

Checklista för journalister som skriver om Svenskarna och internet 2020 Q1

Den här checklistan innehåller ett antal frågor som journalister och media bör ställa till en undersökning för att kunna värdera den på ett korrekt sätt. Checklistan är baserad på den checklista som SMIF (Svenska marknadsundersökningsföretag) tagit fram i samarbete med Statistikfrämjandet och Surveyföreningen. <https://www.smif.se/checklista-for-journalister/>

1. Vem betalade för undersökningen?

[Internetstiftelsen](#) har finansierat hela undersökningen.

2. Vad var syftet med undersökningen?

"Digitalt utanförskap" är en delrapport till "Svenskarna och internet 2020". "Svenskarna och internet" är en av Sveriges största individundersökningar om internetanvändning och har genomförts sedan år 2000. Undersökningen innehåller oumbärliga siffror och insikter för den som vill förstå hur digitaliseringen påverkar både samhället och oss själva. För de som jobbar med att utveckla digitala produkter och tjänster eller med kommunikation, pekar statistiken på viktiga trender och tendenser.

3. Vem genomförde undersökningen?

[Undersökningsföretaget Origo Group](#) har årligen genomfört datainsamlingen till undersökningen "Svenskarna och internet" på uppdrag av Internetstiftelsen.

4. Hur många deltog i undersökningen?

Antalet genomförda intervjuer är N=2974.

5. Hur rekryterades intervjupersonerna till den här undersökningen?

Urvalet till "Svenskarna och internet" består av ett slumpmässigt urval ur befolkningsregistret i åldrarna 11 år (födelseår 2009) och äldre. Urvalet har beställts via Spar och Marknadsinformation i Sverige av undersökningsföretaget Origo Group som Internetstiftelsen anlitat för datainsamlingen. Spar är statens personadressregister som handhas av Skatteverket. Det är ett offentligt register som omfattar alla personer som är folkbokförda i Sverige, både svenska och utländska medborgare. Deltagare i åldern 11–15 år rekryteras genom att deras föräldrar får brev eller blir uppringda och då ger sitt medgivande till intervju.

6. Vilken population avser urvalet?

Alla personer som är folkbokförda i Sverige och födda senast år 2009 både svenska och utländska medborgare. Intervjuer med ungdomar 11-15 år föregicks av målsmans godkännande.

7. När genomfördes undersökningen?

Undersökningen genomfördes i kvartal ett (Q1), januari-mars, år 2020.

8. Hur genomfördes undersökningen (mobil, internet, telefon, hemma-hos, fråga på stan, etc.)?

Undersökningen genomfördes via webb och via telefonintervjuer. Inledningsvis skickades en inbjudan ut via post med personliga inloggningsuppgifter till en webbenkät. Påminnelser har sedan skickats via sms löpande under fältperioden till alla som fått brev men ej besvarat undersökningen. Parallellt med påminnelser via sms har det också skett en telefonuppföljning bland de som inte besvarat enkäten. Respondenter som kontaktats via telefon har givits möjlighet att svara på frågorna muntligt via telefon. 61 procent svarade via webbenkät och 39 procent svarade via telefon.

9. Vilka frågor ställdes och i vilken ordning?

Delrapporten "Digitalt utanförskap" är baserad på ett mindre urval av frågor från hela kommande rapporten "Svenskarna och internet 2020". Se vilka frågor som ingår i denna delrapport i tabellbilagan på "Svenskarna och internets" webbplats, www.svenskarnaochinternet.se.

10. Är resultatet baserat på alla deltagarnas svar eller bara en del av svaren?

Ja, samtliga intervjuer N=2974 är redovisade i denna rapport med en deltagarfrekvens på 29 procent för de vuxna (16+ år) och 20 procent för ungdomarna (11-15 år) där föräldrars godkännande inhämtades för intervju.

12. Var resultatet viktat?

Nej.