

# Checklista för journalister som skriver om Svenskarna och internet – Valspecial 2022

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 - Valspecial 2022* är en delrapport till den årliga rapporten *Svenskarna och internet* som är en av Sveriges största individundersökningar om internetanvändning och har genomförts sedan år 2000. Denna delrapport sätter strålkastljuset på internet som en politisk arena. Med undersökningen vill vi bidra med fakta och insikter om hur användningen av internet i Sverige utvecklas kopplat till politik. Vi vill ge förutsättningar till att digitaliseringen av det svenska samhället och näringslivet sker på välinformerad grund.

## 3. Vem genomförde undersökningen?

[Undersökningsföretaget Novus Group](#) har genomfört datainsamlingen till undersökningen *Svenskarna och internet – Valspecial 2022* på uppdrag av Internetstiftelsen.

## 4. Hur många deltog i undersökningen?

Antalet respondenter uppgick till n=3023.

## 5-6. Hur rekryterades intervjupersonerna till den här undersökningen? / Vilken population avser urvalet?

CAWI (webb – Novus Sverigepanel)

Novus Sverigepanel (webb) består av cirka 50 000 aktiva medlemmar i huvudsak åldern 18–89 år, men även i viss mån 90+ år, spridda över hela landet. Rekryteringen till webbpanelen sker med obundna slumpmässiga urval bland allmänheten främst via telefonintervjuer men även genom sms-inbjudan eller postalt utskick.

## 7. När genomfördes undersökningen?

Svar: Fältperioden ägde rum under perioden 16–29 december 2021.

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

Deltagarfrekvensen uppgick till 55 procent.

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

CAWI/Webb i Novus Sverigepanel (För mer info, se punkt 5-6)

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

I rapporten ingår följande 4 kapitel:

1. Politisk information och budskap på nätet
2. Det politiska samtalet på nätet
3. Hinder för det öppna samtalet
4. Plattformarnas ansvar och vägen framåt

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

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

Ja, resultaten är viktade mot kända populationstal (enligt SCB) med avseende på kön, ålder, utbildning, geografi (NUTS2), parti i valet 2018. Detta för att korrekt kunna spegla rikets sammansättning.