

# Checklista för journalister som skriver om Svenskarna och internet 2020

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?

"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. I årets rapport ingår två mätningar, en från kvartal 1 (Q1) och en från kvartal 3 (Q3) för att fånga upp digitaliseringseffekten under pandemin.

## 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 med internetanvändare 16+ år är i Q1 N=2670 och i Q3 N=2844

## 5. Hur rekryterades intervjupersonerna till den här undersökningen?

Urvalsförfarandet för detsamma för båda mätningarna i Q1 och Q3. Det består av ett slumpmässigt urval ur befolkningsregistret från 16 år utan övre åldersgräns. 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.

## 6. Vilken population avser urvalet?

Alla personer som är folkbokförda i Sverige som är 16 år eller äldre bland både svenska och utländska medborgare.

## 7. När genomfördes undersökningen?

Den första undersökningen genomfördes i kvartal ett (Q1), januari-mars, år 2020 och den andra mätningen genomfördes i kvartal 3 (Q3) från mitten av augusti till slutet av september.

## **8. Är resultatet baserat på alla deltagarnas svar eller bara en del av svaren?**

Basen för båda mätningarna i rapporten Svenskarna och internet 2020 är Internetanvändarna 16+ år. I undersökningen i Q1 ställde vi liksom tidigare år även frågor till de som är icke-användare av internet, vilka motsvarade knappt 4 procent av svenska folket 16 år eller äldre. Svaren för de frågor där icke-användarna var inkluderade presenterade vi i en separat delrapport redan i juni 2020: Svenskarna och internet – Digitalt utanförskap 2020. Då vi i Q3 specifikt skulle fånga upp digitaliseringens effekt valde vi att enbart vända oss till internetanvändarna 16+ år. Deltagarfrekvensen i mätningen i Q1 blev 29 procent och mätningen i Q3 20 procent.

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

För båda mätningarna gjordes ett postalt utskick, alltså 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. I Q1 skedde även parallellt med påminnelser via sms en telefonuppföljning bland de som inte besvarat enkäten. Detta för att även fånga upp icke-användarna av internet. Respondenter som kontaktats via telefon har givits möjlighet att svara på frågorna muntligt via telefon

## **10. Vilka frågor ställdes och i vilken ordning?**

I rapporten ingår följande 10 kapitel.

1. Internetanvändande och digital skärmtid
2. Arbeta hemifrån
3. Digitala vårdtjänster
4. E-handel och digitala betalningslösningar
5. Digital integritet och nätsäkerhet
6. Mediekonsumtion – titta, lyssna, läsa
7. Sociala medier
8. Digitala kommunikationstjänster
9. Digitala studier
10. Digitala beteenden

Se vilka frågor som ingår i denna rapport i tabellbilagan på "Svenskarna och internets" webbplats, [www.svenskarnaochinternet.se](http://www.svenskarnaochinternet.se).

## **11. Var resultatet viktat?**

Nej.