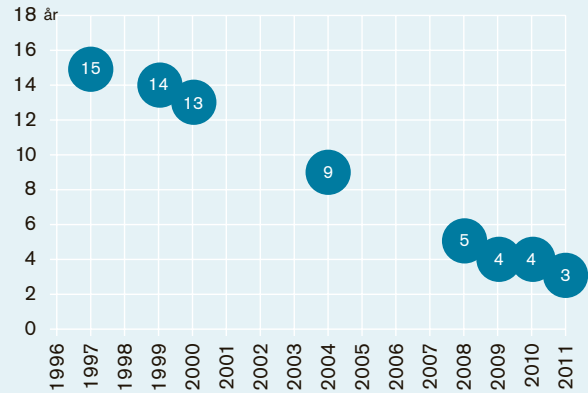
Har Internet ökat eller minskat kontakterna mellan politiskt intresserade?

Diagram 7.11. Andel av befolkningen som besvarat frågan om Internet ökat eller minskat kontakterna med människor som delar dina politiska intressen?

Inga ökade politiska kontakter

Internet har i många avseenden bidragit till ökade kontakter. Det gäller med andra människor som delar samma hobby och intressen. Det gäller yrke och vänner, men inte politik (Findahl, 2008). Omkring 90% av befolkningen har sedan år 2000, i undersökning efter undersökning, svarat att kontakterna varit oförändrade. Samma andel har återkommit år för år. I marginalen har den genomgående tendensen varit att det är fler som uppger att kontakterna med politiskt likasinnade har minskat än som uppger att de ökat. Det gäller alla åldrar. Men inte 2011. Ungefär lika många säger att kontakterna minskat som ökat, medan majoriteten (80%) säger att Internet inte förändrat något. ■





När började hälften av en åldersgrupp använda Internet?

Diagram 8.1. Ålder då 50 procent av en åldersgrupp börjat använda Internet.

kring 3 år. Internet fortsätter att sprida sig till allt yngre barn.

Förändringar de senaste åren

Bland barn i skolåldern har spridningen av Internet stannat av eftersom nästan alla i någon mån redan använder Internet. Däremot fortsätter spridningen bland förskolebarnen. Här har ökningen varit 27-28 procentenheter på två år för 3- och 4-åringarna (diagram 8.2).

Ökningen i det dagliga användandet kan vid första anblicken se ganska beskedlig ut (diagram 8.3). Men för två år sedan existerade knappast någon daglig internetaktivitet bland förskolebarnen. Idag uppvisar 19 procent av fyraåringarna en daglig användning (2% 2009), 19 procent av femåringarna (3% 2009) och 25 procent av sexåringarna (5% 2009).

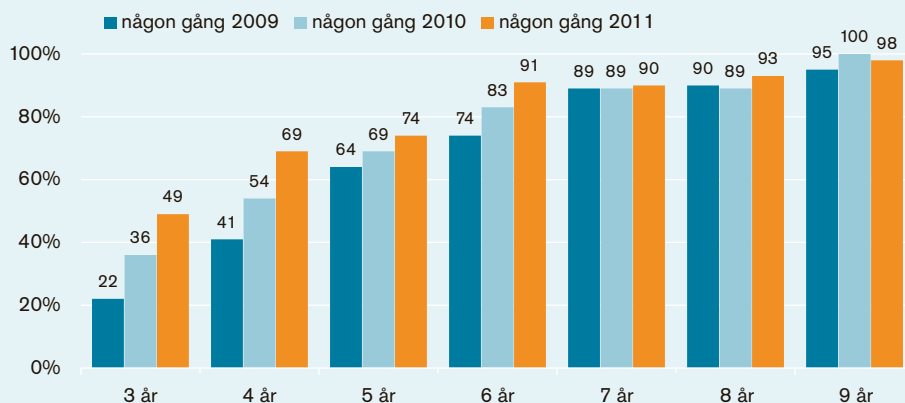
Spel

Bland de första sakerna som de små barnen stöter på när de börjar bekanta sig med en dator är spel. Enkla spel med välbekanta föremål, som djur, tecknade figurer och människor, finns lätt tillgängliga och även de små barnen klarar lätt av dem utan att kunna läsa eller skriva. I skolåldern blir spelen mer

Barn och ungdomar

Internet har sedan slutet på 90-talet spridit sig allt längre ner i åldrarna. Ett mått på denna spridning är när hälften av en åldersgrupp börjat använda Internet. För elva år sedan (år 2000) låg denna gräns kring 13 år. Bland de som var yngre var alltså andelen användare mindre än 50 procent. Sedan dess har nybörjaråldern, här mätt som 50 procent användare i en åldersgrupp, sjunkit med ett år för varje år som gått.

År 2004 låg nybörjargränsen kring 9 år och år 2008 vid 5 år. 2009 flyttade gränsen ytterligare ett år nedåt till nära fyra år, och ytterligare något nedåt 2010 till något under fyra år. 2011 ligger nu gränsen till att hälften av en åldersgrupp börjat använda Internet



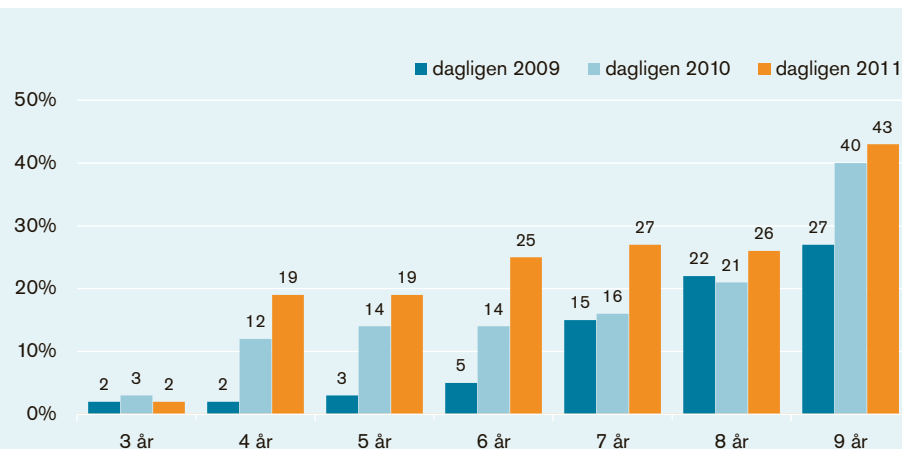
Hur många använder någon gång Internet? En jämförelse 2009-2011.

Diagram 8.2. Andel av barnen i olika åldersgrupper som någon gång använder Internet.

sofistikerade och att spela blir också något man gör tillsammans med vänner och ibland tillsammans med okända som man träffar på nätet. Förutom de digitala spel som särskilt utvecklats för datorer och Internet har också en del av de traditionella spel som fanns långt före Internet återuppstått i en digital form. Där finns kortspel och patienser, sudoku och schack, mahjong och bridge, alfapet och många andra traditionella spel. Dessa traditionella spel utgör fortfarande de mest populära i alla åldersgrupper utom bland de yngsta (12-15 år).

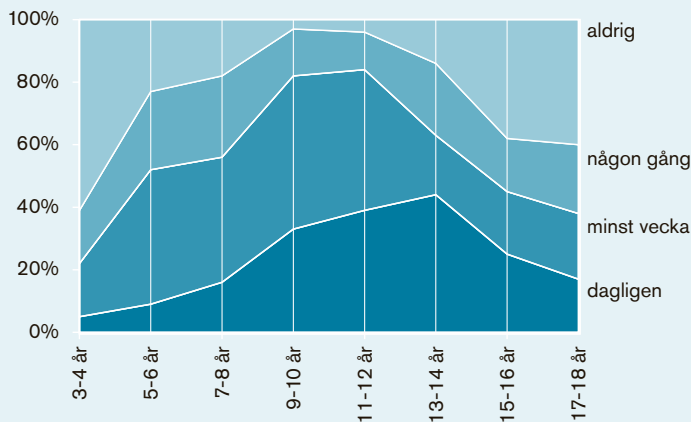
Även om digitala spel är välbekanta för de minsta och är som mest spridda i de tidiga skolåren (7-11 år) är det dagliga användandet begränsat. Det är först i de tidiga tonåren som spelandet blir som mest frekvent. Nästan hälften (40%) av de unga 12-15 år spelar dagligen och det fortsätter i något minskande takt fram till 25 år.

Bakom detta minskande spelande i tonåren återfinns de unga kvinnorna. Fram till dess har skillnaderna mellan pojkar och flickor varit små, men redan vid 10-11 år börjar allt fler flickor intressera sig för bloggar och sociala nätverk. Deras spelande minskar drastiskt, medan pojkarna fortsätter ett frekvent spelande fram i tjugoårsåldern.



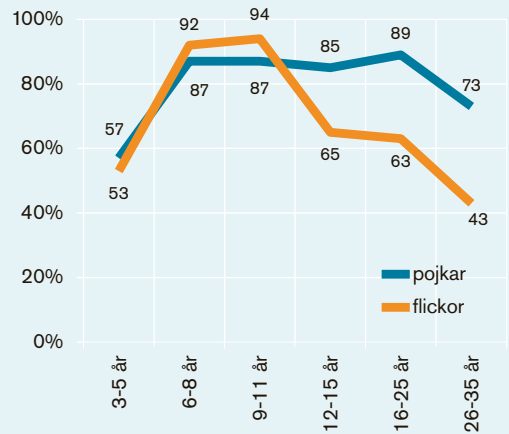
Hur många använder dagligen Internet?

Diagram 8.3. Andel av barnen i olika åldersgrupper som dagligen använder Internet.



I vilken ålder och hur ofta ägnar sig barnen åt internetspel?

Diagram 8.4. Andelen av barnen i olika åldersgrupper som med olika frekvens spelar på Internet.



Hur många pojkar resp. flickor internet spelar?

Diagram 8.5. Andel av pojkar och flickor i olika åldrar som någon gång internet spelar.

I 16-25 års åldern spelar 90 procent av pojkarna jämfört med 60 procent av de unga kvinnorna (diagram 8.5).

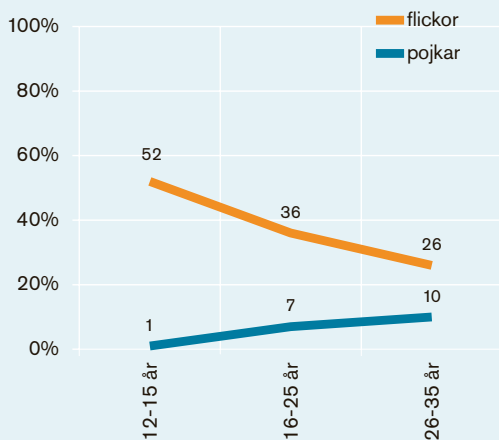
Ser vi till det dagliga spelandet är skillnaderna redan stora mellan pojkar och flickor när de är 9 till 11 år (diagram 8.6). Och de är som störst i åldern 12 till 15 år, när 52 procent av pojkarna spelar dagligen mot 15 procent av flickorna.

Vad flickorna gör istället är att intressera sig för de sociala nätverken och bloggarna. Här är det flickorna som dominerar. I åldern

12-15 år skriver en tredjedel av flickorna på en egen blogg jämfört med 4 procent av pojkarna (diagram 8.7). Och nio av tio flickor i samma ålder läser andras bloggar. Hälften av flickorna (52%) gör det varje dag jämfört med 1 procent av pojkarna.

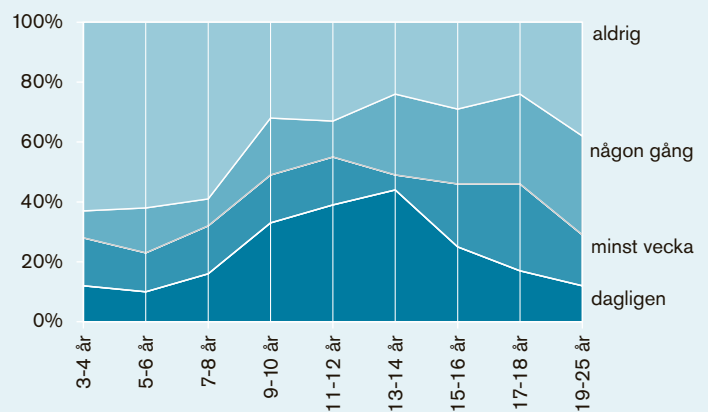
Video

En annan aktivitet som följer barnen från att de börjar bekanta sig med Internet i förskoleåldern är video och rörliga bilder. För att uppskatta rörliga bilder behöver man inte



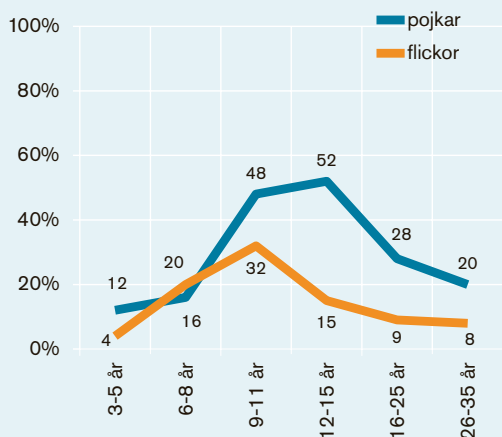
Hur vanligt är det bland flickor resp. pojkar att dagligen läsa bloggar?

Diagram 8.8. Andel av pojkar och flickor i olika åldrar som dagligen läser bloggar



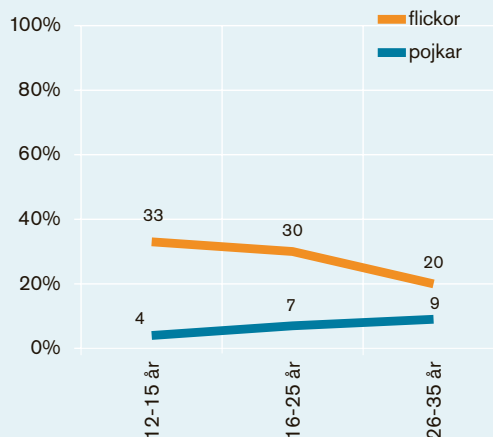
I vilken ålder och hur ofta ägnar sig barnen åt att se på video via Internet?

Diagram 8.9. Andelen av barnen i olika åldersgrupper som med olika frekvens tittar på video på Internet.



Hur många pojkar resp. flickor internet spelar dagligen?

Diagram 8.6. Andel av pojkar och flickor i olika åldrar som dagligen internet spelar.



Hur vanligt är det bland flickor resp. pojkar att skriva en egen blogg?

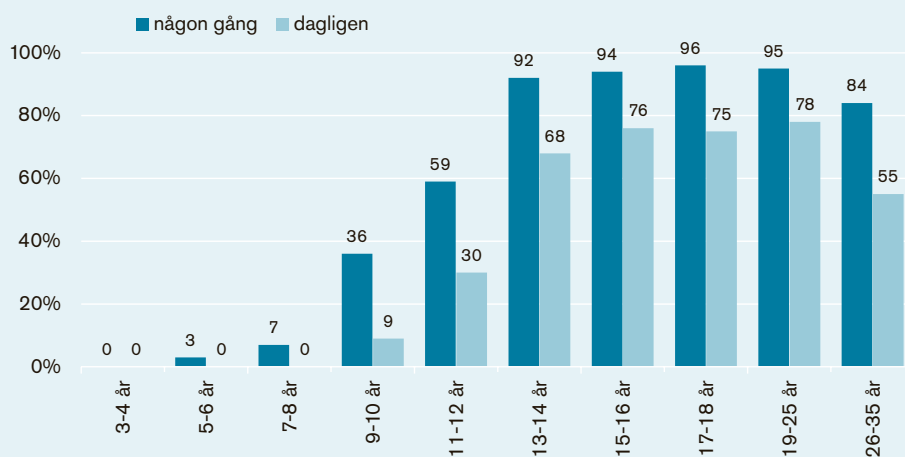
Diagram 8.7. Andel av pojkar och flickor i olika åldrar som någon gång skriver en blogg

kunna läsa eller skriva. Nästan hälften av 3-4 åringarna ser således på video på Internet och 10 procent gör det varje dag. Det är en aktivitet som kulminerar under tonåren då tre av fyra (76%) någon gång ibland ser på internetvideo. Nästan hälften (44%) gör det varje dag.

Allt tidigare besök på de sociala nätverken

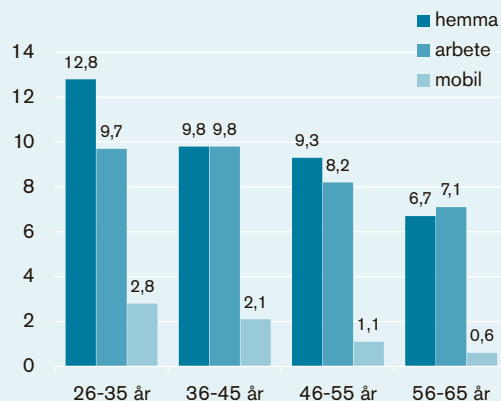
Ett helt nytt fenomen som uppstått under de senaste fem åren är uppbyggnaden på Internet av de sociala nätverken. Föregångare

som Lunarstorm och Bilddagboken har nu till stor del ersatts av Facebook. Den tidigare 18-årsgränsen har ersatts av en 13-årsgräns. Men idag har redan en tredjedel (36%) av de i åldern 9-10 år besökt ett socialt nätverk. Det är vanligast bland flickorna. I åldern 11 till 12 år har över hälften gjort det och en tredjedel (30%) är där dagligen. I de tidiga tonåren ingår besöken på de sociala nätverken som en del i den dagliga rutinen för en betydande majoritet (75%). Det fortsätter fram till 30-årsåldern. ■



Hur många besöker sociala nätverk i olika åldrar?

Diagram 8.10. Andel av olika åldersgrupper som någon gång eller dagligen besöker sociala nätverk.



Hur lång tid ägnar man sig åt Internet hemma, på arbetet och i mobilen?

Diagram 9.1. Genomsnittlig tid hemma, på arbetet och via mobil bland de som arbetar

09 Den arbetande befolkningen och de äldre

Drygt hälften av befolkningen arbetar och de flesta gör det på heltid. Eftersom en majoritet av de som arbetar (85%) också har tillgång till Internet på arbetet innebär det att en hel del Internettid också uppstår där. För de yngre som är mer aktiva användare av Internet i privatlivet blir tiden med Internet i hemmet längre än den på arbetet. För de som är äldre än 35 år blir Internettiden på arbetet och hemma ungefär lika långa.

Arbetare och tjänstemän

Idag finns inga skillnader mellan arbetare och tjänstemän i deras användning av Internet i hemmet. I hemmet använder så gott som alla Internet och 80 respektive 79 procent av tjänstemän och arbetare gör det dagligen.

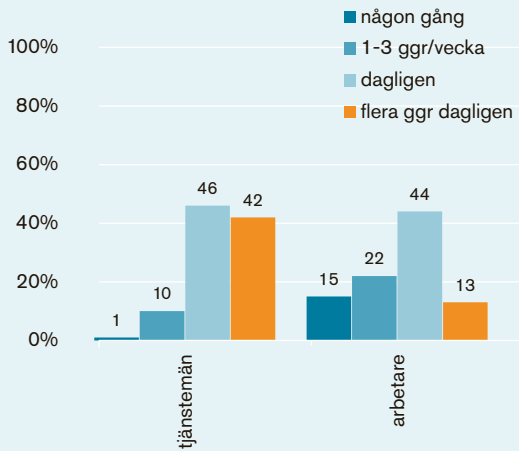
Idag har många arbetare också tillgång till Internet på sitt arbete. Även om 99 procent av tjänstemännen har tillgång till Internet så har också 74 procent av arbetarna det. Och om vi ser bara till de arbetare som har tillgång till Internet på arbetet så använder drygt hälften Internet dagligen (57%) jämfört med 88 procent av tjänstemännen (diagram 9.2.).

Ökad produktivitet

På frågan om användningen av Internet på arbetet har lett till en ökad produktivitet svarar omkring hälften Ja (50%). Denna känsla av ökad effektivitet i arbetslivet gäller i alla åldrar. Den andra hälften (45%) håller inte med utan tycker att förhållandena är oförändrade. Mycket få tycker dock att Internet haft direkt negativa effekter.

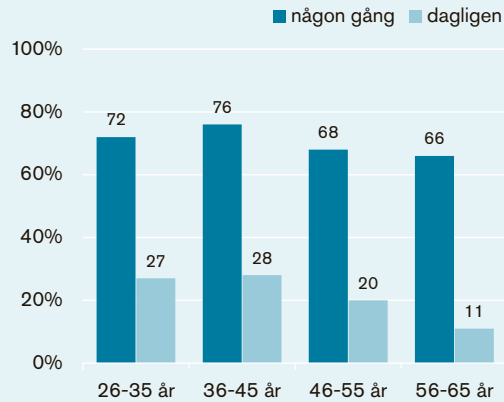
Ökade yrkeskontakter

Internet har inom många områden lett till ökade kontakter. Ett sådant område är yrkeslivet. Nästan hälften (41%) av de som arbetar anser att deras yrkeskontakter



Hur ofta använder man Internet på arbetet?

Diagram 9.2. Andel av de som har tillgång till Internet som med olika frekvens använder Internet i arbetet.



Hur många använder Internet på arbetet för privata ändamål?

Diagram 9.3. Andel av de som arbetar som åtminstone någon gång eller dagligen använder Internet för privata ändamål.

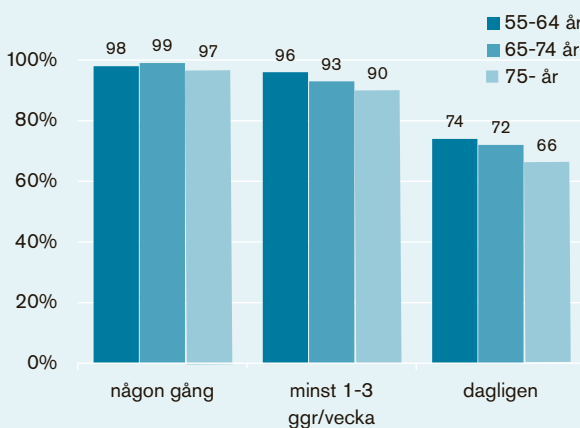
ökat mycket eller ganska mycket. Bland tjänstemännen är siffran 56 procent.

De äldre

De äldre användarna av Internet skiljer sig i många avseenden inte så mycket från övriga användare. De är inte lika aktiva och tillbringar inte lika lång tid på Internet som de yngre, men samma tendenser som finns bland övriga användare återfinns också bland de äldre. Det gäller till exempel tendensen mot en allt frekventare användning. Internet blir en del av vardagen

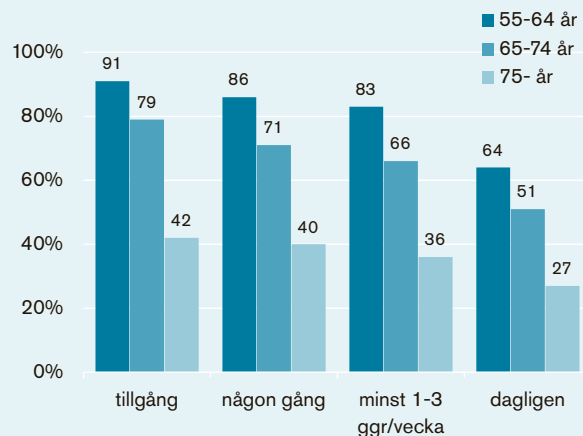
och Internetanvändningen blir för allt fler daglig. Tre av fyra användare i åldern 55 till 74 år är idag dagliga användare. Och nästan alla använder Internet åtminstone någon gång eller några gånger i veckan.

Men alla äldre använder inte Internet utan många är icke-användare och hamnar därmed utanför det digitala informationssamhället. Det medför att bland de äldsta har fyra av tio tillgång till Internet och en av fyra är dagliga användare. En majoritet är således utan tillgång och tre av fyra är inte dagliga användare.



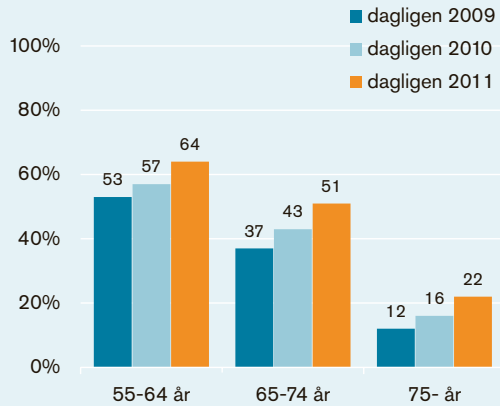
Hur ofta använder de äldre användarna Internet?

Diagram 9.4. Andel av de äldre Internetanvändarna som använder Internet dagligen eller någon gång i veckan.



Hur ofta använder de äldre Internet?

Diagram 9.5. Andel av den äldre befolkningen som har tillgång till och använder Internet.



Hur stora förändringar har skett bland de äldre de senaste tre åren?

Diagram 9.6. Andelen dagliga användare bland de äldre i olika åldersgrupper

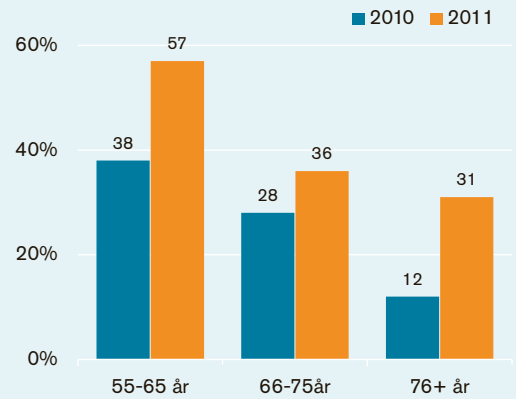
Situationen för de yngre pensionärerna är betydligt bättre och här har mycket hänt de sista åren. Åtta av tio (79%) har tillgång till Internet och hälften är dagliga användare (diagram 9.5).

Ser vi tillbaka över de tre senaste åren har det skett betydande förändringar bland de äldre. Det dagliga användandet har ökat tio procentenheter för de som är 55-64 år och över 75 år. Bland de yngre pensionärerna har det dagliga användandet ökat med 14 procent (diagram 9.6).

Sociala nätverk bland äldre

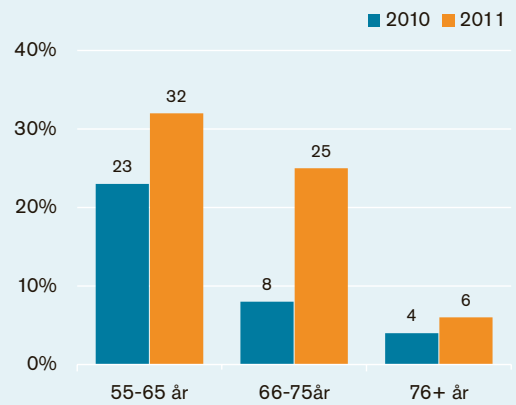
Intresset för de sociala nätverken har också spritt sig till de äldre. Här har det skett stora förändringar under det senaste året. Bland de äldre Internetanvändarna är idag hälften i åldern 55-65 år med i ett socialt nätverk och var tredje (36%) av de yngre pensionärer som använder Internet (diagram 9.7).

Ser vi inte bara till de som använder Internet utan till den äldre befolkningen som helhet sjunker siffrorna ihop. Det gäller särskilt bland de äldsta. Inte mycket har hänt hos de som är äldre än 75 år (diagram 9.8). Däremot är var fjärde (25%) av de yngre pensionärerna (66-75 år) ute på de sociala nätverken, vilket är en stor förändring mot de 8 procent som förelåg förra året. ■



Hur många av de äldre Internetanvändarna besöker sociala nätverk?

Diagram 9.7. Andel av de äldre Internetanvändarna som besöker sociala nätverk



Hur många av de äldre besöker sociala nätverk?

Diagram 9.8. Andel av äldre i befolkningen som besöker sociala nätverk på Internet.



IO

Användningsmönster

Internet öppnar upp för en lång rad aktiviteter som användaren kan ägna sig åt. I *Svenskarna och Internet 2011* frågar vi Internetanvändarna om mer än 60 aktiviteter. Kanske ägnar man sig inte alls åt aktiviteten eller så händer det någon gång ibland. Det sker kanske några gånger i månaden eller i veckan. Om det är en aktivitet som ingår i ens dagliga liv gör man det dagligen eller ibland flera gånger dagligen. Svaret för varje användare för varje aktivitet kan därmed placeras in på en skala från 0 (aldrig) till 5 (flera gånger dagligen). Sett över en lång rad olika aktiviteter ger det möjligheter att analysera olika mönster i användningen och gruppera ihop människor som använder Internet på ett liknande sätt.

I syfte att göra användningsmönstren tydligare kan man slå ihop 4-5 frågor inom liknande områden och får då en skala från 0 till 20 eller 25 för varje användningsområde. I vårt fall har vi valt åtta sådana grupper av aktiviteter som återspeglar i vilken mån man använder Internet på ett visst sätt:

1. Aktiv på sociala media,
2. Aktiv med eget deltagande;
3. Aktiv att söka underhållning;
4. Aktiv att kommunicera;
5. Aktiv att söka praktisk hjälp;
6. Aktiv att söka information och kunskap;
7. Aktiv att använda Internet som plattform för traditionella media;
8. Aktiv att e-handla.

Ju oftare en aktivitet utförs desto högre blir värdet som sedan summeras för alla de ingående frågorna. För vart och ett av dessa aktivitetsområden kan man sålunda få upp till 25 poäng om man är mycket aktiv. Det innebär till exempel för sociala media att man flera gånger dagligen besöker ett socialt nätverk, en community (bygger på intressegemenskap), läser bloggar, skriver på sin egen blogg och skriver inlägg på Twitter. I exemplet underhållning måste

man för att få full poäng flera gånger dagligen söka efter humor på nätet, lyssna/ladda ner musik, titta/ladda ner video, spela och fildela. (Se beskrivningen av de åtta aktivitetsområdena.) Genom att göra en klusteranalys av Internetanvändarnas svar på de olika frågorna kan man gruppera användarna i olika kluster efter hur de

liknar varandra i sin användning och skiljer sig från övriga. Från början står varje individ för sig, och för varje steg i processen förs flera och fler individer som liknar varandra samman till större och större kluster. I slutstadiet föreligger flera alternativa lösningar beroende på hur stort antal kluster som verkar meningsfullt. ▶

Aktivitetsområden

Alla Internetanvändare ges ett värde för varje aktivitet beroende på hur ofta de utför aktiviteten, enligt en skala från 0 (aldrig), 1 (någon gång), 2 (någon/några gånger i månaden), 3 (någon/några gånger i veckan), 4 (dagligen) och 5 (flera gånger dagligen). Värdena summeras sedan för de frågor som ingår i varje aktivitetsområde.

Användning av sociala media

Hur ofta man besöker en community (bygger på intressegemenskap), ett socialt nätverk. Hur ofta man läser bloggar, skriver på sin egen blogg, använder Twitter. Medelvärde 5,6, standardavvikelse 3,8

Egna bidrag och eget deltagande

Hur ofta man statusuppdaterar, kommenterar vad andra publicerat, postar inlägg och kommentarer på öppna diskussionsfora, lägger upp videoklipp eller musik på Internet, lägger upp digitala fotografier. Medelvärde 4,7, standardavvikelse 3,0

Internet för underhållning

Hur ofta man söker efter skämt, serier eller andra sidor med humoristiskt innehåll, lyssnar/laddar ner musik, tittar/laddar ner video, spelar (nöjesspel, ej gambling), fildelar. Medelvärde 5,7, standardavvikelse 5

Kommunikation

Hur ofta man skickar SMS, MMS, instant messaging (msn), deltar i chattrum, skickar e-post. Medelvärde 10,6, standardavvikelse 4,9

Söka praktisk hjälp

Hur ofta man söker efter kartor och vägbeskrivningar; information om tidtabeller, bio, telefonnummer, adresser; prisjämförelser; slår upp ord; information om resor. Medelvärde 8,7, standardavvikelse 3,8

Söka information och kunskap

Hur ofta man söker produktinformation; hälso- och medicinsk information; information om samhällsfrågor; kultur, litteratur, vetenskap. Medelvärde 7,5, standardavvikelse 4,1

Plattform för traditionella media

Hur ofta man använder Internet för att läsa tidningar, se på TV, lyssna på radio, läsa e-bok, ringa i telefon. Medelvärde 5,6, standardavvikelse 3,8

E-handel

Hur ofta man köpt och betalt varor/tjänster via Internet, betalat räkningar, köpt/bokat resor, besökt Blocket. Medelvärde 6,1, standardavvikelse 6,0

Åtta användningsmönster

Vid en tidigare analys av svenska Internetanvändares användningsmönster år 2007 visade det sig att det fanns två extremgrupper, oberoende av hur många kluster som blev slutresultatet av analysen (Findahl, 2007). Så är det även idag fyra år senare. Där finns de avancerade entusiasterna som använder Internets alla möjligheter inom alla områden mer än alla andra. Och där finns de försiktiga som är mycket restriktiva i sitt användande och endast sparsamt utnyttjar några få av Internets möjligheter. Mellan dessa ytterligheter finns en rad grupper vars användningsmönster på olika sätt skiljer sig åt.

År 2007 kunde dessa mellangrupper i princip delas in efter två grundmönster, det traditionella och det moderna. Det traditionella användningsmönstret var uppbyggt kring Internets informativa egenskaper och det moderna kretsade mer mot Internets kommunikativa och interaktiva egenskaper. Gäller detta fortfarande?

En hel del har hänt sedan 2007. Idag har 88 procent av befolkningen tillgång till Internet mot 78 procent 2007. 85 procent har bredband mot 65 procent 2007. Men den stora förändringen är i det dagliga användandet av Internet. År 2007 var 47 procent dagliga användare mot 69 procent idag. Och kanske viktigast är tillkomsten av de sociala nätverken som mer än halva befolkningen besöker. Har dessa förändringar påverkat användningsmönstren?

Låt oss först beskriva de två ytterlighetsgrupperna (diagram 10.1). Å ena

sidan har vi de avancerade entusiasterna och å andra sidan längst ner i diagrammen de försiktiga. I mitten av diagrammet anger den streckade linjen medelaktiviteten bland Internetanvändarna inom de olika aktivitetsområdena

De avancerade entusiasterna uppvisar en mycket hög aktivitet inom alla områden, såväl de informativa som de sociala och kommunikativa. (11% av användarna)

De försiktiga uppvisar genomgående en mycket låg aktivitet. De besöker inte alla sociala nätverk eller använder Internet för underhållning. De skickar e-post ibland och söker någon gång efter praktisk hjälp och läser ibland tidningen på nätet (16% av användarna).

Traditionalisterna utgör den största gruppen av användarna (diagram 10.2). De utnyttjar Internets möjligheter att få information, kunskap och praktisk hjälp ungefär som genomsnittet. De kommunicerar en del via e-post men utnyttjar inte alla möjligheterna till underhållning och sociala media. (24% av användarna)

Aktiva traditionalister är mycket frekventa i att använda sig av Internets informativa möjligheter och de deltar också, till skillnad från traditionalisterna, ungefär som genomsnittet på de sociala medierna och söker också efter underhållning på nätet (diagram 10.3). (18% av användarna)

Underhållningssökande modernister är en av fyra grupper av modernister som ägnar sig mer än genomsnittet åt Internets sociala och underhållande sidor (diagram 10.4). Det som utmärker denna grupp är det mycket frekventa sökandet och användandet av underhållning via Internet dvs. humor, musik, video, spel och fildelning. Men de utnyttjar också Internets informativa sidor något mer än genomsnittet och använder Internet som plattform för traditionella medier.

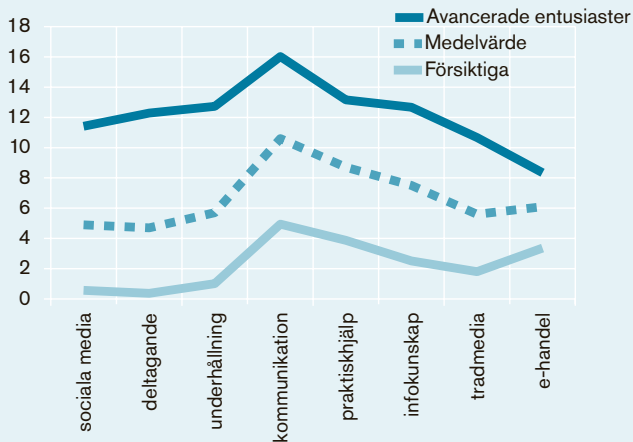
Sociala modernister är mycket aktiva på sociala nätverk och sociala medier och deltar också aktivt med kommentarer och inlägg (diagram 10.5). De är inte intresserade av underhållningen på nätet och mindre intresserade än genomsnittet av information och kunskap och Internet som plattform för traditionella medier.

Kommunikativa modernister utmärks av deras mycket frekventa kommunicerande via alla kanaler (diagram 10.6). De är också aktiva på sociala media och deltar också aktivt där. De använder, som genomsnittet, Internet också för praktisk hjälp och information och kunskap.

Försiktiga modernister använder Internet sparsamt men uppvisar en förhållandevis större aktivitet, som genomsnittet, när det gäller underhållning och sociala medier (diagram 10.7). Intresset för information/kunskap, praktisk hjälp och e-handel via Internet är lågt och här ligger de försiktiga modernisterna långt under genomsnittet.

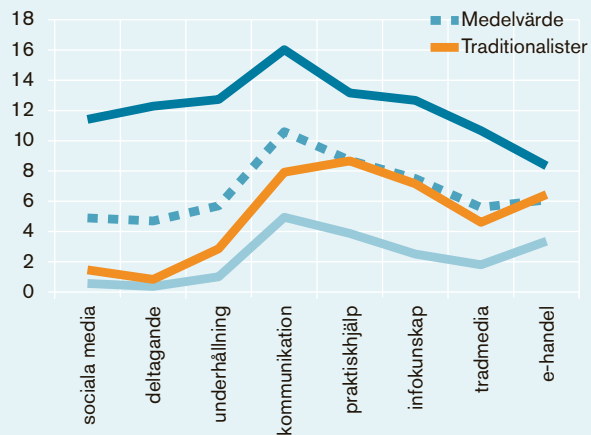
	Kön kvot män (1), kv (2)	Ålder Medelvärde	Utbildning Från 1 (låg) till 5 (hög)	Internettid hemma Tim/vecka	Tid mobilt Internet Tim/vecka	Viktighet Internet som informationskälla (skala 1-5)
Avancerade entusiaster	1,3	30 år	3,7	21	4,9	4,6
Underhållningsinriktade modernister	1,3	27 år	3,2	18	2,6	4,3
Sociala modernister	1,7	33 år	3,5	12	2,3	4,1
Kommunikativa modernister	1,7	28 år	3,2	16	3,1	4,3
Försiktiga modernister	1,6	39 år	3,2	11	0,9	3,7
Aktiva traditionalister	1,5	44 år	4,0	12	2,2	4,2
Försiktiga traditionalister	1,4	55 år	3,5	8	0,5	3,7
Försiktiga	1,5	61 år	3,1	4	0,07	2,8

Tabell 10.1. Karakteristik av de åtta användargrupperna. Sammansättning (kön, ålder och utbildning) och Internetaktiviteter



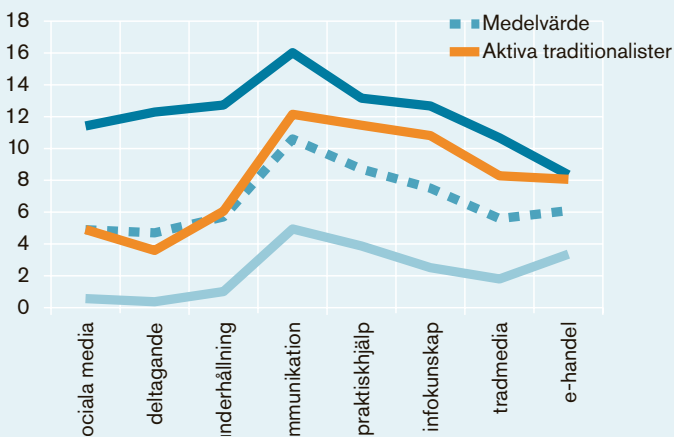
Två ytterlighetsgrupper: De avancerade entusiasterna och de försiktiga

Diagram 10.1.



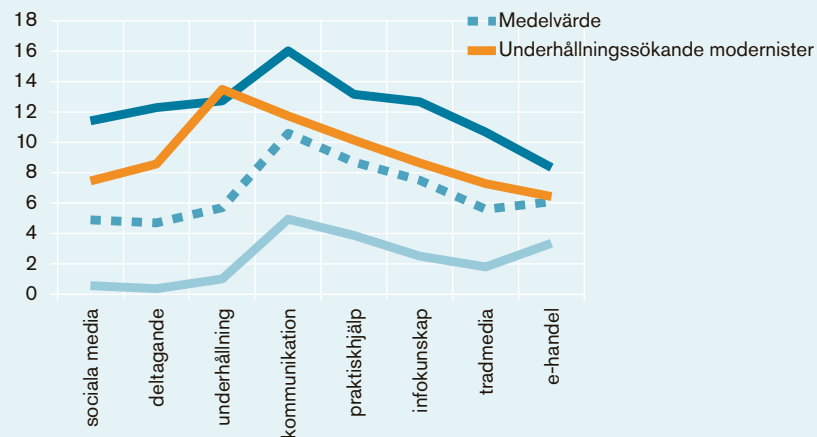
Traditionalister

Diagram 10.2.



Aktiva traditionalister

Diagram 10.3.



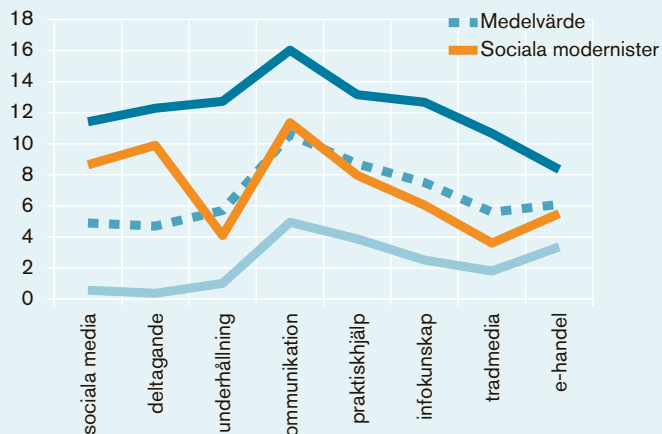
Underhållningssökande modernister

Diagram 10.4.

En stor andel av de svenska Internetanvändarna (16%+24%=40%) är försiktiga och restriktiva i sin användning av Internet. Många av dem tillhör de äldre användarna och de ingår bland de försiktiga och de traditionella som utmärks av låg aktivitet och främst riktad mot Internets informativa innehåll.

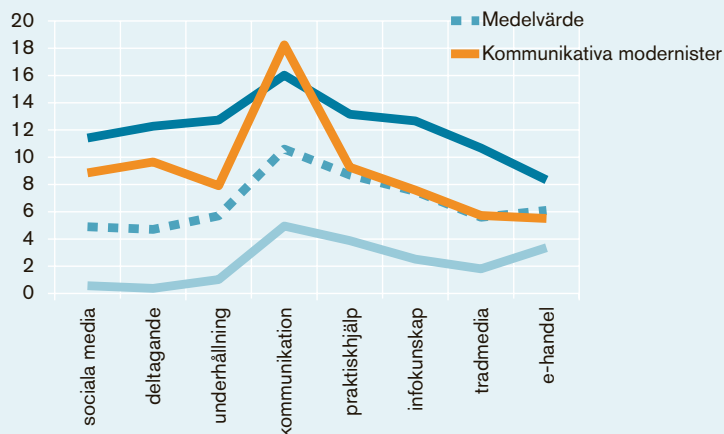
Modernisterna, dit många av de yngre hör, utgör tillsammans en tredjedel av de svenska användarna. (7%+8%+7%+9%=31%). De kan delas upp i fyra undergrupper

efter vilka aktiviteter som dominerar deras användarmönster. Där finns de underhållningssökande modernisterna (7%) som fokuserar på musik, video, spel, fildelning och humor. Där finns de sociala modernisterna (8%) som lever i de sociala nätverken och bloggvärlden och är ointresserade av Internets underhållningsdimension. Där finns de kommunikativa modernisterna (7%) som också lever på de sociala medierna men som framför allt utmärks av ett mycket frekvent



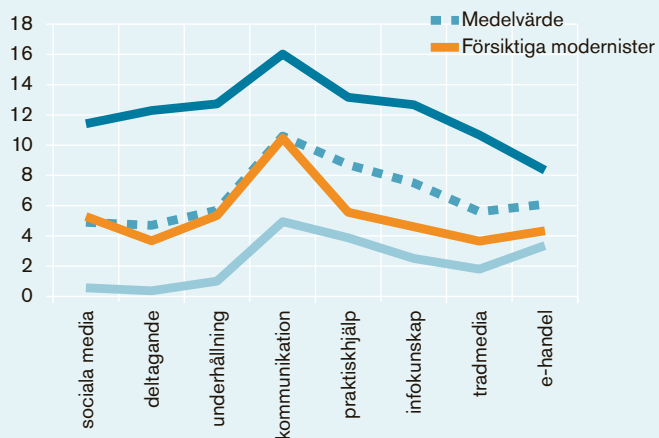
Sociala modernister

Diagram 10.5.



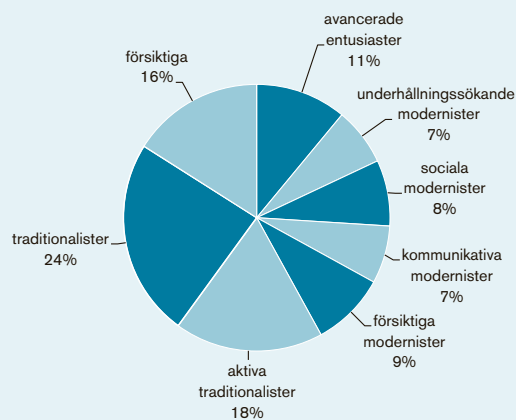
Kommunikativa modernister

Diagram 10.6.



Försiktiga modernister

Diagram 10.7.



Hur stora är de åtta användargrupperna?

Diagram 10.8. Internetanvändarnas fördelning på de åtta användargrupperna.

kommunicerande via alla de kanaler som mobilen och Internet erbjuder. Slutligen finns det även bland modernisterna en grupp försiktiga användare (9%) som inte är så aktiva men när de ibland använder Internet utnyttjar de Internets sociala och kommunikativa sidor och i liten utsträckning de informativa.

Gränsöverskridarna utgörs av de avancerade entusiasterna som använder Internet till allt mycket mer än alla andra. Det gäller såväl Internets sociala och

kommunikativa sidor som de informativa. I viss mån är även de aktiva traditionalisterna gränsöverskridare. Deras användning har visserligen sin tyngdpunkt på Internets informativa sidor men de är också med på de sociala nätverken och utnyttjar mobilt Internet och i viss mån underhållningen och de kommunikativa möjligheterna som Internet erbjuder. ■

TV-tittandet har för många blivit en vana, en naturlig del av vardagslivet. Under en vecka har så gott som alla sett något på TV. Omkring två timmar är den genomsnittliga tiden svenska folket dagligen ägnar sig åt TV-tittande. Så har det varit med vissa undantag sedan mitten på 70-talet. Efter tjugo år hade televisionen funnit sin plats i svenskarnas dagliga liv och trots stora ändringar av utbudet och antalet kanaler har TV-tittandet hållit sig ganska stabilt över åren (Mediebarometer 2010).

Frågan är om nu Internet, efter femton år, också börjat närma sig ett sådant stabilt läge? Användningen i många åldersgrupper (12–55 år) ligger nära 100 procent och tiden som ägnas åt Internet tycks börja plana ut mellan 1,5 och 2 timmar om dagen. Samtidigt är det fortfarande många bland de äldre som inte använder Internet eller använder Internet mycket begränsat. Här finns utrymme för mer Internet. Och de yngre som är mycket flitigare internetanvändare än de äldre blir äldre och allt fler medan de äldre blir färre. Det innebär att Internet i framtiden kommer att ta mer plats än idag och att användningstiden kommer att öka, inte drastiskt men successivt. Till detta kommer sedan en ökad användning av mobilt Internet.

Men finns det plats för mer Internet i en vardag som redan är in-tecknad av en mängd andra medier förutom de nödvändiga aktiviteterna (sova, äta, arbeta) och vardagssysslor som hör till familj och hem? Ja, det märkliga med Internet är att de flesta lyckats passa in 1,5 till 2 timmar om dagen med Internet utan större förändringar av tidigare levnadsvanor. I de flesta fall har

Internet kommit att utgöra ett komplement, inte en konkurrent till andra medievanor.

De flesta som läser tidningar online läser också den vanliga papperstidningen minst lika mycket som de som inte läser nättidningar. De som fildelar och laddar ner musik, lyssnar minst lika mycket på musik via internetradio som de som inte fildelar och de köper mer musik och betalar oftare abonnemang för att lyssna på strömmande musik. De som har en smartphone och använder mobilt Internet använder Internet hemma minst lika mycket som de som inte har en smartphone.

Det finns således en rad exempel på att användningen av Internet i många avseenden utgör ett komplement till redan invanda aktiviteter. Det gäller även en sådan traditionell aktivitet som att skriva brev och skicka vykort. När vi ställde frågan år 2000 om man brukar skicka vykort eller vanliga brev som inte rör arbetet, svarade 24 procent att man gjorde det minst någon gång i månaden och totalt var det 82 procent som gjorde det åtminstone någon gång. Idag elva år senare svarar 20 procent att man gör det åtminstone någon gång i månaden och 75 procent att man gör det någon gång.

Trots all e-post, alla SMS, MMS och kommentarer och statusuppdateringar på de sociala nätverken fortsätter människor att skicka brev och vykort. Internet utgör ett komplement och används för andra typer av kommunikation. Förändringar i invanda användningsmönster sker långsamt och de äldre som ser på TV, lyssnar på sin radio och läser sin papperstidning har ingen avsikt att ändra sig (Findahl, 2011. Äldre svenskar och Internet).

Avslutning

Denna stabilitet i användningsmönster gäller inte bara Internet utan också till exempel telefoni. Trots att 97 procent av befolkningen har en mobil är det fortfarande 82 procent som har fast telefoni i hushållet. Man får gå till hushåll där ingen är äldre än 26 år för komma ner till en andel där ”bara” 65 procent har fast telefon (PTS 2010).

Men där sker också förändringar. Internet öppnar ständigt nya möjligheter och hela tiden ökar andelen användare som utnyttjar dessa möjligheter. Det gäller som vi sett deltagandet i de sociala nätverken, lyssnandet på strömmande musik, tittandet på video och TV. Det gäller också den ökade användningen av mobilt Internet. Bakom ligger en kombination av tekniska framsteg, bättre användarvänlighet, mötande av användarnas behov och rätt affärsmodell.

Det finns också en grupp i befolkningen som inte har några invanda användningsmönster att falla tillbaka på, utan som är på väg att skapa sig sådana. Det är de unga som växer upp i en helt annan medievärld än de som växte upp för femton, tjugo år sedan. Redan i förskoleåldern spelar idag Internet en viktig roll för dem. Det beror i huvudsak på att de har föräldrar som består av vana internetanvändare. Men där finns också televisionen, radion, papperstidningen, böckerna, tidskrifterna, musikspelarna och mobilen. I tonåren blir internetvärlden en del av deras värld där deras vänner finns och övriga media blir komplement till Internet. Men denna åldersgrupp utgör fortfarande en minoritet av de som använder Internet.

De som idag är i tjugooårsåldern började inte använda Internet förrän de var tio år eller äldre och de ser fortfarande en hel del

på traditionell TV. Trots att de använder Internet tre timmar om dagen har deras dagliga TV-tittande bara minskat med cirka tio minuter under de senaste tio åren (Mediebarometer 2010). Delvis kan det förklaras av att de gör flera saker på en gång när de använder Internet. Tre av fyra internetanvändare gör det, och bland de unga gör alla det ibland och två av tre gör oftast andra saker samtidigt som de är online. TV-tittande och Internet är den vanligaste kombinationen (Findahl, 2010).

Jämför vi de som ofta ser på TV online med de som gör det sällan eller aldrig kan vi finna spår av en konkurrenssituation. Det gäller inte för ungdomar och inte för de som ibland ser på TV via Internet, men för de som ofta ser på TV via Internet. De ser mindre på vanlig TV. Konkurrensförhållanden finns också mellan liknande aktiviteter på Internet. Instant messaging har varit mycket populärt bland de unga och ökat i omfattning, men under det senaste året har den användningen minskat när nya sätt att kommunicera med nära vänner har skapats på de sociala nätverken.

Som analysen av användningsmönstren visar utgör dock inte de unga en majoritet av internetanvändarna. En stor del av de svenska internetanvändarna (40%) är medelålders och äldre som är försiktiga och restriktiva i sin användning av Internet. De utmärks av låg aktivitet riktad främst mot Internets informativa innehåll. Så har det varit under de senaste åren och så kommer det sannolikt att förbli under de kommande, även om fler och fler av dem har kommit och kommer att bli dagliga användare. ■

Referenser

- CivicWeb (2009).** Young People, the Internet and Civic Participation . Briefing Document. Institute of Education, University of London, 2009.
- Economist Intelligence Unit (2011).** Full speed ahead. The government broadband report Q2 2011. A report from the Economist Intelligence Unit
- Findahl, O (2011).** Äldre svenskar och Internet. Stockholm: Stiftelsen för internetinfrastruktur, .SE.
- Findahl, O (2010).** Svenskarna och Internet 2010. Stiftelsen för internetinfrastruktur, .SE.
- Findahl, O (2009).** Internet 15 år. Visionerna möter verkligheten – om hur svenskarna blev internetanvändare. Stiftelsen för internetinfrastruktur, .SE.
- Findahl, O (2008).** Svenskarna och Internet 2008. World Internet Institute.
- Findahl O (2007).** Svenskarna och Internet 2007. World Internet Institute.
- Findahl, O (2004).** Internet i världen.En internationell jämförelse av Internettillgång och användning mellan länder inom World Internet Project. World Internet Institute
- Findahl, O (1986).** Svensken en världsmedborgare i framtidens massmediavärld? Om etermedierna igår, idag och i morgon. Publik- och programforskning, Sveriges Radio.
- Funk, J.L., (2001).** The Mobile Internet. How Japan dialed up and the West disconnected.
- ITU (2011).** Measuring the Information Society 2011. ITU (International Telecommunication Union) 2011.
- Magdalena Albero-Andrés, Tobias Olsson, with Albert and Fredrik Miegel (2009).** A Qualitative Analysis of European Web-based Civic Participation Among Young People. CivicWeb Deliverable 16.
- Mediebarometer 2010.** Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet. Medienotiser 1, 2011.
- Mikami et.al., (2004).** Internet Usage Trends in Japan. The National Institute of Information and Communications Technology. Tokyo.
- Pew (2011).** Report: Twitter update 2011. Pew Internet. Pew Research center.
- Pew (2011).** Navigating News Online. Pew Research Center for Excellence in Journalism. May 9, 2011
- PTS (2010).** Svenskars användning av telefoni & Internet 2010. Post och telestyrelsen.
- WEF (2011).** The Global Information Technology Report 2010–2011. World Economic Forum
- WEF (2011).** The Global Information Technology Report 2010–2011. Transformations 2.0
- Zickuhr, K. & Smith, A. (2011).** Report: Mobile, Social Networking. Pew Internet Reports, 9/6 2011. Pew Internet. Pew Research center.

Sedan år 2000 har World Internet Institute samlat in data om hur den svenska befolkningen använder informations- och kommunikationsteknik samt hur detta påverkar enskilda individer, familjer och samhället. Detta har framförallt gjorts genom studien "Svenskarna och Internet", en panelstudie som omfattar 2000 telefonintervjuer baserat på ett slumpvis urval av befolkningen från 16 år och uppåt (före 2007 från 18 år). Från år 2010 är .SE huvudman för studien.

Telefonintervjuerna är omfattande och innehåller frågor om de intervjuades personernas bakgrundsdata, tillgång till teknik, användning av traditionella medier och framförallt attityder till och användning av Internet i olika former. Till föräldrar med hemmavarande barn mellan 3 och 13 år ställs frågor om barnens användning av Internet. Till ungdomar mellan 12 och 15 år ställs också frågor till deras föräldrar.

Svenskarna och Internet är den svenska delen av World Internet Project, ett internationellt forskningsprojekt med ett tjugotal länder, som följer Internets spridning och användning runt om i världen. Varje partner i respektive land finansierar sin egen verksamhet i projektet. De nationella urvalen är representativa urval av befolkningen. I frågepaketen är drygt 100 frågor gemensamma för alla länder, de så kallade "Common Questions". Dessa är exakt lika formulerade i varje land för att skapa jämförbara resultat. Till de gemensamma frågorna har sedan varje land möjlighet att lägga till sina egna frågor. I den svenska

delen tillkommer drygt 200 nationella frågor, varav en del är permanenta medan andra är nya för att kunna följa Internets utveckling. År 2000 genomfördes de första panelstudierna i USA, Sverige, Italien och Singapore.

Vad är unikt med projektet?

Projektet är utformat som en panelstudie vilket ger möjlighet att följa enskilda människor under längre tid. De flesta andra Internetundersökningar är stickprovsundersökningar. Hela befolkningen, även de äldsta intervjuas. I många Internetundersökningar finns inte personer över 75 år med. Både användare och icke användare är med. Internet ses i ett mycket brett sammanhang. Både tillgång, användning och effekter studeras. Internationella jämförelser är möjliga.

Metodbeskrivning

Svenskarna och Internet

Svenskarna och Internet är upplagd efter en s.k. revolving panel design. Det innebär att grunden utgörs av en panel av människor som intervjuas år efter år. En del i panelen faller ifrån av olika skäl. De vill inte vara med längre, eller de har flyttat, bytt namn eller är av andra anledningar svåra att få tag på igen. Därför tillkommer ett nytt urval människor varje år som skall fylla upp bortfallet i panelen. De utgör också en kontrollgrupp som gör det möjligt att kontrollera för paneleffekter. Syftet är att det totala urvalet av människor som intervjuas, varje år skall vara representativt för befolkningen.

Metod

Urval

Första året undersökningen genomfördes, år 2000, drogs ett slumpmässigt urval på Sveriges befolkning från ett nationellt telefonregister. Detta urval kompletteras årligen för det bortfall som uppstår för att panelen konstant skall hålla ca 2000 personer. Vanligtvis måste ca 700 nya personer rekryteras till panelen för att kompensera för personer som inte längre vill delta i studien. Nyrekryteringen av panelen görs genom stratifierade urval styrda på ålder och kön för att säkerställa en jämn representativitet på dessa variabler.

51 procent män och 49 procent kvinnor.
63 procent bor i stad och 37 procent på landsbygden

Sysselsättning (16+)

Arbete	54%
Studierande	12%
Hemma med barn	2%
Arbetslös	4%
Sjukskriven/förtidspensionerad	4%
Pensionär	25%

Vuxenundersökning.

Svenskarna och Internet.

Intervjuundersökning av ett urval av befolkningen från 16 –99 år.

(Antal intervjuade: 2537)

Föräldrarundersökning.

Tilläggsfrågor i vuxenundersökningen till de föräldrar som har barn mellan 3-13 år, om barnens användning av Internet.

(429 intervjuade föräldrar om 616 barn)

Ungdomsundersökning.

Intervjuundersökning av ungdomar mellan 12-15 år och deras föräldrar.

(134 ungdomar och 134 föräldrar)

WII:s urval 2010			Sv. Folkets Åldersfördelning enl SCB	
	Antal	Procent	Ålder	Procent
12-15 år	134	5%	12-15 år	6%
16-25 år	330	12%	16-25 år	15%
26-35 år	349	13%	26-35 år	14%
36-45 år	393	15%	36-45 år	16%
46-55 år	380	14%	46-55 år	15%
56-65 år	409	15%	56-65 år	15%
66-75 år	397	15%	66-75 år	11%
76+ år	279	10%	76+ år	9%
Totalt	2671	100%		100%

Tabeller

Diagram 3.2

	2005	2007	2009	2010	2011
16-25 år	23%	65%	72%	88%	96%
26-35 år	15%	42%	50%	72%	83%
36-45 år	7%	17%	31%	59%	70%
46-55 år	6%	7%	14%	38%	57%
56-65 år	3%	7%	10%	28%	36%
66-75 år	3%	3%	5%	12%	31%

Diagram 3.8

	Dagligen	1-3 ggr/vecka	Någon gång
12-15 år	2%	1%	3%
16-25 år	11%	6%	16%
26-35 år	5%	6%	13%
36-45 år	3%	5%	10%
46-55 år	2%	1%	5%
56-65 år	1%	1%	5%
66-75 år	0%	1%	4%

Diagram 4.3

	Någon gång	Dagligen
12-15 år	77%	47%
16-25 år	86%	55%
26-35 år	71%	31%
36-45 år	61%	17%
46-55 år	41%	8%
56-65 år	27%	5%
66-75 år	13%	2%
76-85 år	11%	2%

Diagram 4.7

	Någon gång	Dag/vecka
12-15 år	26%	10%
16-25 år	55%	24%
26-35 år	44%	16%
36-45 år	25%	6%
46-55 år	17%	4%
56-65 år	8%	1%
66-75 år	4%	0%
76-85 år	3%	0%

Diagram 7.1

	2003	2007	2011
Människor kommer att få lättare att påverka regeringen	6%	9%	21%
Människor kommer att få lättare att förstå politik	11%	18%	31%
Myndigheterna bryr sig mer om vad människor tycker	5%	8%	18%
Människor kommer att få mer politisk makt	6%	10%	16%

Diagram 8.4

	Dagligen	minst vecka	någon gång	aldrig
3-4 år	5%	17%	17%	61%
5-6 år	9%	43%	25%	23%
7-8 år	16%	40%	26%	18%
9-10 år	33%	49%	15%	3%
11-12 år	39%	45%	12%	4%
13-14 år	44%	19%	23%	14%
15-16 år	25%	20%	17%	38%
17-18 år	17%	21%	22%	40%

Diagram 8.4

	Dagligen	minst vecka	någon gång	aldrig
3-4 år	12%	16%	9%	63%
5-6 år	10%	13%	15%	62%
7-8 år	16%	16%	9%	59%
9-10 år	33%	16%	19%	32%
11-12 år	39%	16%	12%	33%
13-14 år	44%	5%	27%	24%
15-16 år	25%	21%	25%	29%
17-18 år	17%	29%	30%	24%
19-25 år	12%	17%	33%	38%

Diagram 10.1

	sociala media	deltagande	underhållning	kommunikation	praktiskhjälp	infokunskap	tradmedia	e-handel
Avancerade entusiaster	11,41	12,28	12,73	16,02	13,16	12,67	10,67	8,34
Försiktiga	0,57	0,38	1,02	4,95	3,88	2,52	1,81	3,36
Medelvärde	4,9	4,7	5,7	10,6	8,7	7,5	5,6	6,1

Diagram 10.2

	sociala media	deltagande	underhållning	kommunikation	praktiskhjälp	infokunskap	tradmedia	e-handel
Avancerade entusiaster	11,41	12,28	12,73	16,02	13,16	12,67	10,67	8,34
Försiktiga	0,57	0,38	1,02	4,95	3,88	2,52	1,81	3,36
Medelvärde	4,9	4,7	5,7	10,6	8,7	7,5	5,6	6,1
Aktiva traditionalister	4,91	3,6	6,06	12,14	11,46	10,81	8,29	8,06

Diagram 10.3

	sociala media	deltagande	underhållning	kommunikation	praktiskhjälp	infokunskap	tradmedia	e-handel
Avancerade entusiaster	11,41	12,28	12,73	16,02	13,16	12,67	10,67	8,34
Försiktiga	0,57	0,38	1,02	4,95	3,88	2,52	1,81	3,36
Medelvärde	4,9	4,7	5,7	10,6	8,7	7,5	5,6	6,1
Traditionalister	1,47	0,84	2,87	7,93	8,67	7,16	4,61	6,45

Diagram 10.4

	sociala media	deltagande	underhållning	kommunikation	praktiskhjälp	infokunskap	tradmedia	e-handel
Avancerade entusiaster	11,41	12,28	12,73	16,02	13,16	12,67	10,67	8,34
Försiktiga	0,57	0,38	1,02	4,95	3,88	2,52	1,81	3,36
Medelvärde	4,9	4,7	5,7	10,6	8,7	7,5	5,6	6,1
Underhållningssökande modernister	7,46	8,57	13,48	11,74	10,14	8,64	7,28	6,43

Diagram 10.5

	sociala media	deltagande	underhållning	kommunikation	praktiskhjälp	infokunskap	tradmedia	e-handel
Avancerade entusiaster	11,41	12,28	12,73	16,02	13,16	12,67	10,67	8,34
Försiktiga	0,57	0,38	1,02	4,95	3,88	2,52	1,81	3,36
Medelvärde	4,9	4,7	5,7	10,6	8,7	7,5	5,6	6,1
Sociala modernister	8,65	9,9	4,1	11,36	7,97	6,05	3,61	5,51

Diagram 10.6

	sociala media	deltagande	underhållning	kommunikation	praktiskhjälp	infokunskap	tradmedia	e-handel
Avancerade entusiaster	11,41	12,28	12,73	16,02	13,16	12,67	10,67	8,34
Försiktiga	0,57	0,38	1,02	4,95	3,88	2,52	1,81	3,36
Medelvärde	4,9	4,7	5,7	10,6	8,7	7,5	5,6	6,1
Kommunikativa modernister	8,85	9,65	7,91	18,24	9,27	7,59	5,73	5,51

Diagram 10.7

	sociala media	deltagande	underhållning	kommunikation	praktiskhjälp	infokunskap	tradmedia	e-handel
Avancerade entusiaster	11,41	12,28	12,73	16,02	13,16	12,67	10,67	8,34
Försiktiga	0,57	0,38	1,02	4,95	3,88	2,52	1,81	3,36
Medelvärde	4,9	4,7	5,7	10,6	8,7	7,5	5,6	6,1
Försiktiga modernister	5,29	3,68	5,35	10,46	5,56	4,61	3,66	4,34

Index

aktiviteter	14-16	mobilt Internet	12, 13, 28-34, 53, 56
användningsmönster	50-55	modernister	52-55
appar	30	multitasking	57
arbetare	46	musik	15-17, 22-25
arbete	13, 46-47	män.kvinnor	20, 26, 27, 52, 53
attityder till digitala spel	27	pojke-flicka	20, 26, 27, 44, 45
barn	5, 18, 42-45, 57	politik	36-40
Blocket	14, 16	politisk information	37-40
blogg	15, 16, 19, 20, 44, 45	populära spel	26
bredband	10	produktivitet	46
dator	10	radio	16, 25, 37-39
digitala spel	26-27	smartphone	33, 34
digitalt utanförskap	13	skriva brev	57
e-böcker	32	sociala media	18, 51,
e-handel	15, 16, 52	sociala nätverk	15-17, 18, 19, 30, 44, 45, 48
Facebook	39, 40	spela tillsammans	26, 27
fildelning	22-24	Spotify	15, 22-24,
försiktiga användare	52-55	surfplattor	32
förskolebarn	42-44	tidning	15-17, 25, 37-39
förändringar	10-13, 17, 18, 19, 25, 28, 29, 31, 36-38, 42-43, 48	tjänstemän	46
geotagging	32	traditionalister	52-55
Google	14-16	traditionella användare	52, 53
internationell jämförelse	13	traditionella media	24, 25, 37-39, 57
Internet användning	14-17, 29-31, 32	TV	15-17, 24, 25, 37-39, 57
Internet statistik	11	Twitter	19-21
Internet tid	13, 32, 33, 46, 53	unga	5, 11, 18, 20, 21, 23, 26, 29, 37, 42-45, 53
Internet tillgång	10	valet 2010	38-40
Ipad	32	vanligaste aktiviteterna	14-16
klusteranalys	51, 52	video	24, 25, 44
kommunikation	50-55	viktigaste informationskälla	37-39
komplement	33, 34, 56, 57	vykort	57
konkurrent	17, 57	Wikipedia	17
kontakter	40, 46	YouTube	25
köpa musik	23, 24	äldre	5, 11, 30, 47, 48, 52, 57



.SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur) ansvarar för Internets svenska toppdomän, .se. Kärnverksamheten är registrering av domännamn samt administration och teknisk drift av det nationella domännamnsregistret, samtidigt som .SE verkar för en positiv utveckling av Internet i Sverige. Överskottet från registreringen av domännamn finansierar projekt som bidrar till Internets utveckling i Sverige. .SE satsar intensivt på att vara en aktiv forsknings- och utvecklingsfinansiär och -aktör inom Internetutveckling.

En viktig del i arbetet med utveckling av Internet i Sverige är att ta fram relevant information om hur nätet förändrar samhället och människors liv. Många känner sig kallade att tolka och peka ut faror och möjligheter. För att förstå hur Internets tillväxt påverkar oss alla behövs tillgång till rapporter, undersökningar och analyser från tillförlitliga källor. Därför samlar och presenterar .SE sådant material på webbplatsen Internetstatistik.se. Vi tar även fram den här årliga rapporten om svenskarnas Internetvanor.

”Svenskarna och Internet” är idag Sveriges viktigaste individundersökning om Internetanvändning. Rapporten ges ut årligen i samband med konferensen Internetdagarna i oktober–november. Utöver den här rapporten, som är den mest omfattande och uppmärksammade, ger vi även ut fördjupande rapporter på olika teman, till exempel ”Unga och Internet 2009” och ”Äldre svenskar och Internet 2010”.

Rapporten görs i samarbete med World Internet Institute och har sammanställts årligen sedan år 2000. Det ger en unik möjlighet att visa på hur utvecklingen ser ut över tid. .SE är även delaktiga i ett internationellt samarbete via World Internet Project, vilket bland annat ger oss möjlighet att jämföra våra data med övriga 30 medlemsländers.

Rapporterna är kostnadsfria och finns att beställa i tryckt format eller går att läsa online eller ladda ned som pdf på webbplatserna [www. internetstatistik.se](http://www.internetstatistik.se) och www.iis.se

.se

Svenskarna och Internet är den årliga rapporten från .SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur) som kartlägger Internetanvändningens utveckling och förändringar hos den svenska befolkningen.

I 2011 års rapport belyses bland annat följande:

- Allt fler använder Internet dagligen
- Nio av tio användare har en egen dator
- Hälften av treåringarna använder Internet
- Genombrott för mobilt Internet
- Genombrott för strömmande musik
- Mer av TV och video på Internet
- Inget genombrott men ökad roll för politik på Internet
- Halva svenska folket spelar digitala spel
- Användarna kan grupperas efter åtta användningsmönster

Genom deltagandet i World Internet Project är Svenskarna och Internet del i en av världens största studier av Internetanvändning. Under 2011 kommer jämförande analyser att publiceras. (World Internet Project. International Report 2011)