















# Svenskarna och internet 2022

[www.svenskarnaochinternet.se](http://www.svenskarnaochinternet.se)

INTERNET   
STIFTELSEN

# Svenskarna och internet 2022

# Innehåll

	Inledning	Vägen till ett internet för alla	4-8
	Kapitel 1:	Användning av internet och e-tjänster	9-38
	Kapitel 2:	Vad begränsar vår internetanvändning?	39-71
	Kapitel 3:	E-handel och nätbedrägerier	72-93
	Kapitel 4:	Nätdejting och nätporr	94-105
	Kapitel 5:	Hur svenskarna kommunicerar på nätet	106-127
	Kapitel 6:	Strömmande och digitala medietjänster	128-153
	Kapitel 7:	Sociala medier	154-199
	Kapitel 8:	Gaming och influencers	200-223
	Kapitel 9:	Det uppkopplade hemmet och framtidens smarta prylar	224-258
	Kapitel 10:	Barnen och internet	259-294
	Metodbeskrivning		295-298

# Vägen till ett internet för alla

De allra flesta svenskar använder internet och dess tjänster. Även om mycket är gemensamt för alla ser det digitala livet olika ut för olika människor. Många vidtar också åtgärder för att skydda sig från de risker som finns på nätet.

I Sverige år 2022 använder fler svenskar än någonsin nätets tjänster dagligen i sin vardag. Under coronapandemins första år talade man om en chockdigitalisering, och vi ser att många av de som då tvingades ut på nätet har omfamnat flera olika e-tjänster. En tredjedel av svenskarna handlar nu kläder mestadels via nätet, liksom julklappar och presenter. Användningen av e-legitimation har ökat ordentligt – på ett år har andelen som dagligen använder mobilt Bank-id gått upp från 47 till 71 procent.

Internetanvändarna har utmaningar i form av krånglig teknik samt en oro för sin personliga integritet och att drabbas av olika nätbrott. Samtidigt ser vi att många vidtar åtgärder för att på olika sätt skydda sig från de risker som finns. En tredjedel brukar tänka på de digitala spår de lämnar efter sig på nätet, och hela 8 av 10 skyddar sin personliga integritet på olika vis.

## Internet för nytta och nöje

Nästan alla internetanvändare använder sociala medier och ungefär hälften av dem brukar lägga upp eget material på Facebook, Instagram och Snapchat. Drygt 4 av 10 internetanvändare använder sociala medier för att följa olika varumärken och företag. De allra flesta skickar också meddelanden till varandra, framförallt via text men en mindre andel via röst och video.

De flesta tar del av strömmande videotjänster och dominerar gör SVT Play och Netflix. SVT Play har flest använt under ett helt år, medan Netflix lockar något fler tittare per dag och vecka. När det gäller strömmande ljudtjänster är Spotify överlägset störst både för musik och poddar. Dessutom är tjänsten näst störst när det gäller ljudböcker.

## Internet för olika människor

Det finns andra nätaktiviteter som betydligt färre gör. Handeln med kryptovaluta har dubblerats på ett år, men engagerar fortfarande bara 6 procent totalt. De som

handlar med kryptovaluta är nästan enbart män – 10 procent av männen har ägnat sig åt detta jämfört med bara 2 procent av kvinnorna.

Något som betydligt fler män gör är att porrsurfa – 48 procent jämfört med 13 procent av kvinnorna. Det har dock blivit vanligare för singelkvinnor att ta del av nätporr, liksom för män som är i en relation. Totalt sett uppger närmare var tredje internetanvändare att de porrsurfar – yngre i högre grad än äldre, och 90-talister mest av alla.

Närmare 6 av 10 internetanvändare spelar spel på till exempel dator, mobil eller spelkonsol. Både män och kvinnor ägnar sig åt spel men det är vanligare bland män som är födda på 1970-talet eller senare. Hos äldre generationer är det tvärtom vanligare att kvinnor spelar.

### Internet för alla åldrar

I princip alla barn använder internet. De tycker att de lär sig nya saker där, och blir bättre på engelska. Barn umgås också med varandra till stor del på andra sociala medieplattformar än de vuxna. Näst efter Youtube är Roblox den mest använda plattformen bland barn på lågstadiet. Nästan alla som använder Roblox är födda på 10-talet.

Men barn är också mer utsatta på nätet – andelen barn i åldern 12–19 år som utsatts för näthat har fördubblats från 9 procent förra året till 17 procent. Flickor utsätts oftare än pojkar för kränkningar på nätet. Dubbelt så många flickor har drabbats av oönskade kontaktförsök på nätet och tre gånger fler flickor än pojkar har fått stötande bilder från personer de inte känner.

De allra äldsta i samhället är fortfarande den grupp som använder internet minst av alla, även om de också ökat sin användning av digitala tjänster. Äldre begränsas av bland annat höga kostnader, krånglig teknik och en oro över att bli lurad på nätet.

### Internet i framtiden

I årets undersökning har svenskarna också fått sia om framtidens smarta prylar. De beskriver med egna ord en tillvaro som ofta blir enklare och mer bekväm när allt mer blir uppkopplat. Om alla dessa bilder av den digitala framtiden blir verklighet kan vi inte veta, men att det finns en omfattande teknikoptimism är tydligt. De flesta verkar också vara överens om att den uppkopplade tekniken blir ännu mer omfattande och att en allt större del av våra liv lagras online.

Därmed finns också ett fortsatt stort behov av medvetna och säkra internetanvändare. Positivt nog ser vi i år att många gör aktiva val för att skydda sig från det digitala livets risker. Det kan handla om att klicka ur cookies på webbplatser, fundera över hur riktade annonser fungerar och på olika sätt begränsa vad apparna i mobilen får göra.

Nyckeln till ett säkert och tryggt internet för alla fortsätter att vara kunskap. Det är i den andan Internetstiftelsen verkar.

## Om Internetstiftelsen och Svenskarna och internet

Internetstiftelsen är en oberoende, affärsdriven och allmännyttig organisation.

Vi verkar för ett internet som bidrar positivt till människan och samhället.

Vi ansvarar för internets svenska toppdomän .se och sköter drift och administration av toppdomänen .nu. Intäkterna från affärsverksamheten finansierar en rad satsningar i syfte att möjliggöra att människor kan nyttja internet på bästa sätt, och stimulera kunskapsdelning och innovation med inriktning på internet.

Med den här undersökningen, *Svenskarna och internet*, vill vi bidra med fakta och insikter om hur användningen av internet i Sverige utvecklas. Vi vill ge förutsättningar till att digitaliseringen av det svenska samhället och näringslivet sker på välinformerad grund.

*För samtliga studier har Internetstiftelsen anlitat undersökningsföretaget Novus för datainsamling som ägde rum under januari och februari 2022. Majoriteten av vår data är insamlad i Studie 1 (n=3129) och Studie 2 (n=3786) i Novus slumpmässigt rekryterade Sverigepanel, med en deltagarfrekvens på 66 procent respektive 60 procent. Resultatet är viktat mot SCB vad gäller kön, ålder, utbildning och geografi. Läs mer om metod och urval här<sup>1</sup>.*

---

1 <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2022/om-arets-rapport/>

## Vilka är generationerna?

I *Svenskarna och internet* delar vi in de som svarat på undersökningen på olika sätt, bland annat utifrån vilket årtionde man är född. Det gör det lättare att följa personers digitala beteende över tid i takt med att de blir äldre och äldre. Här ger vi en kort presentation av de generationer som är med i årets rapport.



### 20-/30-talister

Personer födda under 1920- och 1930-talet tillhör de äldsta i vår undersökning. De är i år (2022) mellan 83 och 102 år gamla. Under deras liv har Sverige gått från ett samhälle där telefon i hemmet inte var en självklarhet till dagens trådlösa uppkopplade värld.



### 40-talister

Personer födda under 1940-talet är i år 2022 mellan 73 och 82 år gamla. När de växte upp fanns inga datorer i samhället, men de flesta hade egen telefon hemma.



### 50-talister

Personer födda under 1950-talet är mellan 63 och 72 år gamla i år (2022). Under deras uppväxt fanns inte många datorer, och de som fanns tog upp hela rum. Många 50-talister mötte sina första datorer under den senare delen av arbetslivet.



### 60-talister

Personer födda under 1960-talet är i år 2022 mellan 53 och 62 år gamla. De flesta 60-talister introducerades till datorer i arbetslivet.



### 70-talister

Personer födda under 1970-talet är mellan 43 och 52 år gamla i år (2022). Under deras uppväxt kom de första hemdatorerna, men internet var fortfarande ett okänt begrepp utanför de tekniska universiteten.



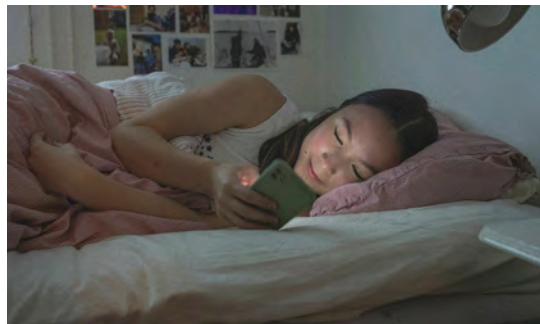
### 80-talister

Personer födda under 1980-talet är i år 2022 mellan 33 och 42 år gamla. De har varit barn och vuxit upp under den period när datorer blev allt vanligare, och var unga när internet blev ett allmänt begrepp.



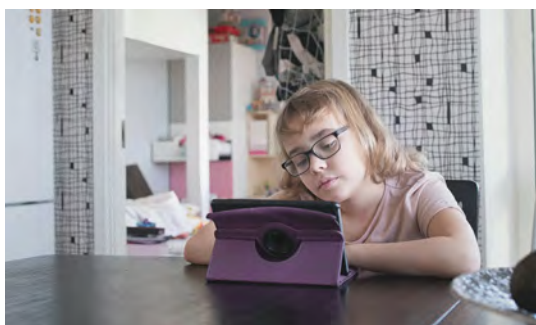
### 90-talister

Personer födda under 1990-talet är mellan 23 och 32 år gamla i år (2022). De var barn när internet slog igenom på bred front och har vuxit upp i ett samhälle där de flesta har en dator hemma.



### 00-talister

Personer födda under 2000-talet är mellan 13 och 22 år gamla i år (2022). Under den här tiden blev datorerna allt mer bärbara, och de första smarta mobiltelefonerna dök upp.



### 10-talister

Personer födda under 2010-talet är i år 2022 mellan 3 och 12 år gamla. I undersökningen har vi intervjuat personer som är 8 år och äldre. De har fötts in i ett samhälle där smarta mobiltelefoner är självklara och internet finns överallt.



# Kapitel 1: Användning av internet och e-tjänster



# Daglig användning av mobilt Bank-id skjuter i höjden

I det här kapitlet visar vi hur många i befolkning som använder internet och vilka det är som inte är internetanvändare idag. Vi undersöker hur många som använder e-legitimation och hur ofta. Hur har exempelvis användningen av mobilt Bank-id utvecklats det senaste året och vilka behöver hjälp med installation? Vi tittar också närmare på andra e-tjänster som digital brevlåda och digitala vård- och resetjänster.

Vi ser bland annat följande:

- Internetanvändandet är oförändrat sedan år 2021. Hela 94 procent av befolkningen använder internet och nästan alla använder internet dagligen. Endast några få procent är ute på nätet mer sällan än varje dag.
- Ålder är den faktor som har störst påverkan på internetanvändandet. Det är nästan uteslutande de äldsta i vårt samhälle som tillhör de 6 procent som inte är internetanvändare. Hela 2 av 10 pensionärer använder inte internet.
- De som använder internet minst av alla är 1920- och 30-talisterna men även de har ökat sin användning av e-tjänster i år. De använder mobilt Bank-id mer frekvent, och fler har i år digitala brevlådor och fler nyttjar digitala vårdtjänster än föregående år. Dock föredrar även de internetanvändande 20- och 30-talisterna en fysisk biljett före en digital och att betala i parkeringsautomat istället för en parkeringsapp.
- E-legitimation används av nästan alla i befolkningen. Mobilt Bank-id har en särställning bland e-legitimationer och användningen når i år nya höjder. Framför allt har den dagliga användningen ökat kraftigt - från 47 procent förra året till 71 procent i år. På andra plats hamnar Freja e-id som endast 2 procent av svenskarna använder.

## Innehåll

### Internetanvändning

- 1.1a Internetanvändandet (år 2021-2022)
- 1.1b Internetanvändandet - fördelat på generation

### E-legitimation och mobilt Bank-id

- 1.2 Använder e-legitimation - totalt sett samt varumärken
- 1.3 Använder mobilt Bank-id - fördelat på generation (år 2021-2022)
- 1.4 Kan installera mobilt Bank-id - fördelat på generation (år 2021-2022)

### Digital brevlåda

- 1.5 Använder digital brevlåda - fördelat på generation (år 2021-2022)

### Digitala vårdtjänster

- 1.6 Använder e-vårdtjänster - fördelat på generation (år 2021-2022)
- 1.7a Använder vårdapp - befolkningsnivå - fördelat på generation
- 1.7b Använder vårdapp - internetanvändarnivå - fördelat på generation
- 1.8a Kan använda en vårdapp - fördelat på generation (år 2021-2022)
- 1.8b Kan logga in på 1177 - fördelat på generation (år 2021-2022)
- 1.8c Kan hämta ut vaccinationsbevis - fördelat på generation

### Digitala resetjänster

- 1.9 E-tjänster kollektivtrafik/tåg/allmänna transportmedel - fördelat på generation (år 2021-2022)
- 1.10a Reser med digital biljett - befolkningsnivå - fördelat på generation
- 1.10b Reser med digital biljett - internetanvändarnivå - fördelat på generation
- 1.11a Betalar med en p-app - befolkningsnivå - fördelat på generation
- 1.11b Betalar med en p-app - internetanvändarnivå - fördelat på generation

# Internetanvändning

## Internetanvändandet oförändrat från 2021

Dessa diagram visar internetanvändandet år 2021 respektive år 2022 för befolkningen i stort. Dessutom visar vi användningen fördelat på generationer för år 2022. Med sällananvändare avses de internetanvändare som inte använder internet dagligen. Kort summerat ligger internetanvändandet på samma nivåer som år 2021.

Diagram 1.1a, Bas: Samtliga 16+ år, Fråga: Hur ofta använder du internet? Med internetanvändning avser vi all användning oavsett om det är på dator, surfplatta, smartmobil (smartphone), spelkonsol etc. År 2021-2022 (Studie 1)

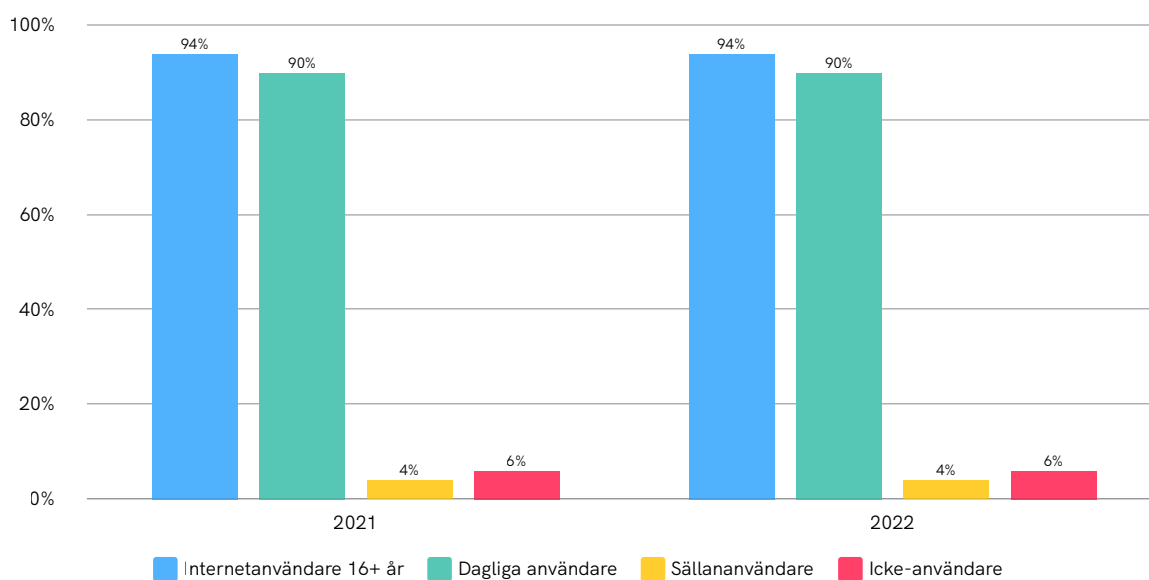
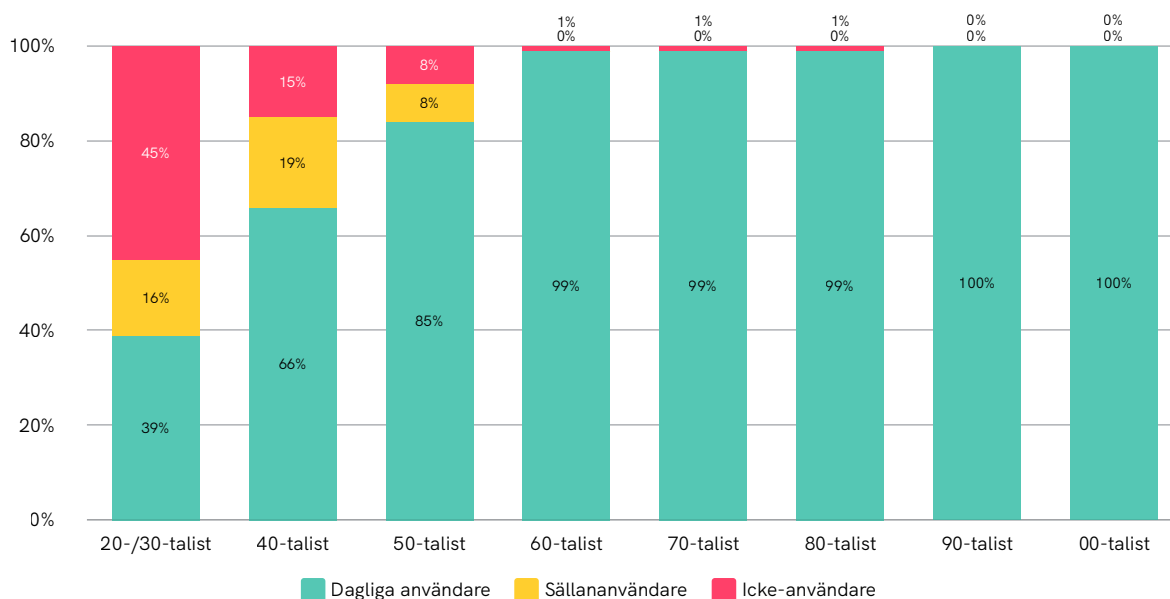


Diagram 1.1b, Bas: Samtliga 16+ år, Fråga: Hur ofta använder du internet? Med internetanvändning avser vi all användning oavsett om det är på dator, surfplatta, smartmobil (smartphone), spelkonsol etc. År 2022 (Studie 1)



### Hur har internetanvändandet förändrats det senaste året?

Internetanvändandet bland befolkningen som är 16 år eller äldre ligger på samma nivåer som år 2021. Ålder är den faktor som har störst påverkan på internetanvändandet. Även när vi bryter ned resultatet på olika åldersgrupper och generationer ligger det i princip på samma nivåer som föregående år. Det kan skilja någon procentenhet vilket är inom felmarginalen, med undantag för 50-talisterna som tenderar ha minskat sitt användande marginellt.

Det är viktigt att ha i åtanke att respondenterna i allmänhetsundersökningar som denna är den svensktalande befolkningen som är förmögna att svara på en undersökning via telefon eller webb. Det innebär att vi inte får med de i Sverige som (ännu) inte behärskar det svenska språket, och inte heller personer som lider av exempelvis demens, har läs- och talsvårigheter eller av andra skäl inte kan svara eller nås.

### Vilka använder internet?

- 94 procent av befolkningen 16 år eller äldre använder internet; 90 procent gör det dagligen.
- Av de födda på 60-talet eller senare använder i princip alla internet dagligen.
- 8 av 10 pensionärer använder internet och fler än 6 av 10 (65 procent) är där dagligen. \*)
- 9 av 10 av pensionärerna i åldern 66-75 år använder internet och 3 av 4 är där dagligen. \*)
- 7 av 10 av pensionärerna i åldern 76 år eller äldre använder internet och 5 av 10 är där dagligen. \*)
- Mer än 5 av 10 av de födda på 1920- och 30-talet använder internet och 4 av 10 är där dagligen.

### Vilka använder inte internet?

- 6 procent av befolkningen som är 16 år eller äldre använder inte internet.
- Uppemot hälften av de födda på 1920- och 30-talet använder inte internet.
- 2 av 10 av pensionärerna använder inte internet. \*)
- 3 av 10 av de äldsta pensionärerna som är 76 år eller äldre använder inte internet. \*)

---

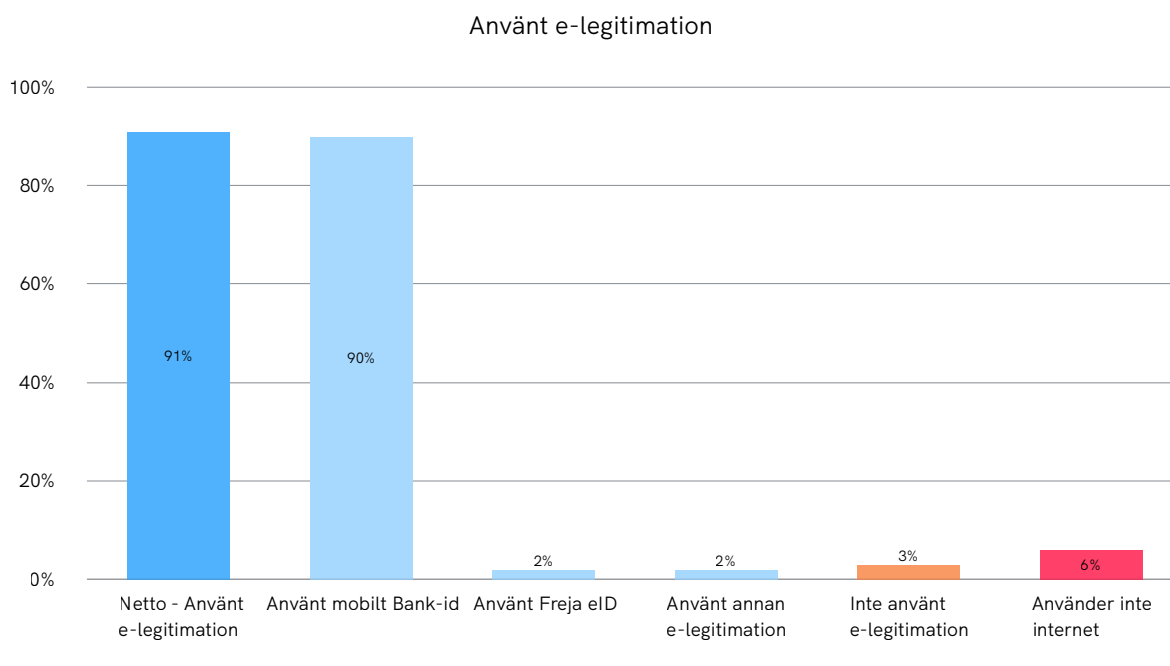
\*) För mer information, se *tabellbilaga*

# E-legitimation och mobilt Bank-id

## 9 av 10 använder e-legitimation

Det här diagrammet visar hur många som har använt e-legitimation det senaste året samt vilken e-legitimationstjänst de använt sig av. Det har varit möjligt att ange flera e-legitimationstjänster.

Diagram 1.2, Bas: Samtliga 18+ år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna använt någon av följande e-legitimationer? År 2022 (Studie 1)



### Vilka e-legitimationstjänster används och hur ser användningen ut?

De allra flesta använder e-legitimation och mobilt Bank-id dominerar. Utmanaren Freja e-id används enbart av ett par procent men har sin största andel användare bland de yngsta. En förklaring till den yngre användarskaran skulle kunna vara att Freja e-id inte måste vara kopplat till ett bankkonto, samt att den kan användas som en fotolegitimation. Det kan även finnas olika åldersgränser för användning av mobilt Bank-id och Freja e-id som gör att andelen unga användare är större för Freja e-id.

- 91 procent av befolkningen som är 16 år eller äldre använder sig av e-legitimation. Bland de som använder internet är motsvarande siffra 97 procent. \*)
- 90 procent av befolkningen använder sig av e-legitimationstjänsten mobilt Bank-id.
- 2 procent av befolkningen använder sig av e-legitimationstjänsten Freja e-id.
- Freja e-id används i högre utsträckning av framför allt 00-talister (9 procent) och även till viss del bland stadsbor (3 procent). \*)

För mer information om användning av mobilt Bank-id, se *diagram 1.3*.

---

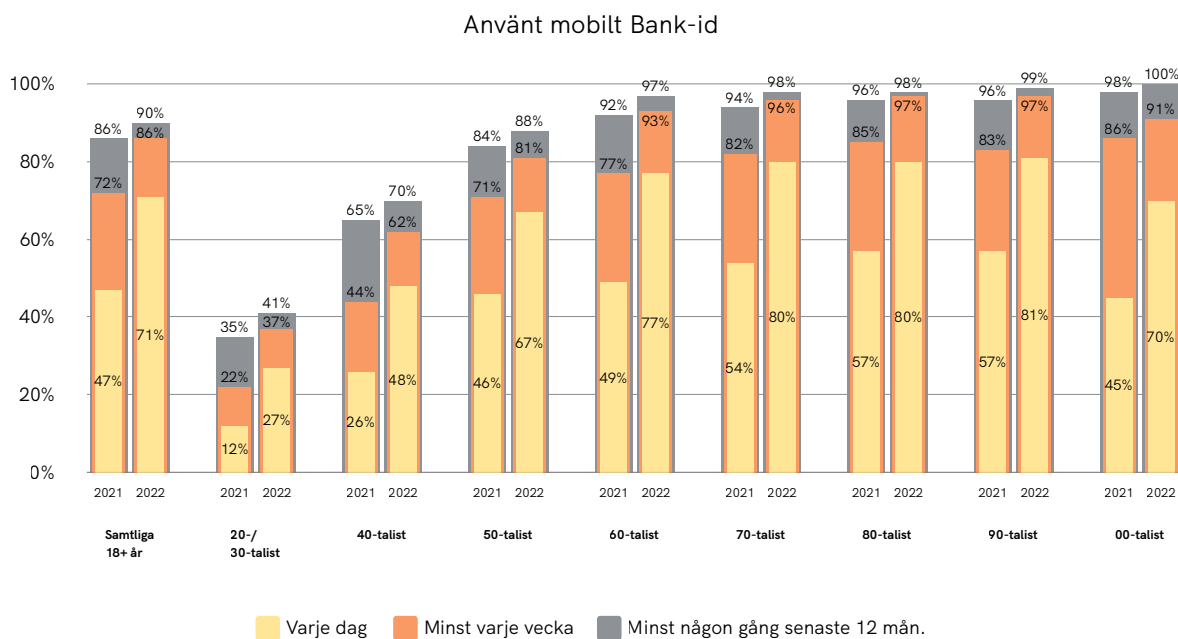
\*) För mer information, se *tabellbilaga*



## Daglig användning av mobilt Bank-id skjuter i höjden

Det här diagrammet visar hur många som har använt e-legitimationen mobilt Bank-id fördelat på generation för både år 2021 och år 2022.

Diagram 1.3, Bas: Samtliga 18+ år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna använt någon av följande e-legitimationer / varje vecka / varje dag? Mobilt Bank-id. År 2021-2022 (Studie 1)



### Hur har användningen av mobilt Bank-id förändrats sedan 2021?

Kort sammanfattat har användningen av mobilt Bank-id ökat det senaste året, framför allt den dagliga användningen.

- 9 av 10 i befolkning har använt sig av mobilt Bank-id vilket är en liten ökning med 4 procentenheter sedan 2021.
- Nära 9 av 10 använder sig av mobilt Bank-id varje vecka vilket är en ökning med 14 procentenheter sedan 2021.
- Störst ökning har skett på den dagliga användningen av mobilt Bank-id med 24 procentenheter sedan 2021 och som nu ligger på 7 av 10 i befolkningen.
- 1920-, 30- och 40-talister har dubblat sin dagliga användning av mobilt Bank-id sedan 2021.
- 7 av 10 pensionärer använder mobilt Bank-id vilken är en ökning från cirka 6 av 10 år 2021. \*)
- Pensionärerna har dubblat sitt dagliga användande från en fjärdedel år 2021 till att hälften av dem är dagliga användare i år. \*)

### Vilka har inte använt mobilt Bank-id det senaste året?

- 1 av 10 i befolkningen har inte använt mobilt Bank-id.
- 3 av 10 pensionärer har inte använt mobilt Bank-id. \*)
- 6 av 10 av 1920- och 30-talisterna har inte använt mobilt Bank-id.

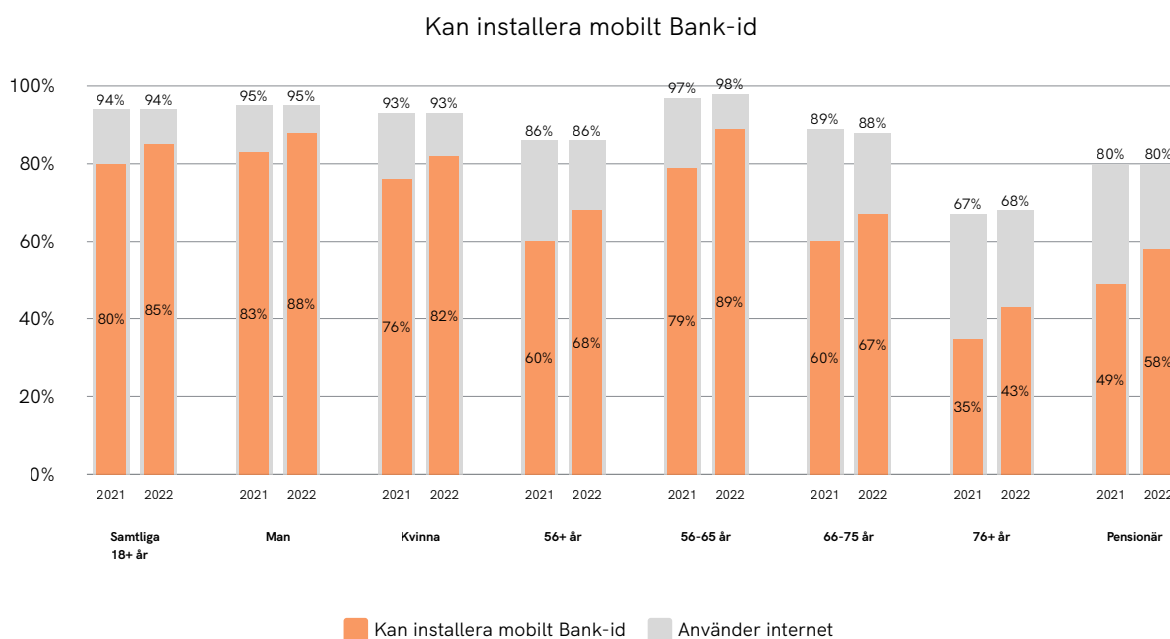
---

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## Färre behöver hjälp med att installera mobilt Bank-id

I *diagram 1.4* ser vi hur många i befolkningen som på egen hand kan eller skulle kunna installera mobilt Bank-id i jämförelse med hur många som använder internet.

Diagram 1.4, Bas: Samtliga 18+ år, Fråga: Vad av följande skulle du kunna göra på egen hand? Installera mobilt Bank-id. År 2021-2022 (Studie 1) \*Obs! Frågan något annorlunda formulerad år 2021.



### Hur har hjälpbehovet av att installera mobilt Bank-id förändrats sedan 2021?

Hjälpbehovet av att installera mobilt Bank-id har minskat det senaste året. Det hänger med största sannolikhet samman med att användningen, och därmed erfarenheten, har ökat vilket framgår i *diagram 1.3*. Sett till befolkningen i stort har hjälpbehovet minskat med 5 procentenheter men bland de över 55 år har det minskat med mellan 7-10 procentenheter i de olika åldersgrupperna. Ålder är den faktor som är mest avgörande. Kvinnor uppger också i högre grad än män att de behöver hjälp med att installera mobilt Bank-id.

### Vilka kan inte installera mobilt Bank-id?

*Diagram 1.4* visar att det är:

- var sjunde i befolkningen
- 4 av 10 av pensionärerna
- mer än 6 av 10 som är födda på 1920- och 30-talet \*)
- närmare 6 av 10 av de äldre pensionärerna (76+ år)
- en tredjedel av de yngre pensionärerna (66–75 år)
- 1 av 10 av de som är mellan 56–65 år

---

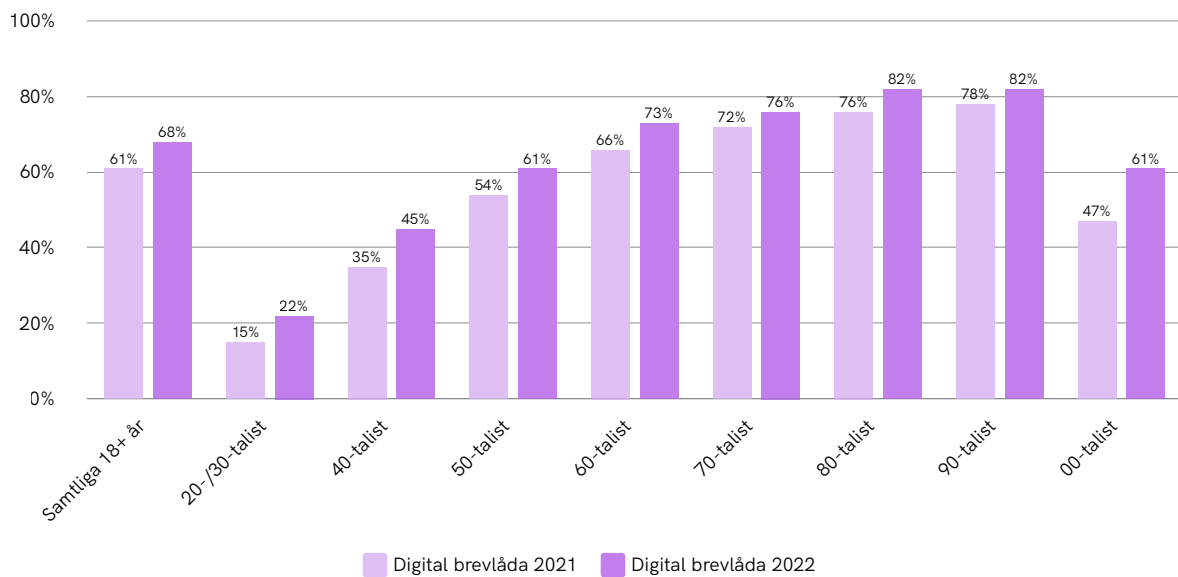
\*) För mer information, se *tabellbilaga*

# Digital brevlåda

## Användningen av digitala brevlådor ökar

Det här diagrammet visar vilka som har använt en digital brevlåda de senaste 12 månaderna för år 2021 respektive år 2022.

Diagram 1.5, Bas: Samtliga 18+ år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna använt följande e-tjänst? Digital brevlåda. År 2021-2022 (Studie 1)



### Hur ser användningen av digitala brevlådor ut i år jämfört med år 2021?

- Användningen av digitala brevlådor har ökat. I år använder nära 7 av 10 i befolkningen digitala brevlådor jämfört med 6 av 10 år 2021.
- Pensionärerna har ökat sin användning av digitala brevlådor från en tredjedel år 2021 till nära hälften i år. \*)
- Ökningen har skett i alla åldrar men framförallt i den äldre halvan av befolkningen samt hos de allra yngsta.
- Störst ökning har skett bland 40- och 00-talister, där 40-talisterna ökat sin användning med 10 procentenheter till 45 procent, och 00-talisterna ökat sin användning med 14 procentenheter till 61 procent.
- 70-, 80- och 90-talister är de som redan använder digitala brevlådor mest av alla och har därmed haft minst ökning.
- Män har ökat sin användning av digitala brevlådor i högre grad än kvinnor och fler män (70 procent) är idag användare än kvinnor (65 procent). \*)

### Vilka använder inte digitala brevlådor?

- Bland 20- och 30-talisterna använder 8 av 10 inte digitala brevlådor.
- Drygt hälften av pensionärerna använder inte digitala brevlådor. \*)
- Bland 70-, 80- och 90-talisterna använder runt 2 av 10 inte digitala brevlådor.

---

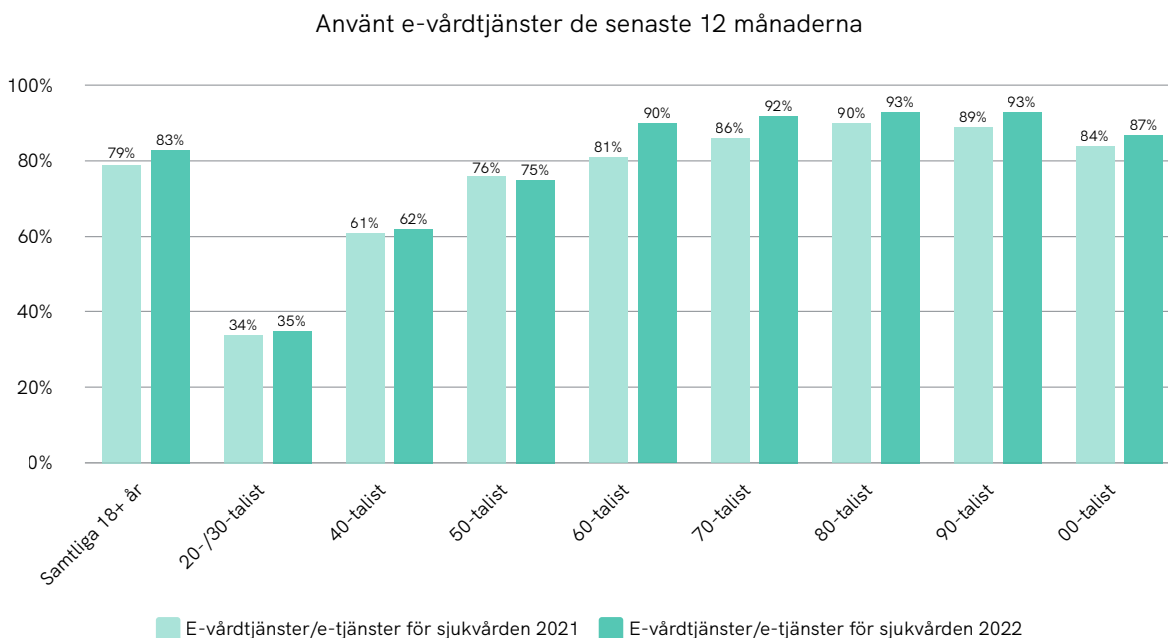
\*) För mer information, se *tabellbilaga*

# Digitala vårdtjänster

## En tredjedel av de äldsta använder digitala vårdtjänster

Det här diagrammet visar vilka som har använt e-tjänster för sjukvården de senaste 12 månaderna, för år 2021 respektive år 2022. Med att använda e-vårdtjänster avses till exempel att ha loggat in på webbplatsen 1177 Vårdguiden, haft ett digitalt läkarbesök eller sökt efter information på nätet vid sjukdom.

Diagram 1.6, Bas: Samtliga 18+ år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna använt följande e-tjänst? E-vårdtjänster/e-tjänster för sjukvården (logga in på 1177.se, digitala vårdbesök, söka info vid sjukdom online etc.). År 2021–2022 (Studie 1)



### Hur ser användningen av digitala vårdtjänster ut i år jämfört med år 2021?

- Användningen av e-vårdtjänster har ökat endast marginellt och ligger på runt 8 av 10 i befolkningen.
- 6 av 10 pensionärer använder digitala vårdtjänster vilket i princip är lika många som år 2021. \*)
- Störst ökning har skett bland 60-talister (9 procentenheter) och 70-talister (6 procentenheter); de ligger nu på samma höga nivå som 80- och 90-talisterna, det vill säga runt 9 av 10 är användare.
- Tittar vi på den arbetsföra befolkningen 18-65 år ser vi ingen skillnad i användning av digitala vårdtjänster mellan stad och landsbygd – varken i år eller år 2021. \*)

### Vilka använder inte digitala vårdtjänster?

- 2 av 10 i befolkningen använder inte e-vårdtjänster.
- 4 av 10 av pensionärerna använder inte e-vårdtjänster. \*)
- Två tredjedelar av 1920- och 30-talisterna använder inte e-vårdtjänster.

---

\*) För mer information, se *tabellbilaga*



## Var fjärde har haft ett digitalt läkarbesök senaste året

I de här två diagrammen ser vi hur många som under de senaste 12 månaderna har använt en vårdapp, det vill säga besökt en läkare digitalt via videosamtal.

Det första *diagrammet (1.7a)* visar hur många i befolkningen som har använt en vårdapp i jämförelse med hur många som använder internet. Det andra *diagrammet (1.7b)* är enbart baserat på internetanvändare och där jämför vi hur många som har använt en vårdapp med de som enbart har träffat en läkare fysiskt eller inte behövt träffa läkare alls.

Diagram 1.7a, Bas: Samtliga 18+ år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna vid behov gjort något av följande? Använt en vårdapp, dvs besökt en läkare digitalt via videosamtal. År 2022 (Studie 1)

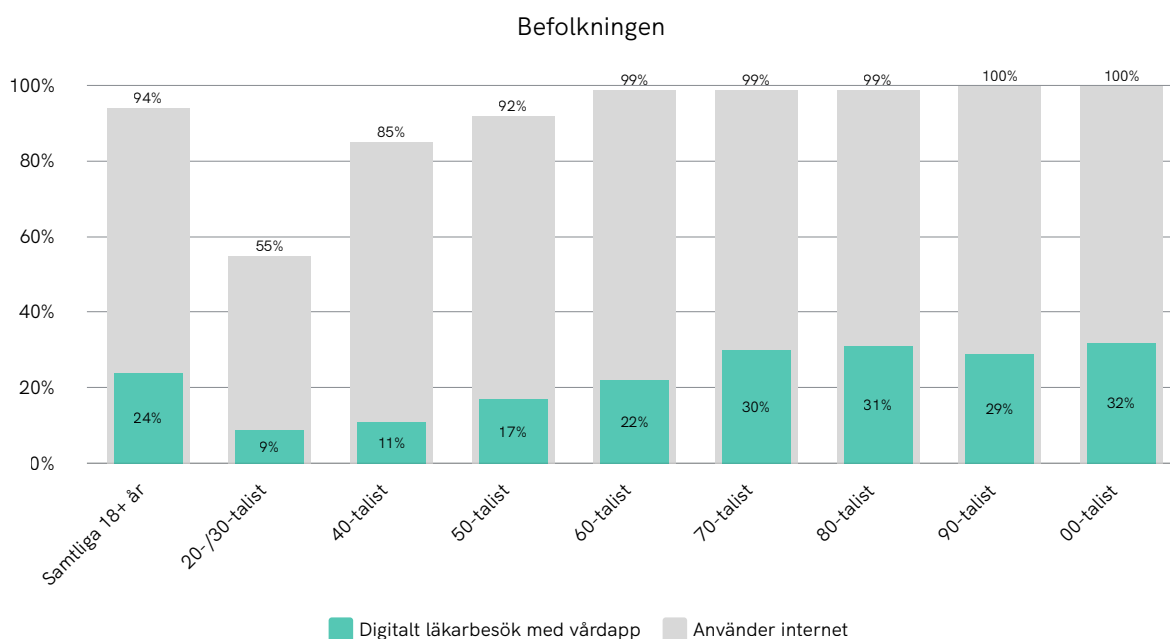
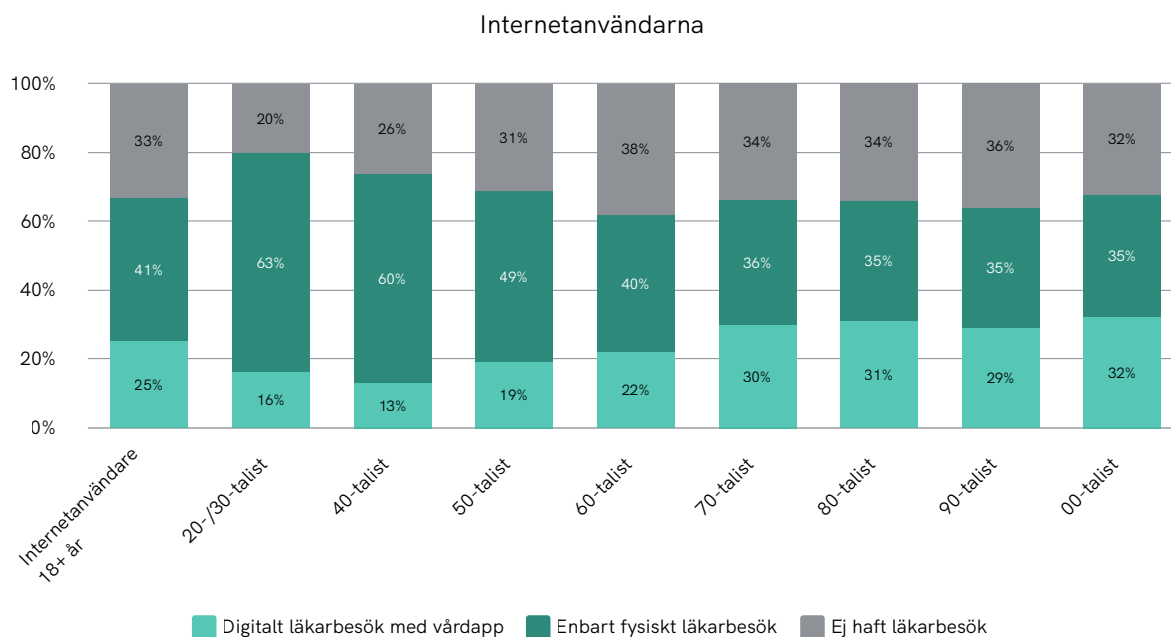


Diagram 1.7b, Bas: Internetanvändare 18+ år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna vid behov gjort något av följande? Använt en vårdapp, dvs besökt en läkare digitalt via videosamtal. År 2022 (Studie 1)



### Hur ser användningen av vårdappar ut?

Användning av vårdappar hänger samman med flera faktorer. Först och främst påverkar internetanvändning, det vill säga om man alls har möjlighet att kunna använda en vårdapp. Sedan påverkar också om det överhuvudtaget funnits ett behov av vård och även vilken typ av vård som behövs.

De som främst använder vårdappar är den yngre halvan av befolkningen. Där har tre gånger fler haft ett digitalt läkarbesök jämfört med de äldsta födda på 1920- och 30-talet. Läger vi på dimensionen att vara internetanvändare så dubblas nästan användningen bland de äldsta.

Det nedre diagrammet visar också att det är de äldsta som har det största vårdbehovet. Det är dock viktigt att poängtera att det i mångt och mycket kan handla om behov av vårdbesök som inte är möjliga att genomföra digitalt.

### Vilka använder vårdappar?

- Var fjärde har använt en vårdapp för ett digitalt läkarbesök det senaste året.
- Sett till de internetanvändare som har besökt en läkare det senaste året har 4 av 10 använt en vårdapp. \*)
- Vårdappar har använts mer av den yngre halvan av befolkningen varav runt 3 av 10 har haft ett digitalt läkarbesök det senaste året.
- Att använda vårdappar är mer vanligt i städer, i synnerhet storstäder, än på landsbygden. \*)
- Drygt 1 av 10 pensionärer har haft ett digitalt läkarbesök i en vårdapp det senaste året. \*)

### Vilka använder inte vårdappar?

- 3 av 4 har inte använt en vårdapp det senaste året.
- Nära 9 av 10 av pensionärerna har inte använt en vårdapp det senaste året. \*)
- 9 av 10 av 20- och 30-talisterna har inte använt en vårdapp det senaste året.

---

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## Fler pensionärer kan i år använda en vårdapp utan hjälp

I dessa tre diagram tar vi reda på hur många som på egen hand kan, eller vid behov skulle kunna, använda en vårdapp, logga in på 1177 Vårdguiden eller hämta ut ett vaccinationsbevis. Frågorna för vårdapp och 1177 jämför vi med motsvarande resultat från 2021 även om frågorna var något annorlunda formulerade då. Frågan om vaccinationsbevis är ny för i år.

Diagram 1.8a, Bas: Samtliga 18+ år, Fråga: Vad av följande skulle du kunna göra på egen hand? Använda en vårdapp, dvs. besöka en läkare digitalt via videosamtal. År 2021-2022 (Studie 1)  
\*Obs! Fråga något annorlunda formulerad 2021

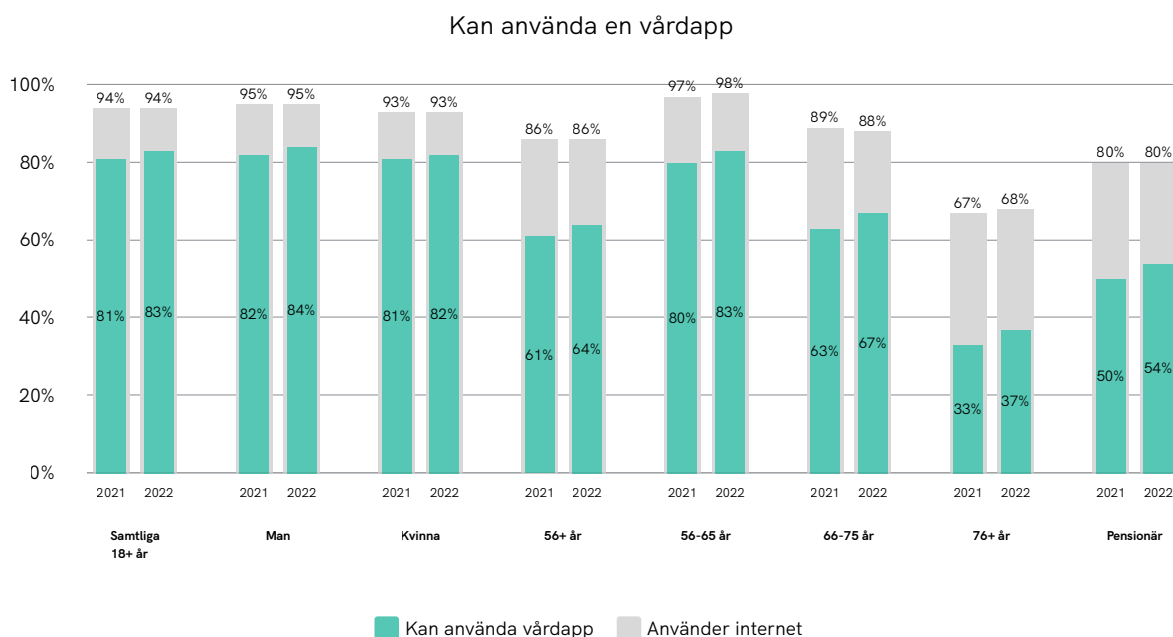


Diagram 1.8b, Bas: Samtliga 18+ år, Fråga: Vad av följande skulle du kunna göra på egen hand? Logga in på 1177 Vårdguiden. År 2021-2022 (Studie 1) \*Obs! Fråga något annorlunda formulerad 2021

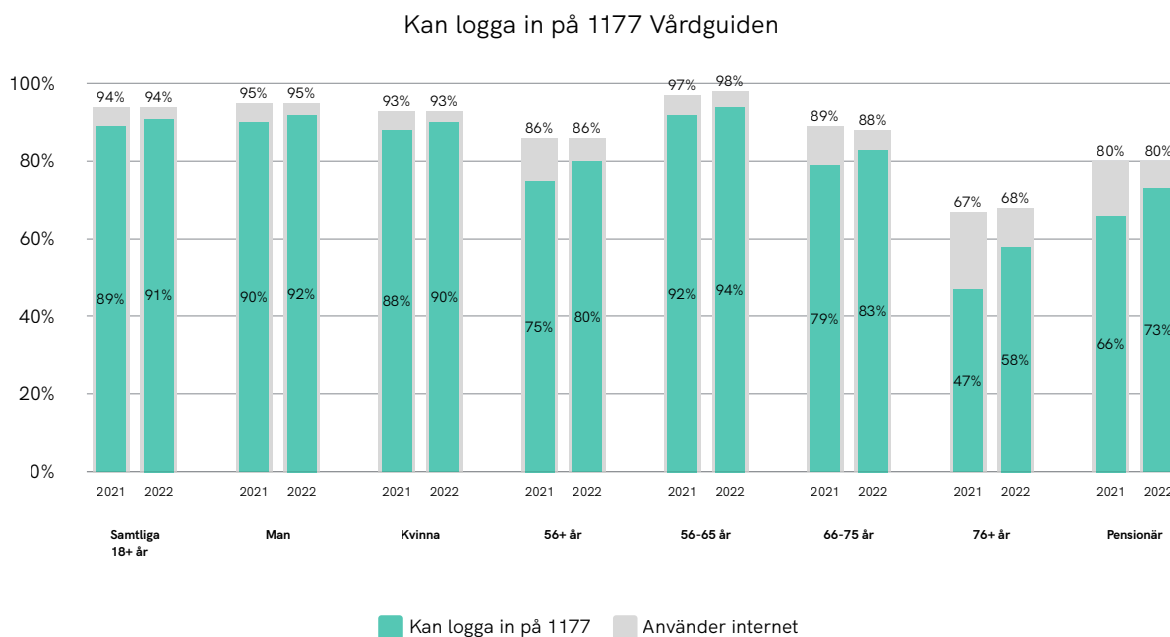
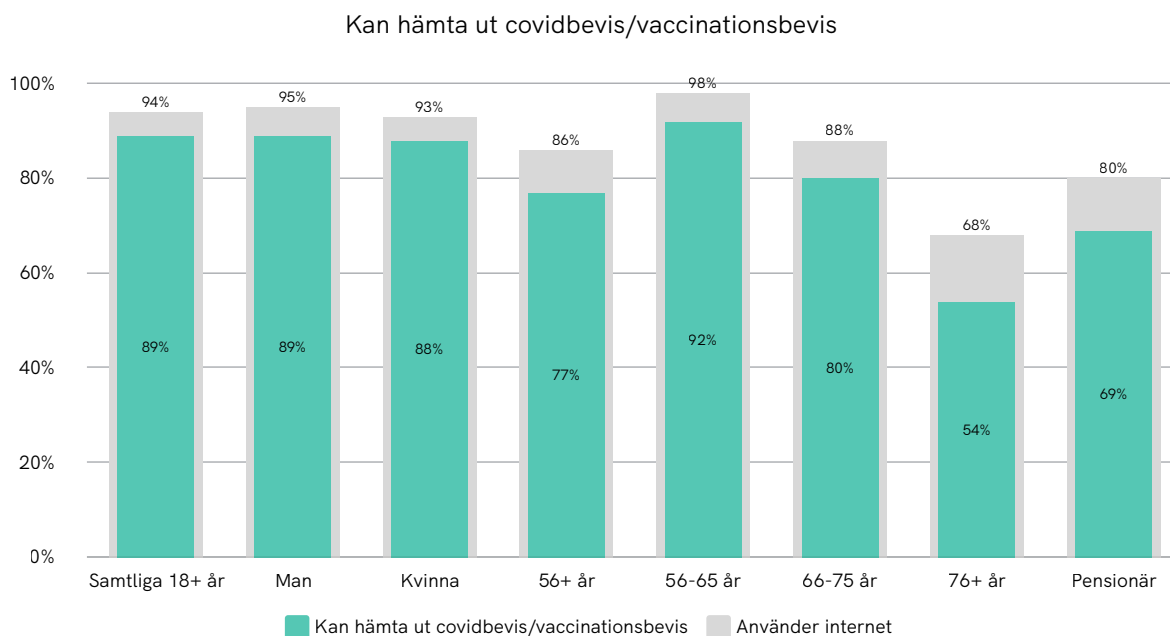


Diagram 1.8c, Bas: Samtliga 18+ år, Fråga: Vad av följande skulle du kunna göra på egen hand? Hämta ut ditt covidbevis/vaccinationsbevis. År 2022 (Studie 1)



### Vilka kan inte använda dessa tre digitala vårdtjänster?

De tre digitala vårdtjänster vi undersöker här visar på ett tydligt mönster: Det är de äldre som inte kan eller skulle kunna använda dessa tjänster. I jämförelse mellan dessa tre är användningen av en vårdapp den största utmaningen. Jämför vi ett år bakåt för vårdappar och 1177 är det dock i år fler som uppger att de kan använda dessa e-vårdtjänster, i synnerhet bland de som är 76 år eller äldre.

### Vilka kan inte använda vårdappar?

*Diagram 1.8a* visar att det är:

- nära var femte i befolkningen
- uppemot 5 av 10 av pensionärerna
- drygt 6 av 10 av de äldre pensionärerna (76+ år)
- en tredjedel av de yngre pensionärerna (66–75 år)

### Vilka kan inte logga in på 1177 Vårdguiden?

*Diagram 1.8b* visar att det är:

- var tionde i befolkningen
- var fjärde pensionär
- drygt 4 av 10 av de äldre pensionärerna (76+ år)
- nära var femte av de yngre pensionärerna (66–75 år)

### Vilka kan inte hämta ut sitt covidbevis?

*Diagram 1.8c* visar att det är:

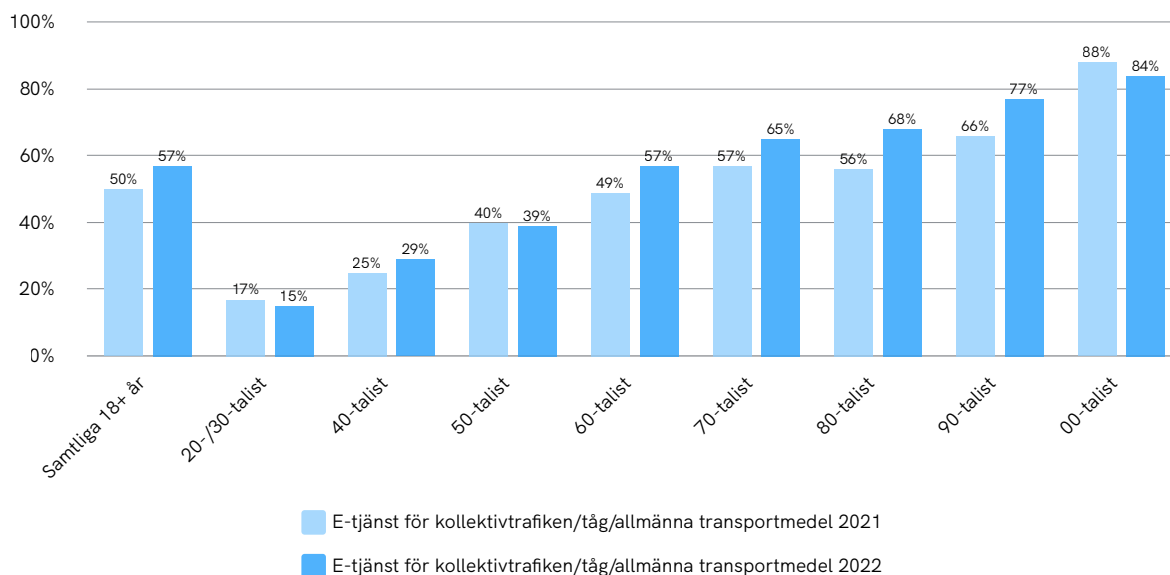
- var tionde i befolkningen
- 4 av 10 pensionärer
- närmare 5 av 10 av de äldre pensionärerna (76+ år)
- 2 av 10 av de yngre pensionärerna (66–75 år)

# Digitala resetjänster

## Användningen av e-tjänster för kollektivtrafik ökar

Vi har frågat befolkningen 18 år eller äldre om de använt någon e-tjänst för kollektivtrafik, tåg eller allmänna transportmedel, till exempel för att planera en resa online eller köpa en e-biljett. Det här diagrammet visar vilka som har gjort detta år 2021 respektive år 2022 fördelat på generation.

Diagram 1.9, Bas: Samtliga 18+ år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna använt följande e-tjänst? E-tjänst för kollektivtrafiken/tåg/allmänna transportmedel (t ex planera resa online eller köpa e-biljett). År 2021-2022 (Studie 1)



### Hur har användningen av e-tjänster för allmänt resande utvecklats sedan år 2021?

- E-tjänster för resande med kollektivtrafik, tåg och allmänna transporter har påverkats av pandemin och dess restriktioner vilket högst sannolikt ligger bakom den ökning vi nu ser från 50 procent till 57 procent i år.
- 8 av 10 studerande använder digitala resetjänster vilket i princip är lika många som år 2021. \*) Ser vi enbart till 00-talisterna tenderar en liten minskning ha skett.
- 3 av 10 pensionärer har använt digitala resetjänster vilket är en marginell ökning från 2021. \*)

### Vilka använder inte e-tjänster för allmänt resande?

- 4 av 10 i befolkningen använder inte digitala resetjänster.
- 7 av 10 pensionärer använder inte digitala resetjänster. \*)
- 8 av 10 som är 76 år eller äldre använder inte digitala resetjänster.

---

\*) För mer information, se *tabellbilaga*



## Mer än hälften har rest med en digital biljett i mobilen

I det här två diagrammen ser vi hur många som under de senaste 12 månaderna har rest med en digital biljett i mobilen.

Det första diagrammet visar hur många i befolkningen som har rest med en digital biljett i jämförelse med hur många som använder internet. Det andra diagrammet är enbart baserat på internetanvändare; där jämför vi de som har rest med en digital biljett med de som enbart har rest med en fysisk biljett eller inte rest med en biljett alls.

Diagram 1.10a, Bas: Samtliga 18+ år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna vid behov gjort något av följande? Rest med hjälp av en digital biljett i mobiltelefonen. År 2022 (Studie 1)

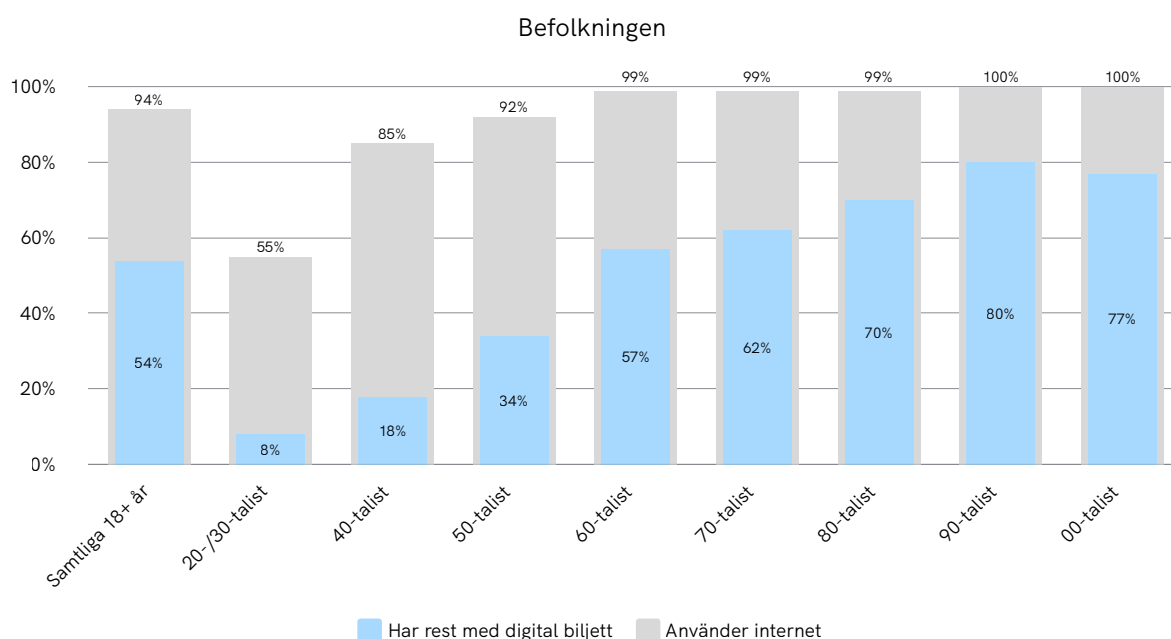
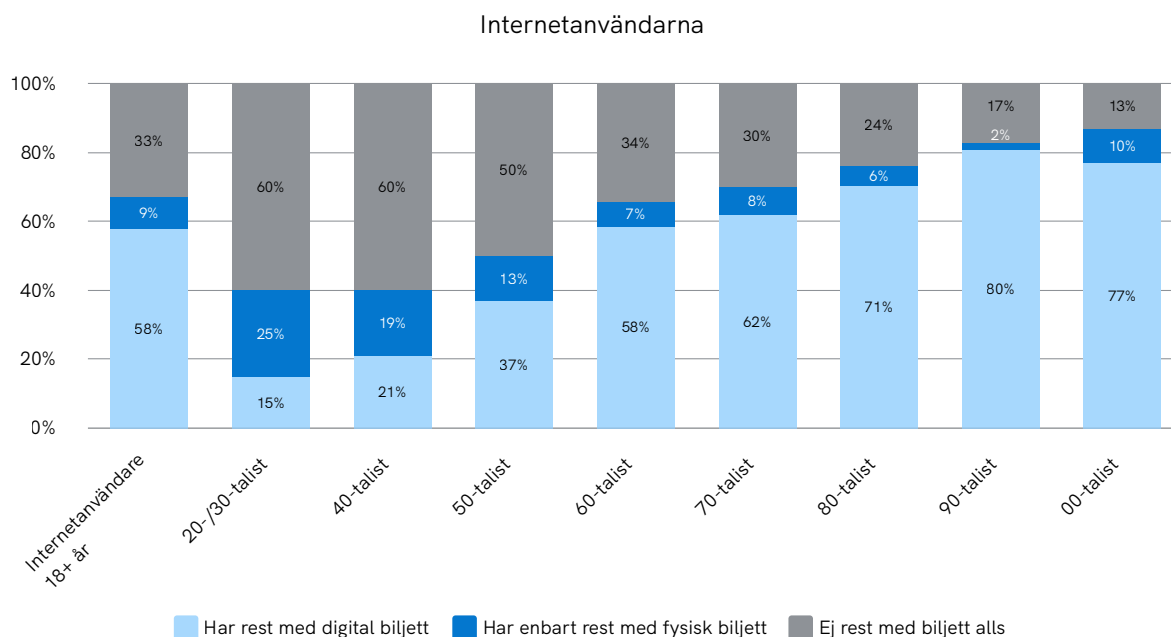


Diagram 1.10b, Bas: Internetanvändarna 18+ år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna vid behov gjort något av följande? Rest med hjälp av en digital biljett i mobiltelefonen.  
År 2022 (Studie 1)



### Hur ser nyttjandegraden av digitala biljetter för resande ut?

Att resa med en digital biljett hänger samman med flera faktorer, till exempel om det överhuvudtaget funnits ett behov av att resa med allmän transport. Utöver det påverkar också internetanvändning, det vill säga om man alls har möjlighet att skaffa och nyttja en digital biljett. Det är också viktigt att ha i åtanke att pandemin och dess restriktioner har haft en påtaglig effekt på resandet med allmänna transportmedel, i synnerhet bland riskgrupper som de äldsta.

Det är främst de yngsta som har rest med en digital biljett i mobilen. Bland dessa 90- och 00-talister har tio gånger fler rest med en digital biljett jämfört med de äldsta som är födda på 20- och 30-talet. Läger vi på dimensionen att vara internetanvändare så blir användningen av digitala biljetter bland de äldsta nästan det dubbla.

### **Vilka har rest med en digital biljett i mobilen det senaste året?**

- Mer än hälften av befolkningen har rest med en digital biljett i mobilen.
- Bland internetanvändare som har rest med någon biljett har nära 9 av 10 rest med en digital biljett. \*)
- Runt 8 av 10 av 90- och 00-talisterna har rest med en digital biljett i mobilen vilket i jämförelse är mest av alla.
- 2 av 10 pensionärer har rest med en digital biljett i mobilen. \*)

### **Vilka har inte rest med en digital biljett i mobilen det senaste året?**

- Drygt 4 av 10 av befolkningen har inte rest med en digital biljett i mobilen.
- Runt 4 av 10 av 60- och 70-talisterna har inte rest med en digital biljett i mobilen.
- 8 av 10 pensionärer har inte rest med en digital biljett i mobilen. \*)

---

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## Majoriteten betalar parkeringsavgift med en app

I de här två diagrammen ser vi hur många som under de senaste 12 månaderna har betalat för parkering via en app.

Det första *diagrammet (1.11a)* visar hur många i befolkningen som har betalat en parkeringsavgift via en app i jämförelse med hur många som använder internet. Det andra *diagrammet (1.11b)* är enbart baserat på internetanvändare och där jämför vi de som har betalat en avgift i en parkeringsapp med de som enbart har betalat parkeringsavgift i en p-automat eller inte betalat en parkeringsavgift alls.

Diagram 1.11a, Bas: Samtliga 18+ år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna vid behov gjort något av följande? Betalat parkeringsavgift via en app istället för p-automat. År 2022 (Studie 1)

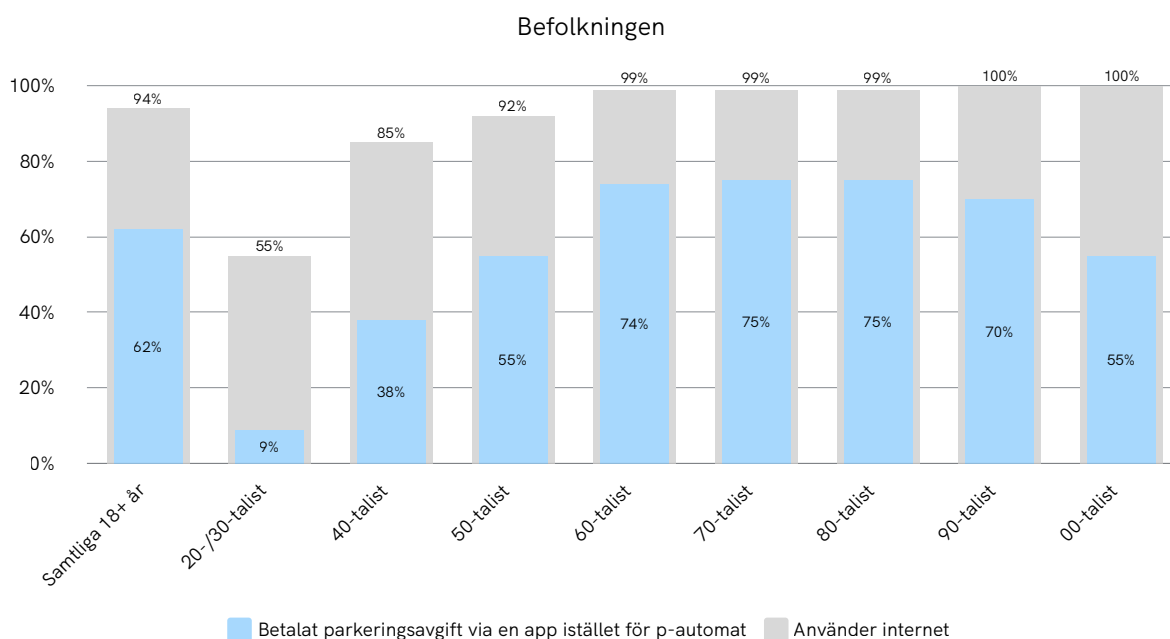
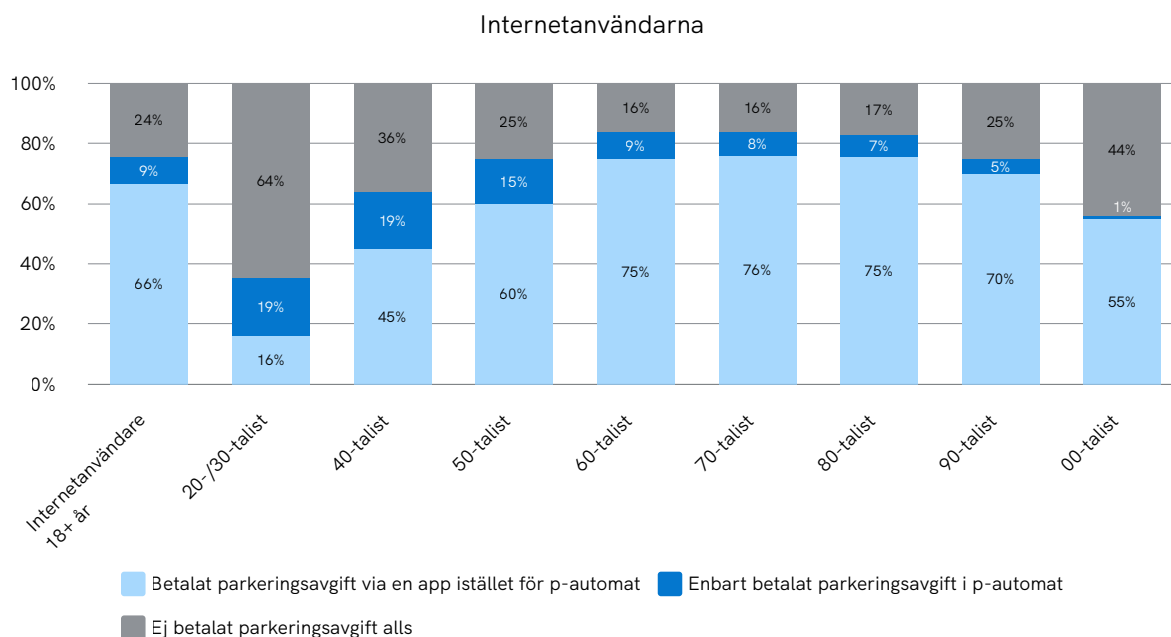


Diagram 1.11b, Bas: Internetanvändarna 18+ år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna vid behov gjort något av följande? Betalat parkeringsavgift via en app istället för p-automat. År 2022 (Studie 1)



### Hur ser användandet av parkeringsappar ut?

Användningen av parkeringsappar styrs främst av om man överhuvudtaget kör bil och behöver betala en parkeringsavgift. Det hänger också samman med internetanvändning, det vill säga om man ens har möjlighet att kunna använda en parkeringsapp.

De som främst använt parkeringsappar är 60-, 70- och 80-talister, vilka också är de som mest av alla har betalat parkeringsavgifter överhuvudtaget. De äldsta internetanvändarna som är födda på 1920- och 30-talet är de enda som mer ofta betalat parkeringsavgift enbart i automat än via en app.

### Vilka har betalat parkeringsavgift i en app?

- Drygt 6 av 10 av befolkningen har betalat parkeringsavgift i en app.
- 3 av 4 av 60-, 70- och 80-talisterna har betalat parkeringsavgift i en app vilket i jämförelse är mest av alla.
- Nära 4 av 10 pensionärer har betalat parkeringsavgift i en app. \*)

### Vilka har inte betalat parkeringsavgift i en app?

- Nära 4 av 10 av befolkningen har inte betalat parkeringsavgift i en app.
- 3 av 10 av 90-talisterna har inte betalat parkeringsavgift i en app.
- Nära 6 av 10 pensionärer har inte betalat parkeringsavgift i en app. \*)

---

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

# Kapitel 2: Vad begränsar vår internetanvändning?



# Äldre begränsas av tekniken, yngre av att skydda sin integritet

I det här kapitlet tar vi reda på vad som begränsar svenskarnas internetanvändning. Hur stort hinder är tekniken? Har vi råd med olika enheter och nättjänster? Känner vi oss otrygga av hackare, lurendrejare och osanningar på nätet? Vad gör vi för att skydda vår digitala integritet? Dessa och andra frågor får vi svar på här. Därtill får svenskarna själva berätta vad de tänker om de digitala spår de lämnar efter sig på nätet.

Vi ser bland annat följande:

- De allra flesta internetanvändare begränsar sin internetanvändning på något sätt. Den vanligaste orsaken är att man vill skydda sin integritet på nätet, exempelvis genom att undvika olika sociala medier eller begränsa vilka funktioner olika appar kan använda. Den näst vanligaste orsaken att begränsa sin internetanvändning beror på att man känner otrygghet för att bli lurad eller bedragen på nätet. På tredje plats hamnar svårigheter med det tekniska som att förstå terminologin och kunna hantera olika nättjänster.
- Begränsningarna i internetanvändandet skiljer sig mellan äldre och yngre. Kortfattat begränsas äldre främst av tekniken och yngre av att skydda sin personliga integritet. Äldre begränsas också mer än yngre av att de känner sig otrygga på nätet, samt av kostnadsskäl; vanligast är att de inte har råd med en smartmobil. Den yngre halvan av befolkningen är i sin tur mer benägen att skydda sin personliga integritet på nätet; exempelvis är det mer än hälften som klickar ur sin platsinformation på mobilen.
- Det finns skillnader mellan hur män och kvinnor begränsar sitt internetanvändande. Män klickar ur cookies (kakor) på webbplatser i högre grad än kvinnor och är mer benägna att undvika vissa appar. Det är också betydligt mer vanligt bland män än kvinnor att helt avstå från att använda sociala medier. Skillnaden är som störst bland de yngsta där ytterst få kvinnor avstår från sociala medier av integritetsskäl. Kvinnor är i sin tur mer begränsade av tekniska svårigheter och av att de mer ofta än män känner sig otrygga på nätet.



- En tredjedel av internetanvändarna tänker på de digitala spår de lämnar efter sig på nätet. Det gäller framförallt de yngre och mest av alla 90-talisterna. Detta hänger samman med kunskap om både hur man kan skydda sig och om vilka personliga uppgifter man lämnar efter sig. Många äldre uppger att de inte vet hur de ska göra för att skydda sin personliga integritet och flera undrar vad som menas med att "klicka ur".
- Internetanvändare i alla åldrar reflekterar över riktad reklam och annonser på nätet. Googlar man efter något på nätet så dyker det ofta upp reklam för det inom kort. Detta väcker både irritation och rädsla för att storföretag kan sälja personliga uppgifter vidare till kommersiella och politiska krafter. Äldre internetanvändare reflekterar inte lika mycket över vad de lägger ut som de unga. De ser sig själva som "ointressanta" och att de har "rent mjöl i påsen". Däremot är rädslan för hackare och bedragare större bland de äldre.

### Innehåll

#### Vilka områden begränsar?

- 2.1a Områden som begränsar internetanvändning
- 2.1b Områden som begränsar internetanvändning – fördelat på generation
- 2.1c Områden som begränsar internetanvändning – fördelat på kön

#### Tekniska svårigheter

- 2.2a Tekniska svårigheter som begränsar
- 2.2b Tekniska svårigheter som begränsar – fördelat på studerar/arbetar/pensionär

#### Kostnadsskäl

- 2.3 Kostnader som begränsar internetanvändningen – fördelat på 1920-/30-talist

#### Otrygghet

- 2.4a Otrygghet som begränsar internetanvändning
- 2.4b Otrygghet som begränsar internetanvändning – fördelat på studerar/arbetar/pensionär
- 2.4c Otrygghet som begränsar internetanvändning – fördelat på kön

#### Att skydda sin integritet

- 2.5 Åtgärder för att skydda sin personliga integritet på nätet
- 2.6 Klickar ur platsinformation/kontakter/kamera/mikrofon – fördelat på generation

#### Vilka klickar ur cookies?

- 2.7 Klickar ur cookies – fördelat på kön/generation

**Vilka undviker sociala medier?**

- 2.8a Undviker att använda/olika aktiviteter på sociala medier - fördelat på generation
- 2.8b Undviker att använda/uttrycka åsikter på sociala medier - fördelat på kön/generation

**Vilka undviker vissa appar?**

- 2.9 Undviker att använda/installera vissa appar - fördelat på kön/generation

**Vad tänker vi om våra digitala spår?**

- 2.10 Andel som tänker på de digitala spår de lämnar efter sig

## Vilka områden begränsar?

### Yngre begränsar sin internetanvändning främst för att skydda sin integritet och de äldsta begränsas främst av tekniken

Vi har ställt frågor till internetanvändarna om de begränsar sin internetanvändning utifrån sex olika områden. I de tre diagrammen nedan redovisar vi respektive frågeområde först totalt sett (2.1a), därefter fördelat på generationer (2.1b) och slutligen fördelat på kön (2.1c). Exakta frågeformuleringar och svarsalternativ framgår i kommande diagram i detta kapitel alternativt i *tabellbilagan*.

Diagram 2.1a, Bas: Internetanvändare 16+ år, Netto - Områden som begränsar internetanvändning. År 2022 (Studie 1)

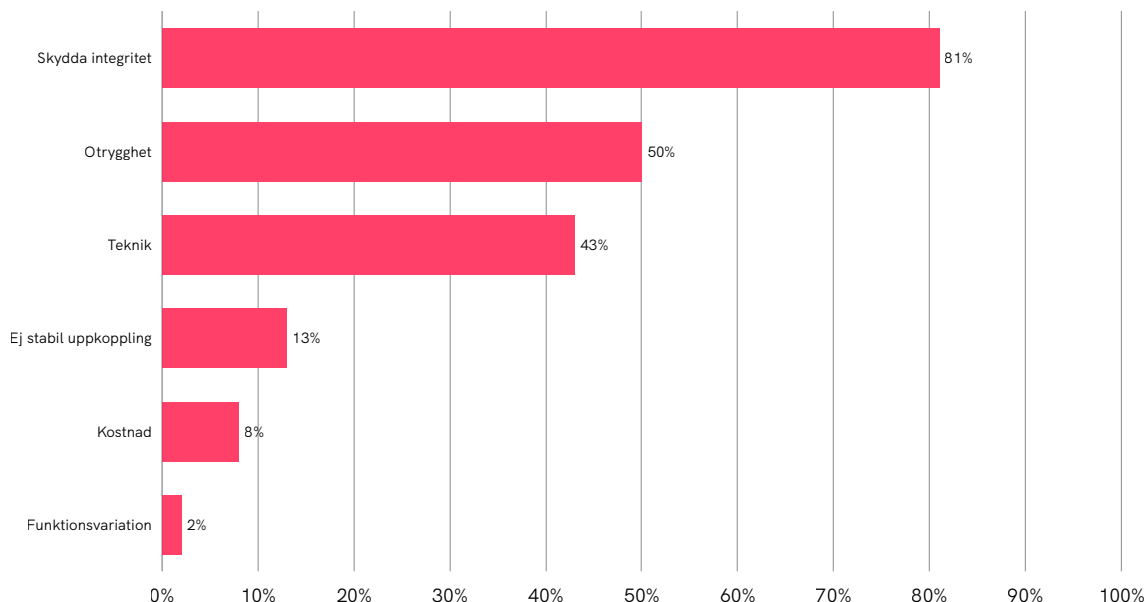


Diagram 2.1b, Bas: Internetanvändare 16+ år, Netto - Områden som begränsar internetanvändning. År 2022 (Studie 1)

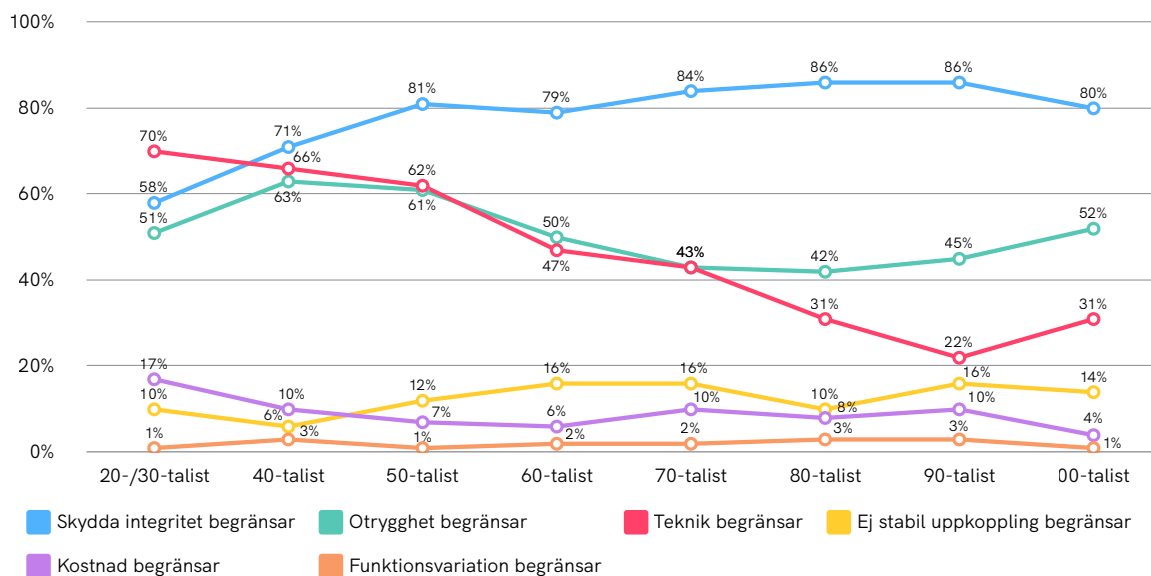
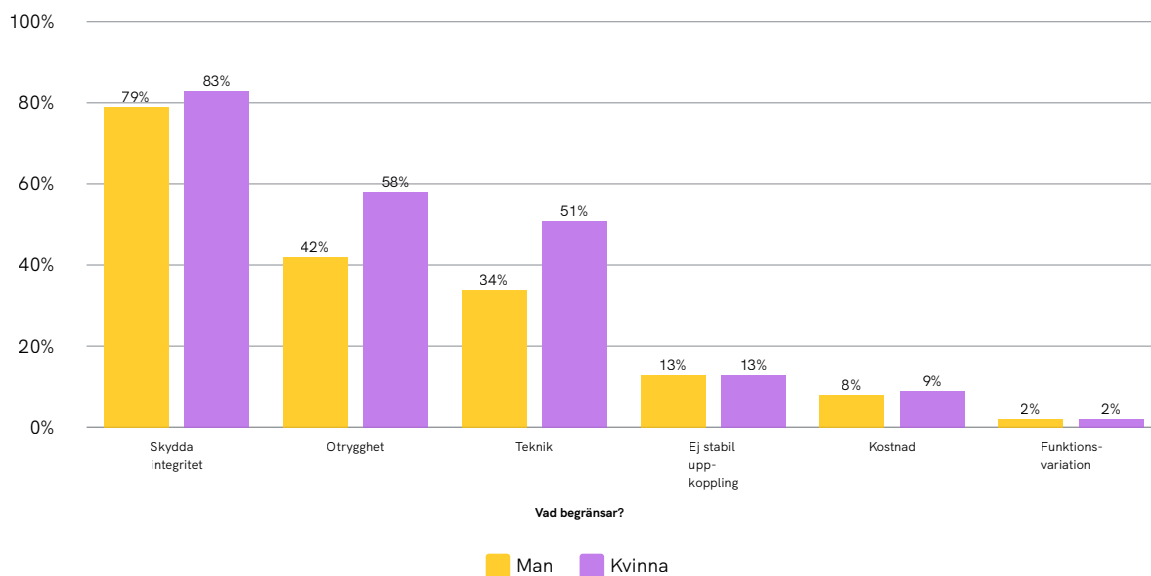


Diagram 2.1c, Bas: Internetanvändare 16+ år, Netto - Områden som begränsar internetanvändning. År 2022 (Studie 1)



### I vilken omfattning begränsar olika områden vår internetanvändning?

- 8 av 10 internetanvändare uppger att de gör något på nätet för att skydda sin integritet. Begränsningen kan vara att man väljer att klicka ur olika funktioner i appinställningar som exempelvis platsinformation eller kamera, eller att man undviker att använda vissa appar eller sociala medier.
- Hälften begränsas av *otrygghet*. Begränsning ligger i att man undviker något på grund av rädsla, oro eller bristande tillit, som till exempel av oro för nätbedrägerier och att bli hackad.
- Nära hälften begränsas av olika svårigheter med *tekniken*, allt från uppdateringar till terminologin.
- Drygt 1 av 10 upplever att de inte har en tillräckligt *stabil uppkoppling* i sitt bostadsområde.
- Knappt 1 av 10 begränsas av *kostnadsskäl*, att inte har råd med olika digitala enheter eller nättjänster.
- 2 procent av internetanvändarna uppger att de begränsar sin internetanvändning på grund av sin *funktionsvariation*, som gör att de inte kan nyttja digitala enheter eller nättjänster.

### Vilka begränsar sin internetanvändning?

De allra flesta internetanvändare tenderar begränsa sin internetanvändning på något sätt. Kort summerat så begränsar de yngre sin internetanvändning främst för att skydda sin integritet och de äldsta begränsas främst av tekniken.

- Att skydda sin integritet, som att exempelvis begränsa vilka appar eller sociala medier man använder eller vilka appinställningar man väljer att klicka ur, är något som de flesta i alla åldrar gör. För alla utom de allra äldsta är integritetskyddande åtgärder den största begränsningen.
- Otrygghet begränsar 40- och 50-talister mest av alla och kvinnor begränsas i betydligt högre utsträckning än män. Minst av alla begränsas de som är födda på 70-, 80- och 90-talet.
- Tekniken begränsar mer än hälften av den äldre halvan av befolkningen, och i synnerhet de allra äldsta födda på 20- och 30-talet upplever tekniken som det största hindret. Kvinnor begränsas i betydligt högre utsträckning än män.
- Kostnadsskäl begränsar i synnerhet de allra äldsta födda på 20- och 30-talet.
- Boende i Norrland upplever mer ofta att deras uppkoppling på nätet inte är tillräckligt stabil. \*)

I kommande diagram ska vi titta på flera områden mer i detalj.

---

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

# Tekniska svårigheter

## Tekniken begränsar 2 av 3 pensionärer på nätet

Det här diagrammen visar vilka tekniska svårigheter som begränsar oss på nätet. Det övre *diagrammet (2.2a)* är på totalnivå och det nedre (2.2b) är fördelat på om de svarande studerar, arbetar eller är pensionärer. Detta speglar också tre åldersspann. Det har varit möjligt att ange flera svar samt ett fritextsvar. Fritextsvaren är återgivna exakt som de skrivits.

Diagram 2.2a, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Upplever du att något av följande är så pass svårt att det gör att du inte kan nyttja digitala enheter eller nättjänster i den omfattning som du vill/behöver? År 2022 (Studie 1)

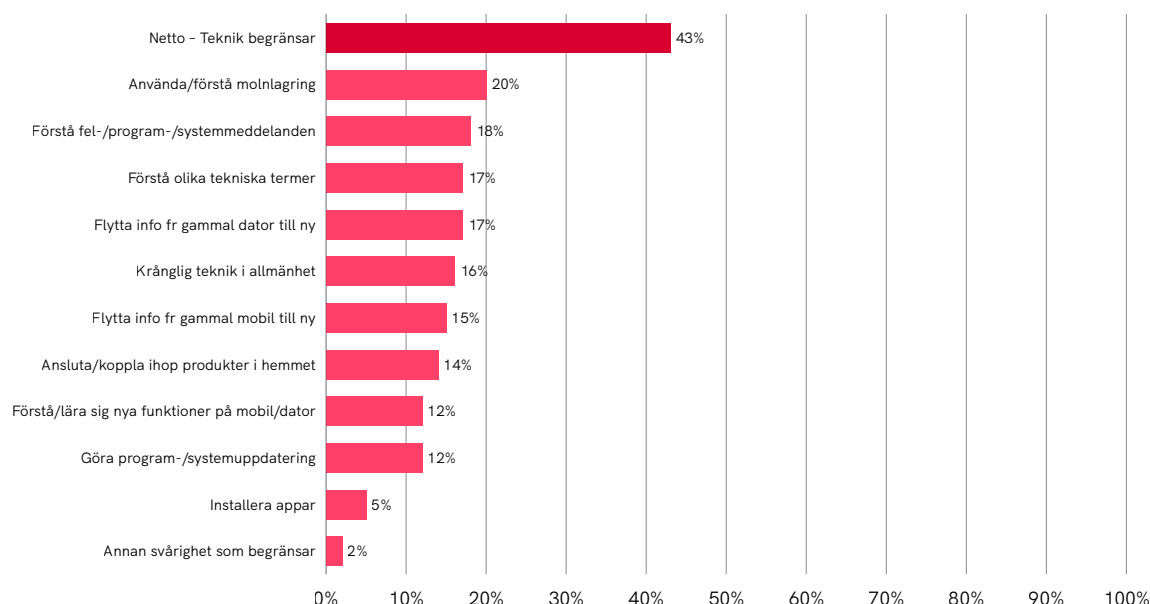
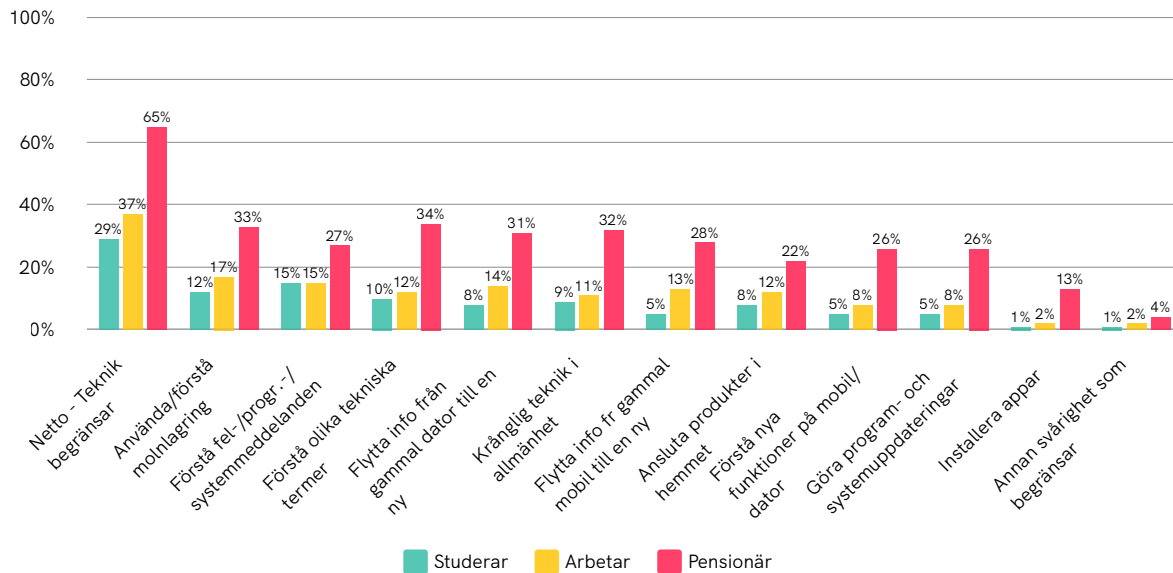


Diagram 2.2b, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Upplever du att något av följande är så pass svårt att det gör att du inte kan nyttja digitala enheter eller nättjänster i den omfattning som du vill/behöver? År 2022 (Studie 1)



### Vilka är de största tekniska svårigheterna som begränsar vår internetanvändning?

- Var femte har svårt att förstå och använda molnlagring.
- Nära var femte har svårt att förstå olika fel-, program- och systemmeddelanden.
- Var sjätte har svårt att förstå olika tekniska termer eller tycker det är svårt att flytta över information från en gammal dator till en ny.

### Vilka begränsas på nätet av tekniken?

- Mer än 4 av 10 internetanvändare begränsas på nätet av tekniken och i högre grad de äldsta och kvinnor. \*)
- Kvinnor uppger genomgående i högre grad än män att de begränsas av samtliga tekniska skäl. \*)
- 2 av 3 pensionärer begränsas av tekniken. Bland de äldsta pensionärerna 76+ år begränsas hela 7 av 10 av tekniken och främst av att de har svårt att förstå olika tekniska termer. \*)
- Tekniken begränsar nära hälften av 60-talisterna, drygt 4 av 10 av 70-talisterna och 3 av 10 av 80-talisterna. \*)
- Bland personer yngre än 56 år begränsas landsbygdsbor något mer av tekniken jämfört med stadsbor, exempelvis vad gäller att koppla ihop olika enheter i hemmet. \*)
- Tekniken är en större utmaning för de med en funktionsvariation i alla åldrar, exempelvis vad gäller att installera olika appar. \*)

---

\*) För mer information, se *tabellbilaga*



## Några röster om begränsningar på grund av tekniken

*“Känner obehag med uppdateringar vet inte om det är fejk”*

Kvinna, 70 år

*“Ständiga förändringar, uppdateringar, byte av mjukvara påverkar min mentala hälsa negativt. Inget som underlättar eller förbättrar kvaliteten på mitt yrkesutövande, snarare tvärtom. Digital teknik ska underlätta arbetet, men det gör den inte. Den digitaliseringsreform regeringen kör igenom har fått katastrofala följde, anser jag. Monetära samt psykosociala eftersom den är påtvingad, top-down.”*

Kvinna, 43 år

*“Dålig systemdesign, system som inte kommunicerar med varann som de borde, dåliga användargränssnitt, usel programmering, dåligt upphandlad teknik, användarfientligt/anti-intuitivt utformad programvara och webbdesign... Har hållit på med datorer sedan 1984, så det är inte hos mig skon klämmer. Folk som inte har det tror ofta att det är dem det är fel på, när det bara är USEL OCH ANVÄNDARFIENTLIG design på produkterna”*

Man, 55 år

*“Jag är relativt insatt, eller om jag inte vet kan jag googla. Men en sak tycker jag är svår att få grepp om och det är hur mina användarkonton är ihopkopplade. “Allt” verkar relaterat till google-konto på något sätt, eller hur det nu är. Informationen är ihopkopplad i hög grad verkar det som.”*

Kvinna, 62 år

*“Att man inte kan vokabulären, att man inte förstår eller vet hur vissa saker fungerar.”*

Kvinna, 85 år

*“Digitala enheter och tjänster får mig ibland att känna att jag har en kognitiv funktionsvariation”*

Kvinna, 38 år

*“Köper jag en ny bil, så startar jag den och kör. Jag vet vilka funktioner jag kan vänta mig och ser till att jag vet hur jag gör för att kunna hitta dem. När jag installerar en ny enhet, en ny app får jag frågor, som jag inte förstår och jag vet inte om jag vill lära mig alla dessa förkortningar.*

*Använd tydlig svenska utan fackuttryck!”*

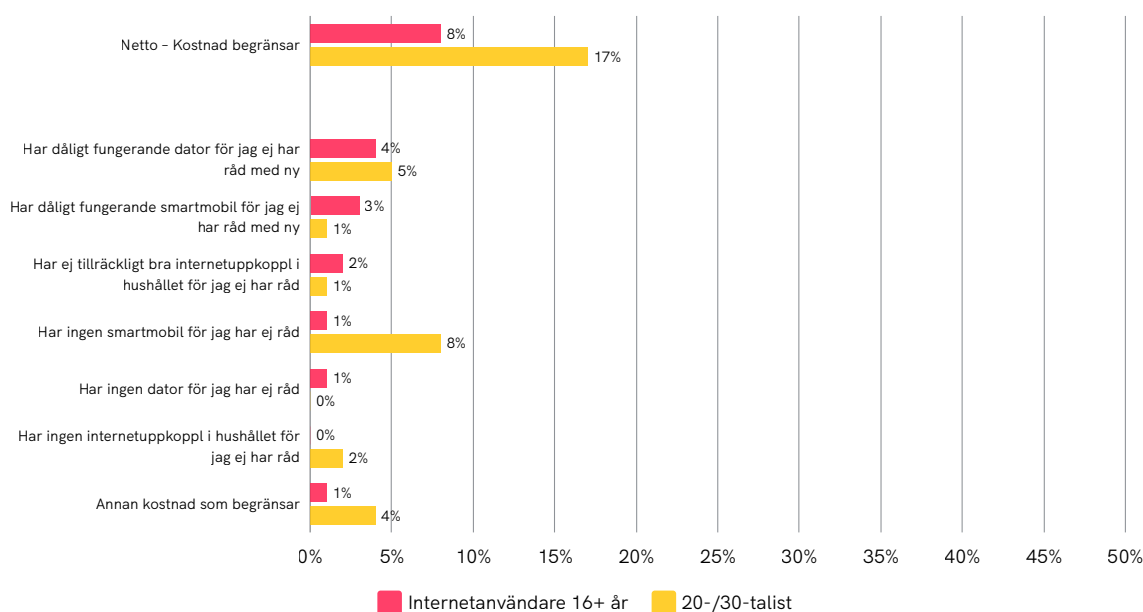
Kvinna, 73 år

# Kostnadsskäl

## Kostnader begränsar internetanvändandet för var femte född på 1920- och 30-talet

Det här diagrammet visar vilka kostnader som begränsar oss på nätet. Det har varit möjligt att ange flera svar samt ett fritextsvar. Fritextsvaren är återgivna exakt som de skrivits.

Diagram 2.3, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Upplever du att du inte kan nyttja digitala enheter eller nättjänster i den omfattning som du vill/behöver på grund av olika kostnader? Flera svar tillåtna. År 2022 (Studie 1) \*Obs! Skala 50%



### Vilka begränsar sin internetanvändning på grund av kostnader?

- Kostnader begränsar knappt 1 av 10 internetanvändare.
- En grupp sticker ut och det är de allra äldsta, det vill säga 20- och 30-talisterna, varav 17 procent begränsas av olika kostnader. Det vanligaste kostnadsskälet bland de äldsta är att inte ha råd med en smartmobil vilket 8 procent uppger.
- Oavsett ålder så uppger personer med en funktionsvariation i högre grad att de begränsar sin internetanvändning på grund av olika kostnader, framförallt att de har en dåligt fungerande dator för att de inte har råd med en ny. \*)

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

### Några röster om kostnader på nätet

*“Samhället/kommunen jag bor i tvingar mig att ha nyare dator eller smartphone. Vem ska stå för den kostnaden? Annars kan jag inte sjukanmäla/friskanmäla eller ta del av viktig information från skola/barnomsorg.”*

Kvinna, 43 år

*“Jag tycker även att min ålder begränsar lite, eftersom jag inte riktigt har koll på vad som är de bra grejerna och vad de kostar.”*

Man, 85 år

*“Betelvägarna är enda problemet...”*

Man, 37 år

# Otrygghet

## Otrygghet begränsar hälften av alla på nätet

Det här tre diagrammen visar vad vi undviker att göra på nätet på grund av otrygghet. Det första *diagrammet (2.4a)* är på totalnivå och det andra (*2.4b*) är fördelat på de som studerar, arbetar och är pensionärer. Detta speglar också i mångt och mycket tre åldersspann. Det tredje *diagrammet (2.4c)* är fördelat på kön. Det har varit möjligt att ange flera svar samt ett fritextsvar. Fritextsvaren är återgivna exakt som de skrivits.

Diagram 2.4a, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Händer det att du undviker att göra något av följande på nätet på grund av otrygghet? År 2022 (Studie 1)

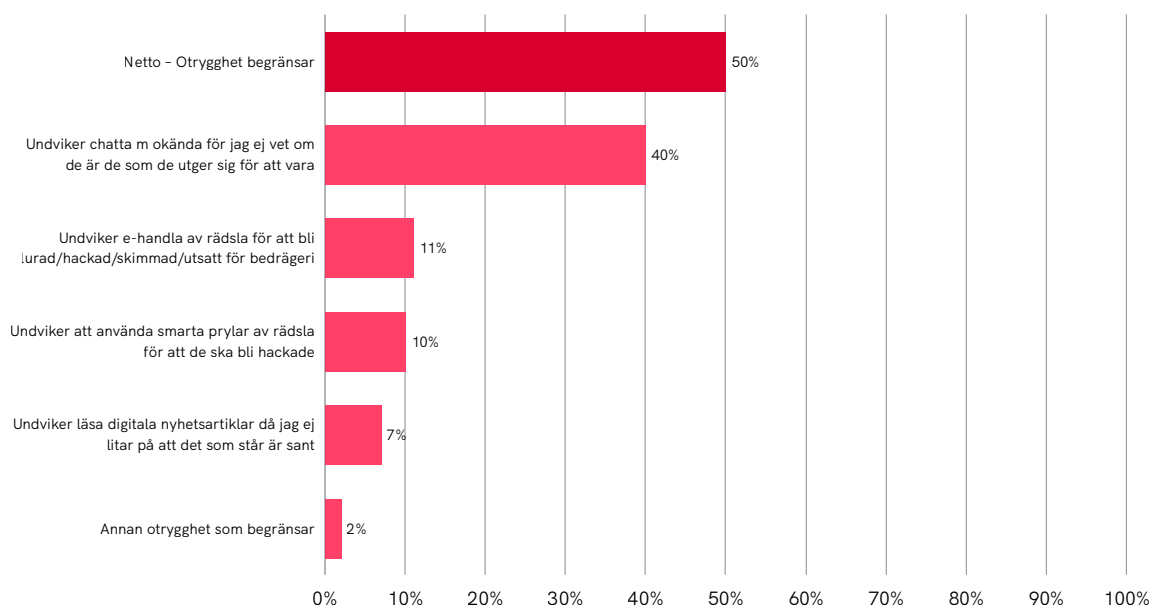


Diagram 2.4b, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Händer det att du undviker att göra något av följande på nätet på grund av otrygghet? År 2022 (Studie 1)

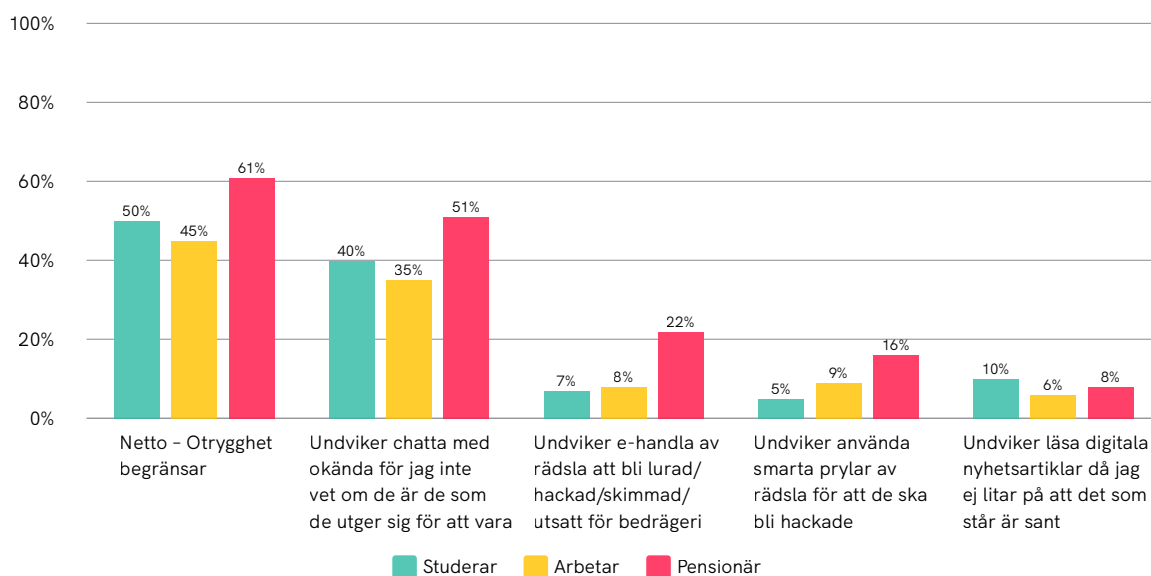
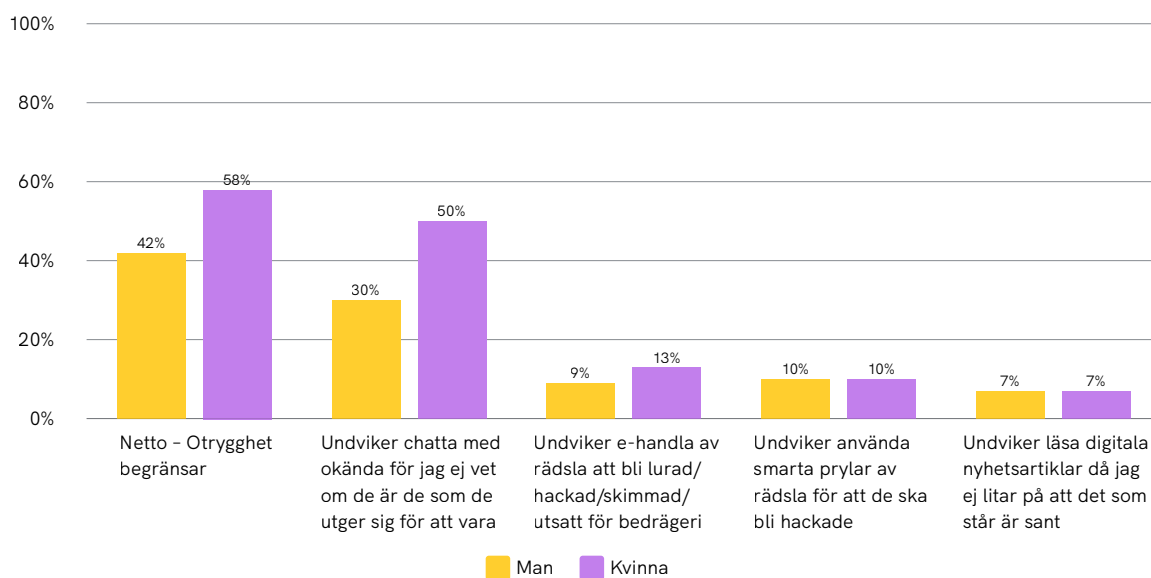


Diagram 2.4c, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Händer det att du undviker att göra något av följande på nätet på grund av otrygghet? År 2022 (Studie 1)



### Vilka begränsar sin internetanvändning på grund av otrygghet?

- Hälften av internetanvändarna undviker att göra vissa saker på nätet på grund av otrygghet.
- Det som flest känner otrygghet inför är att chatta med okända, eftersom de inte vet om personerna är de som de utger sig för att vara.
- Pensionär känner sig mest otrygga av alla. Jämfört med genomsnittet undviker dubbelt så många pensionärer att e-handla av rädsla för bedrägerier.
- Var tionde studerande undviker att läsa nyhetsartiklar för att de inte litar på att det som står där är sant.
- Kvinnor är mer begränsade av otrygghet än män – främst genom att de undviker att chatta med okända. Äldre kvinnor är något mer oroliga än de yngre.

### Några röster om annat vi undviker på nätet på grund av otrygghet

*“Jag går inte in på sociala medier (vet knappt vad det är). Jag är inte intresserad av nyheter via nätet - jag ser Rapport på TV. Jag beställer varor på nätet via företag jag har beställt av i åravis.”*

Kvinna, 68 år

*“Jag undviker att uttrycka åsikter, publicera personlig information”*

Man, 31 år

*“Idag måste jag antingen låta bli att läsa nyheter alls, eller läsa på ett antal olika sidor som har helt olika vinkling eftersom det är så tydligt att exakt alla som publicerar har en stark drivande egen agenda. Jag vill välja vad tycker själv.”*

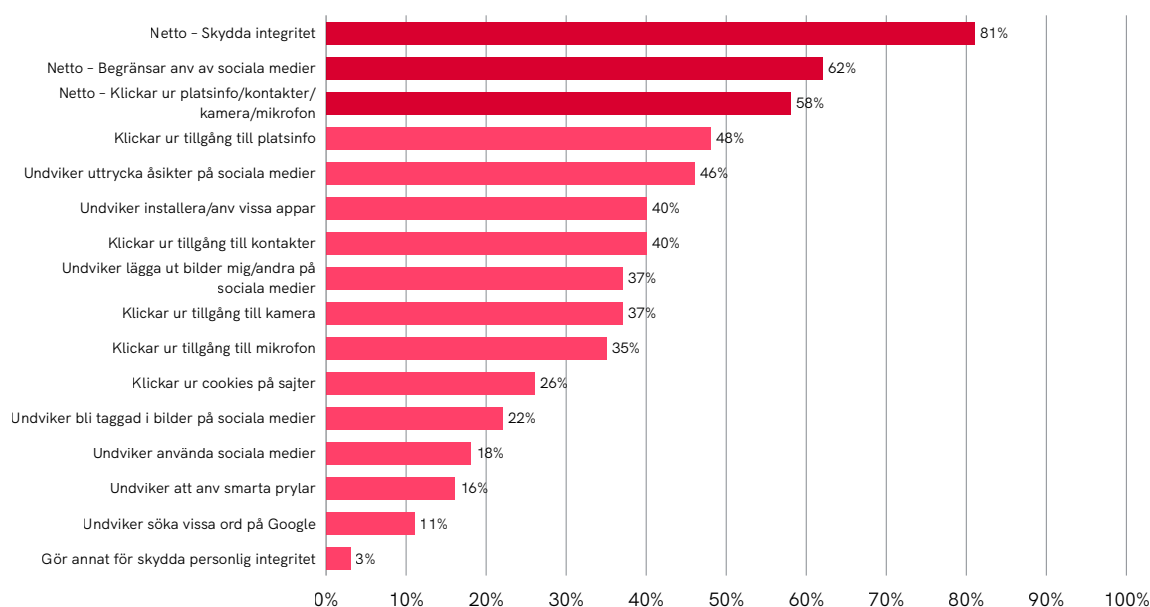
Man, 53 år

# Skydda sin integritet

## 8 av 10 skyddar sin personliga integritet på nätet

Det här diagrammet visar vad vi gör för att skydda vår personliga integritet på nätet. Det har varit möjligt att ange flera svar samt ett fritextsvar. Fritextsvaren är återgivna exakt som de skrivits.

Diagram 2.5, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Gör du något av följande på nätet för att skydda din personliga integritet? År 2022 (Studie 1) \*Obs! Svartalternativ förkortade - se *tabellbilaga* för att se dem i sin helhet (SoMe=Sociala medier)



### Hur många gör något för att skydda sin personliga integritet på nätet?

- 8 av 10 internetanvändare gör något för att skydda sin personliga integritet på nätet.
- Drygt 6 av 10 gör något kopplat till sociala medier för att skydda sin personliga integritet.
- Nära 6 av 10 klickar ur apparars tillgång till mobiltelefonens kontakter, platsinformation, kamera eller mikrofon via inställningarna i sin mobil.

### **Vilka gör något för att skydda sin personliga integritet på nätet?**

Det är framförallt den yngre halvan av befolkningen som gör något för att skydda sin personliga integritet på nätet. Detta hänger sannolikt ihop med kunskap om hur man kan skydda sig och om vilka personliga uppgifter vi lämnar efter oss. I fritextsvaren skriver många äldre att de inte vet hur de ska göra för att skydda sin personliga integritet och flera undrar vad som menas med att "klicka ur" apparers tillgång till något i mobilen. Yngre lägger istället till i fritext att de använder sig av en VPN-tjänst (virtuellt privat nätverk) för att skydda sin personliga integritet.

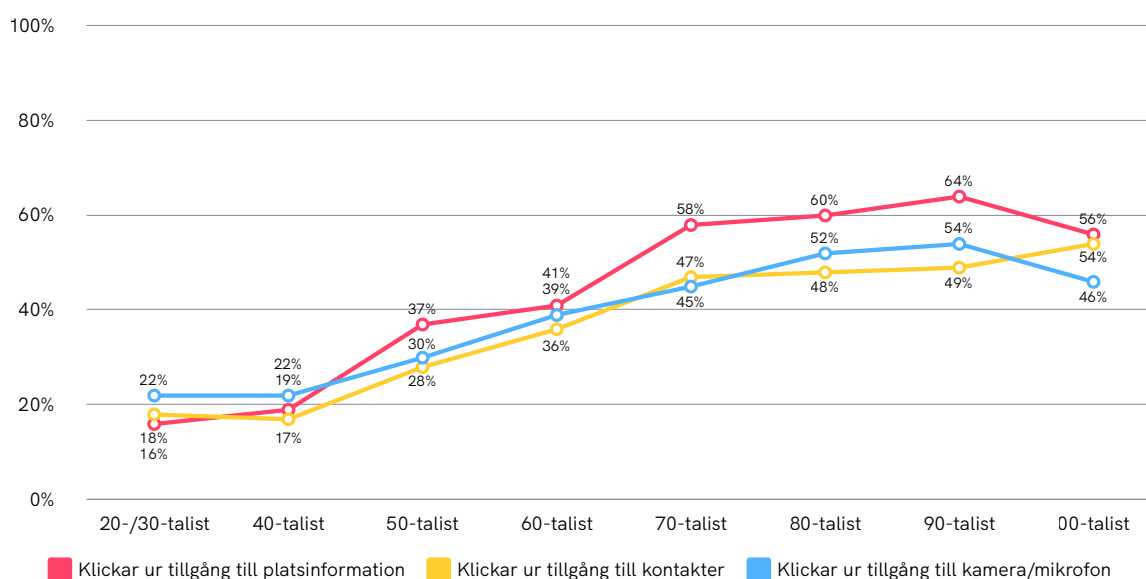
Män gör fler aktiviteter än kvinnor för att skydda sin personliga integritet på nätet. Vi ska titta närmare på vilka aktiviteter som skiljer män och kvinnor åt i kommande grafer, när vi också tittar på flera av de olika svarsalternativen mer i detalj. För att läsa mer om vilka som undviker uppkopplade prylar av olika skäl, se *kapitel 9 - Det uppkopplade hemmet och framtidens smarta prylar*.



## Mer än hälften av de yngre klickar ur sin platsinformation

Det här diagrammet visar hur många i de olika generationerna som väljer att klicka ur appars tillgång till mobiltelefonens kontakter, platsinformation, kamera eller mikrofon via inställningarna i sin mobil för att skydda sin personliga integritet.

Diagram 2.6, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Gör du något av följande på nätet för att skydda din personliga integritet? År 2022 (Studie 1)



### Vilka klickar ur appars tillgång till kontakter, platsinformation, kamera och mikrofon i mobilens inställningar?

- 6 av 10 internetanvändare klickar ur appars tillgång till något av ovanstående i mobilen (se *diagram 2.5*).
- Vanligast är att klicka ur appars tillgång till platsinformation, utom bland de äldsta som istället mer ofta klickar ur appars tillgång till kamera och mikrofon.
- Fler män än kvinnor klickar ur appars tillgång till kamera och mikrofon. \*)
- Mest benägna att klicka ur appars tillgång till samtliga av dessa är 90-talisterna.
- Yngre halvan av befolkningen är mer benägna att klicka ur alla dessa, vilket sannolikt hänger samman med kunskap om hur man gör för att klicka ur tillgång till något och varför man kan välja att göra det.
- Jämför vi gruppen studerande mot pensionärer har nästan dubbelt så många studerande klickat ur mobilappars tillgång till samtliga saker ovan. \*)

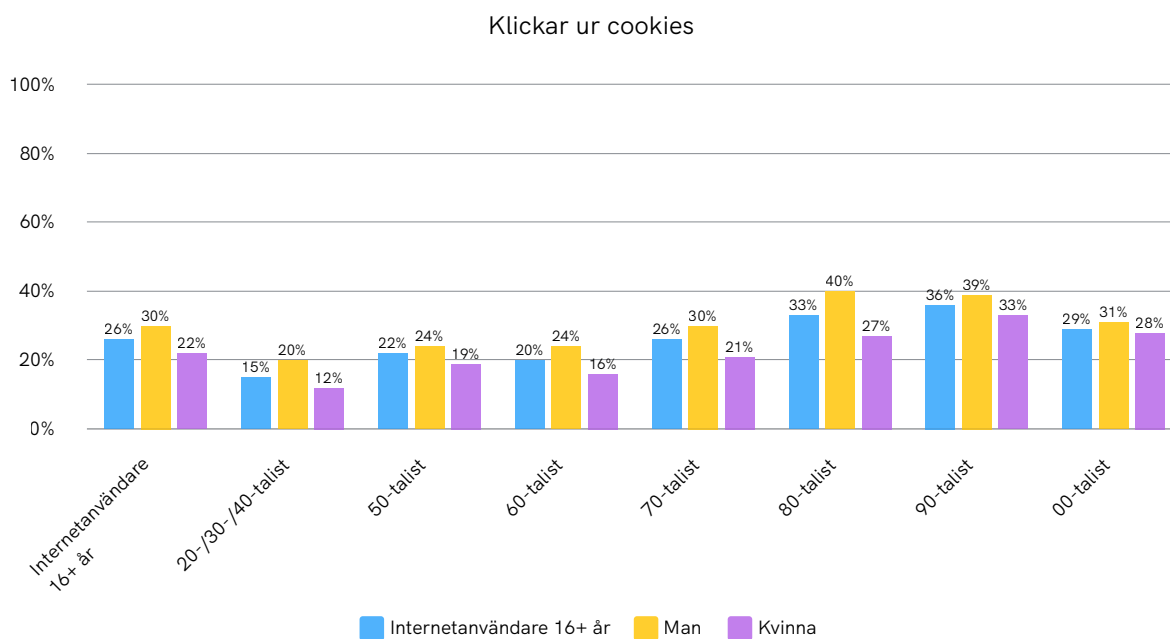
\*) För mer information, se *tabellbilaga*

# Vilka klickar ur cookies?

## Var fjärde internetanvändare väljer bort cookies

Det här diagrammet visar hur många i olika generationer som väljer att klicka ur cookies på webbplatser de besöker för att skydda sin personliga integritet.

Diagram 2.7, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Gör du något av följande på nätet för att skydda din personliga integritet? Ja, klickar ur cookies på sajter jag besöker. År 2022 (Studie 1)



## Vilka klickar ur cookies på webbplatser?

- Var fjärde internetanvändare klickar ur cookies på webbplatser de besöker.
- Fler män än kvinnor klickar ur cookies vilket gäller i alla åldrar.
- Yngre halvan av befolkningen är mer benägna att klicka ur cookies på webbplatser de besöker. Det hänger sannolikt samman med kunskap om vad cookies är, varför man kan välja att klicka ur dem och hur man gör.
- Män födda på 80- och 90-talet klickar ur cookies mer än alla andra. Ser vi på män och kvinnor sammantaget klickar 90-talisterna ur cookies mest av alla.

## Vilka undviker sociala medier?

### Fler män än kvinnor undviker att använda sociala medier av integritetsskäl

De här två diagrammen visar hur vi begränsar vår användning av sociala medier i olika aspekter för att skydda vår personliga integritet. Det övre *diagrammet (2.8a)* är fördelat på generation. Det nedre (*2.8b*) visar både kön och generation för två olika områden, nämligen att helt avstå från att använda sociala medier samt att undvika att uttrycka åsikter på sociala medier.

Diagram 2.8a, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Gör du något av följande på nätet för att skydda din personliga integritet? År 2022 (Studie 1)

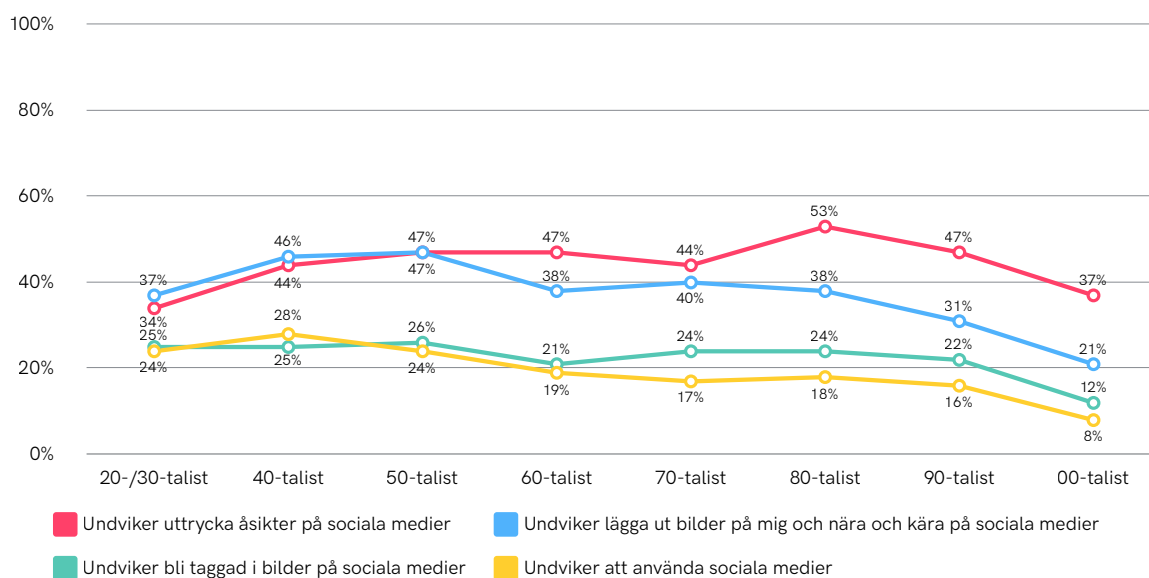
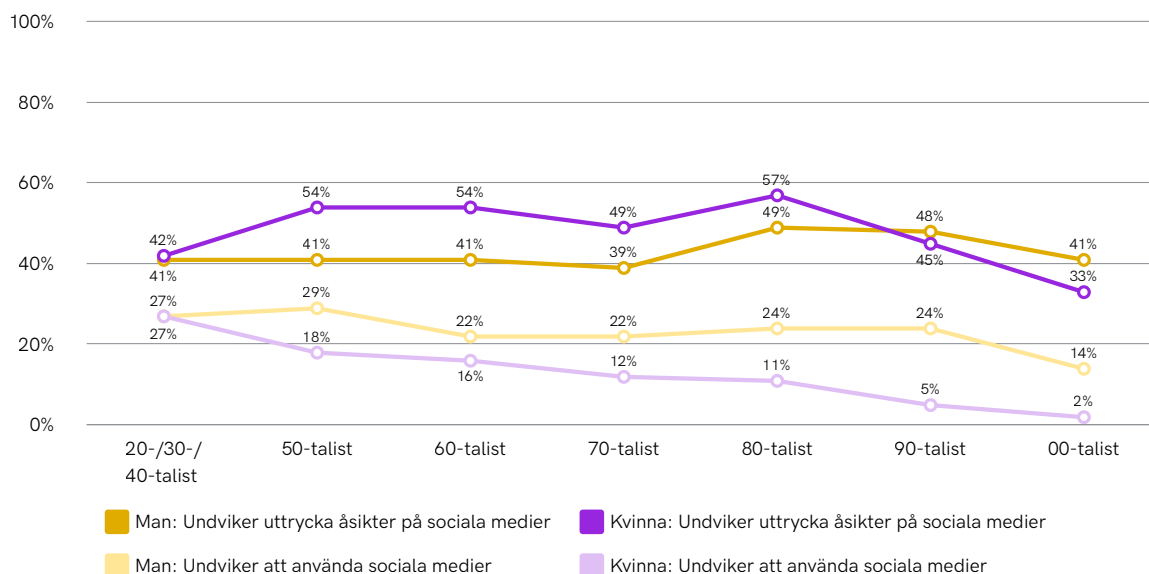


Diagram 2.8b, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Gör du något av följande på nätet för att skydda din personliga integritet? År 2022 (Studie 1)



### Vilka begränsar sig på sociala medier för att skydda sin integritet?

- Drygt 6 av 10 gör något kopplat till sociala medier för att skydda sin personliga integritet (se *diagram 2.5*).
- Den yngre halvan av befolkningen väljer främst att inte uttrycka sina åsikter på sociala medier medan de äldre internetanvändarna mer ofta avstår från att lägga ut bilder för att skydda sin integritet.
- Äldre internetanvändare avstår mer ofta från att använda sociala medier överhuvudtaget för att skydda sin integritet.
- Det är betydligt mer vanligt bland män (23 procent) att helt avstå från att använda sociala medier än bland kvinnor (13 procent) i alla åldrar utom bland de äldsta. \*) Skillnaden är som störst bland de yngsta där ytterst få kvinnor avstår från sociala medier på grund av integritetsskäl.
- Kvinnor (49 procent) är mer benägna än män (43 procent) att avstå från att uttrycka sina åsikter på sociala medier för att skydda sin integritet. \*) Detta gäller för alla åldrar utom 90- och 00-talisterna. De som i allra högst grad undviker att uttrycka sina åsikter på sociala medier är 80-talisterna, i synnerhet de kvinnliga 80-talisterna.

Läs gärna mer om användningen av sociala medier i *kapitel 7*.

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## Några röster om sociala medier

*“Jag har varken Facebook eller Instagram, för att slippa dras med i social hets”*  
Kvinna, 71 år

*“Det går inte att uttrycka sanningen på nätet utan att bli utsatt för hatstormar”*  
Man, 44 år

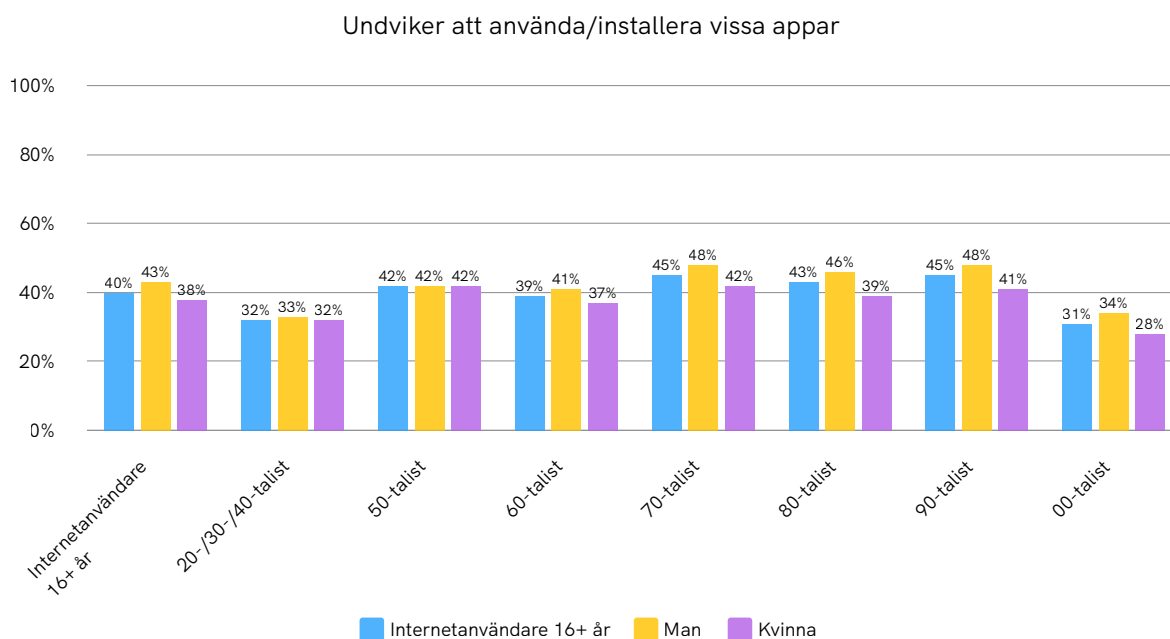
*“Alltså det där om sociala medier, har jag två stycken, t.ex Snackat och Instagram, och då känns det så jäääävla tråkigt för mig att lägga upp allting på båda, alltså matbilder (den översatte till magbilder XD) lägger jag upp, men är det något jag vill säga som är viktigt så gör jag det i privat tjatt eller bara går till personen i verkligheten och säger det. Avskyr när personer säger taskiga eller väldigt långa betydelsefulla grejer på nätet och inte vill prata om det i verkligheten. Lyckligtvis så delar mina kompisar den uppfattningen”*  
Man, 16 år

## Vilka undviker vissa appar?

### Män mer benägna att undvika vissa appar än kvinnor

Det här diagrammet visar hur många i olika generationer som undviker att använda eller installera vissa appar för att skydda sin personliga integritet.

Diagram 2.9, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Händer det att du undviker att göra något av följande på nätet på grund av otrygghet? Ja, undviker att installera/använda vissa appar. År 2022 (Studie 1)



### Vilka undviker vissa appar för att skydda sin personliga integritet?

- 4 av 10 internetanvändare undviker att använda vissa appar.
- Fler män än kvinnor avstår från vissa appar vilket gäller i princip alla åldrar. Skillnaden mellan män och kvinnor är som störst i den yngre halvan av befolkningen där betydligt fler män än kvinnor undviker vissa appar.
- 70-, 80- och 90-talisterna undviker vissa appar i högre grad än alla andra generationer.

### Vilka appar undviker vi att använda?

Deltagarna i undersökningen har här fått svara i fritext om man medvetet väljer bort vissa appar på grund av oro för att de ska samla in och använda personliga data. Ungefär var fjärde svarar att de väljer bort appar av oro för att storföretag

samlar in deras data och de flesta nämner då Facebook eller andra appar från Meta.

Lika många svarar att de medvetet väljer bort appar på grund av oro för att utländska stater ska samla in data om dem – runt var tredje av dem nämner appen Tiktok. Många svarar också spontant att de skulle välja bort appar från Kina och Ryssland.

### **Några röster om att medvetet välja bort appar för att skydda sin personliga integritet**

*“Jag försöker inte använda Google och Facebook så mycket. Tyvärr är vissa kontakter endast nåbara via dessa appar. Google vet redan det mesta om mig, så jag försöker vara så ointressant som möjligt.”*

Man, 26 år

*“Ja, undviker medvetet flera appar, men jag finner dem inte användarvänliga heller. Varför tvingas man som medborgare att äga en Smartphone för att vara fullvärdig medborgare?”*

Kvinna, 43 år

*“Använder inga appar som google assistant, siri, amazon alexa osv. Vill inte min mic ska vara igång hela tiden. Försöker alltid stänga av appar tillgång till mic.”*

Man, 30 år

*“Jag vill inte gå till läkaren i en app. Litar inte på hur de hanterar mina journaler och uppgifter. Digital diagnos känns också opålitligt.”*

Kvinna, 68 år

*“Har aldrig haft så stort intresse av olika appar och så men tictoc är kinesiskt va? Det är dock inte därför jag inte har det, orkar inte titta på massa 10sekundersklipp hela tiden. Men alltså om jag skulle vilja installera en sådan där åldrande-lins-app så skulle jag ju inte vilja ha den som gjorts av ryska Staten, vet dock inte om jag skulle välja bort typ huaweytelefon, gillar inte appar särskilt mycket, det är så mycket att hålla reda på.”*

Man, 16 år

*“Tik Tok, oroar mig också för att 1177 och andra appar säljs ut till främmande makt så att befolkningens journaler kan läsas av exvs. Kina. Man har redan givit kineserna fri tillgång till järnvägen i hela Mälardalen.”*

Kvinna, 57 år

*“Det handlar egentligen inte om oro, utan det är snarare en moralisk fråga där jag inte anser att företag har rätt att dra nytta av och tjäna pengar på information om mig vilket i förlängningen ger dem för stor makt. Tyvärr begränsar de möjligheterna för mig som privatperson/kund att använda mig av alternativa tjänster som i större utsträckning bejakar kundernas integritet genom att de har skaffat sig en monopolställning på respektive marknad.”*

Man, 47 år

*“Ja, jag undviker appar! Inte för att jag är rädd för själva företagen utan för att folk ska veta vart jag är eller att jag inte är hemma!”*

Kvinna, 38 år

*“Jag har inga utländska appar. Alla är på svenska.  
Eller kan de vara utländska ändå?”*

Man, 78 år

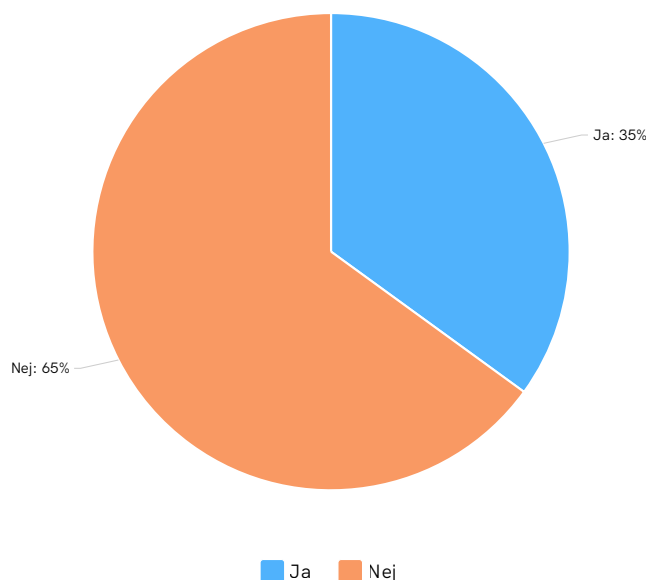


## Vad tänker vi om våra digitala spår?

### Mer än var tredje brukar tänka på de digitala spår de lämnar efter sig

Det här diagrammet visar hur många som brukar tänka på den information som finns om dem på nätet och de digitala spår de lämnar sig. Därefter följer fritextsvar om hur deras tankegångar går. Dessa är återgivna exakt som de skrivits.

Diagram 2.10, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Brukar du tänka på den information som finns om dig på internet och de digitala spår du lämnar efter dig? År 2022 (Studie 1)



### Vilka tänker på de digitala spår de lämnar efter sig?

- En tredjedel av internetanvändarna svarar att de tänker på de digitala spår de lämnar efter sig. Majoriteten, två tredjedelar, svarar att de inte brukar tänka på den information som finns om dem på nätet eller vilka digitala spår de lämnar efter sig.
- Män och kvinnor tänker på sina digitala spår i ungefär lika hög utsträckning. \*)
- De äldre födda på 20-, 30- och 40-talet (24 procent) tänker på sina digitala spår i lägre grad än andra. Personer födda på 90-talet (48 procent) tänker på det i högst grad av alla. \*)

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

### Några röster om hur vi tänker om våra digitala spår

Den tredjedel som har svarat "Ja" på frågan "Brukar du tänka på den information som finns om dig på internet och de digitala spår du lämnar efter dig?" har fått skriva ett fritextsvar och berätta vad de brukar tänka. Nedan följer en kort summering av svaren och ett antal representativa citat.

*"Internet är som ett vykort, allt du skriver läses av brevbäraren, killen som kör postbilen, och deras kompisar."*

Man, 55 år

En aspekt som de flesta internetanvändare i alla åldrar verkar reflektera över är riktad reklam och annonser på nätet. Upplevelsen är att så fort man googlar på något, pratar om det eller "till och med tänker på något" så ser man inom kort reklam för det.

Hos många finns en sjudande irritation, ilska och rädsla över "att bli utnyttjad av storföretag som säljer personliga uppgifter vidare till kommersiella och politiska krafter". Detta beskrivs bland annat som "irriterande", "störande", "tjatigt", "otryggt", "olustigt", "obehagligt", "skrämmande", "integritetskränkande" och "spionage".

Denna ilska riktas också mot politiker och myndigheter som inte gör något åt saken. De betraktas av vissa som inkompetenta, försumliga eller som "boomers", alltså en äldre person som av yngre generationer betraktas som bakåtsträvande och omsprungna.

*"Det är en jävla skandal utan dess like att privata företag tillåts kartlägga våra privatliv in i minsta detalj. Möjliggjort av att boomers inte förstår teknologi. Tack vare det kan våra politiker ta emot Kinamutor bäst de vill utan att de äldre generationerna ens ser vad som sker."*

Man, 26 år

*"Har märkt att reklam via t ex Facebook är kopplad till vad jag sökt på eller vilka butiker jag varit i. Som naturintresserad jägare får jag ständigt reklam för antijaktföreningar och veganmat som gör mig riktigt förbannad."*

Man, 50 år

*"Jag ser ju vilka reklamer jag får beroende på vad jag sökt på, om jag t.ex kollat efter ett tv-spel så dyker det upp massa reklamer och forum som diskuterar olika spel, och ett tag sökte jag mycket på tennis, så nu får jag all info om Djocovics coronastrul överst på Googleaviseringar. Jag försöker alltid välja bort cookies om det går tydligt men ofta så blir det för jobbiga*

*inställningar. Jag är inte ute så mycket på sociala medier så är ganska anonym om man söker på mig, brukar dyka upp en gammal ishockeyspelare:)"*

Man, 16 år

*"Omöjligt att göra något åt, myndigheter och företag gör som grisar, tar för sig oavsett om de får eller ej."*

Kvinna, 38 år

*"Ja, jag har varit politiskt engagerad för att försöka minska den mängd data vår digitala närvaro genererar. Data som aldrig genereras kan inte läcka, vilket ju har visat sig vara det initialt alarmerande problemet för persondata på internet. Tyvärr så har ju kapitalismen ordnat det så att vår persondata i denna tidsepok är den mest värdefulla råvaran, så att det tvärtom finns incitament att överallt och hela tiden generera persondata - för allt! Vi ska mäta allt, vi ska bli mätta, vi ska rapportera in och analyseras, för den skenbara sanning som aggregerad data berättar om oss är vår tids heliga gral. Det är extremt problematiskt, till den grad att vår nivå av digitalisering knappast kan sägas vara värd det - vad har vi fått? Vi kan snabbare beställa mat, kläder och resor online, som vi manipulerats att inbilla oss vilja ha från första början. Någon annan har blivit rik och vi har tappat kontrollen över oss själva och vår identitet."*

Man, 31 år

*"Är som gammal IT-gräsrot (bl.a. öppen källkod) och ex-datalärare medveten om de enorma integritetsbrister som finns, och hur lite man som enskild person har att sätta emot både kompetenta företag som kränker ens personliga integritet, och inkompetenta företag och myndigheter (inklusive banker och betalsystem) som inte gör det de skall för individens säkerhet och integritet. Det är bara en tidsfråga innan något rejält dumt och skadligt händer i samhället. Somligt händer troligen redan, men mörkas av förståeliga skäl - tills någon läcker eller en journalist får upp spåret. Då är det alltid "ett undantag" att det råkat hända, fast det är endemiskt slarv och inkompetens. Det jag alltså kan välja att dela med mig via nätet är jag medveten om att och hur det kan användas, och försöker välja vad jag lägger ut/hålla mig medveten om vilka konsekvenserna kan bli och bereda mig på dem. Det jag \*inte\* kan välja är det värre med, som t.ex. vårdkontakter, där man handlat upp som krattor och fått system därefter (se senaste skandalerna). Låt dem som ska använda sakerna bestämma vad som ska med, och dem som kan sakerna besluta om hur det ska göras tillsammans med dem. Inte någon okunnig chef/räknenisse! Och utforma för helvete upphandlingsunderlagen så att det \*krävs\* öppna standarder, så att dåliga utförare enkelt kan ersättas!"*

Man, 55 år

Hos både äldre och yngre ser vi även en mix av acceptans och uppgivenhet över den information som finns om dem på nätet och de digitala spår de lämnar generellt sett. En del ser det som en del av livet och att det bara är att "gilla läget". Andra som ett nödvändigt ont som inte går att undvika.

*"Ja, men som allt fungerar idag kan man inte använda internet utan att lämna spår efter sig, och kan heller inte fungera i samhället utan att använda internet. Så känner mig mest uppgiven inför det."*

Kvinna, 27 år

*"Ja, jag brukar vara försiktig med att dela med mig om saker i mitt liv, och kontrollera vilka få som tillåts se det, för att andra människor inte ska utnyttja t.ex. bilder eller känslig information. Samtidigt vet jag att adress, telefonnummer osv finns tillgängligt på internet, så man kommer alltid kunna bli uppsökt. Men det är väl bara att gilla läget och se det som en konsekvens av digitalisering, och tänka att man bara kan kontrollera det lilla man kan kontrollera. Förhoppningsvis lyckas aktörer med sådana åtgärder som försöker få bukt med problemet att information hamnar i fel händer."*

Kvinna, 22 år

*"Lite olustigt med all info som lämnas om och av mig, samtidigt som jag förstår att så måste vara"*

Kvinna, 76 år

*"Restriktivt kring vilka bilder jag delar på mitt barn på Instagram, tänker ett extra varv. Det är klart att jag är medveten om att det finns spår och massor med info om mig, men ser det också som en del av mitt liv och har varit det ett bra tag. Jag lägger inte upp vad som helst på tex, Facebook."*

Kvinna, 27 år

*"Jag tänker att det inte spelar så stor roll hur jag betar mig med min info och data online, det är redan "för sent" i den mening att genom åren har min beteende på internet lämnat spår till den grad att de som verkligen vill hacka/hitta info om mig kan väl antagligen göra det. Oavsett om jag byter lösenord på olika sajter med jämna mellanrum. Så jag bryr mig inte så mycket om att vara noga med privat data online..."*

Kvinna, 29 år

*"Ja, jag tycker det är lite obehagligt hur sökningar på produkter eller andra saker ofta genererar reklam med just detta. Förstår att det är Google själva som försöker skapa "smart" marknadsföring, men jag anser att det ligger närmre spionage än marknadsföring. Googlar också mig själv ibland i inkognitoläge för att se vad som dyker upp, men känner generellt att det som ligger där är okej. Tycker man kan likna det som dyker upp lite med din livshistoria. Vad*

*du har varit med om, gjort eller skrivit. Dessa "spår" går ofta att hitta även utan internet. De har bara blivit digitaliserade och mer lättillgängliga."*

Kvinna, 32 år

*"Ja. Det finns liksom alltid i bakhuvudet vid i princip varenda gång jag använder internet och appar av olika slag. Det är något som påverkat mig negativt förut. Men, nu har det gått till en punkt av acceptans. Även om det är skruvat att vi lever i en värld där all information är ägs av stora "Tech"-bolag så blir man bara knäpp av att gå runt och tänka på det hela tiden. Jag tog därför ett aktivt beslut att; sluta stirra mig blind på det, njuta av teknik och den digitala världen (jag älskar teknik) och sen lita på att politiker (i sin långsamma takt) blir upplysta om problemet och etablera lagar, regler och kontroller för dessa företag. Så lever jag mitt liv som vanligt tills dess liksom för finns inte så mycket jag kan göra åt detta själv."*

Man, 22 år

*"Ibland. Men är inte så bekymrad, kanske är jag för gammal för det. Tacksam för de tjänster som finns."*

Kvinna, 87 år

Tankegångarna mellan yngre och äldre internetanvändare skiljer sig dock åt i flera perspektiv. Många unga funderar på om deras spår kan påverka bilden av dem hos andra, i synnerhet potentiella arbetsgivare. De reflekterar mer över vad de lägger ut, kan känna ånger över vad de lagt ut tidigare och självcensurerar sig mer ofta än äldre. Det finns också en mer utbredd rädsla hos många unga för att andra ska kunna se vad de gör och var de är.

*"Jag är noga med att inte lägga upp för mycket information av mig. Sådant som jag kanske tycker är jobbigt att det finns online i framtiden, eller sådant som kan påverka framtida jobb."*

Kvinna, 24 år

*"Jag tänker ofta på om någon kan se vart jag är eller vart jag kanske är på väg. Likaså tänker jag ofta på om någon kan se vad jag gör på internet."*

Man, 23 år

*"Jag vågar inte skriva eller lägga upp något som i minsta mån kan betraktas som kontroversiellt eller stötande."*

Man, 26 år

*"Har raderat alla tidigare poster från sociala medier. Jobbigt att det ligger kvar bilder och gamla inlägg på t ex Facebook från en tid då jag var en helt annan person än idag. Har i princip slutat använda socialisera*

*medier pga bla detta. Jobbigt när hemsidor profilerar en och man märker att allt igenom man söker efter är anpassat. Känns otryggt."*

Kvinna, 32 år

*"Tänker ofta på att det man gör kanske aldrig kommer försvinna och hur det kan påverka en i framtiden."*

Kvinna, 28 år

*"Jag försöker att inte lägga ut bilder och information på nätet, delar i stället i slutna grupper i whatsapp. Mamma taggar mig ibland på Facebook. Annars tittar jag mest på andra, typ tiktok, insta."*

Kvinna, 17 år

*"Jag använder sociala medier i ganska liten utsträckning, och aldrig i eget namn. Delar inte mer information än nödvändigt. Finns inte så mycket att hitta om mig online, annat än adress och telefonnummer. Blockerar alla spårningskakor."*

Man, 37 år

*"Ja, till viss del. Har plockat ner gamla bloggar och sånt från tonåren för att ev arbetsgivare inte ska kunna komma åt dem."*

Kvinna, 27 år

*"Självklart kommer tankarna ibland. Man önskar man bara kunde radera allt med en knapptryckning."*

Man, 25 år

Äldre internetanvändare reflekterar inte lika mycket som de unga över vad de lägger ut. De bryr sig mindre om vad andra kan tycka om dem på grund av inlägg, och mindre om att storföretag eller myndigheter samlar in deras personliga data. Detta bland annat för att de ser sig som "ointressanta", och att de har "rent mjöl i påsen".

Däremot är rädslan för hackare och bedragare större. De äldre kan känna vanmakt över att de inte vet hur de ska skydda sig mot nätbedrägerier eller skydda sina personuppgifter. Många undviker därför så mycket av det digitala som möjligt. Andra vet inte om de lämnar digitala spår efter sig. Vissa uttrycker tacksamhet över att sociala medier inte fanns i deras festande ungdomsdagar och tycker synd om de yngre. För även hos många äldre internetanvändare finns en medvetenhet om att det som finns på nätet stannar kvar och kan hittas av andra.

*"Jag tänker på det men oroas inte nämnvärt. Jag är en helt vanlig svenne med helt normala vanor, inkomster osv, så om någon får reda på något om mig personligen är det lika likgiltigt som information om vem som helst. Det finns liksom inget upphetsande med en svennebanan."*

Man, 61 år

*“Hur jag ska gå till väga för att vara helt anonym och att jag saknar kunskaper för att åstadkomma detta.”*

Man, 60 år

*“Jag är glad att sociala medier inte fanns när jag var 20-25 och festade mycket. Jag visar bara bilder på mina barn i soc.med. om de säger att jag får det. Jag visar inga lättklädda bilder på mig eller någon annan.”*

Kvinna, 42 år

*“Blir lite rädd ibland, men tänker sen att vem är intresserad av vad jag gör.”*

Kvinna, 70 år

*“Att jag inte förstår fullt ut vilka spår jag lämnar. Att jag ibland väljer bort att kommentera el dyl på sociala medier. Att det är skört att vara så beroende av internet”*

Kvinna, 47 år

*“Att det finns information om var jag bor. Om det är en person eller fler som bor i huset. Är orolig för tjuvar.”*

Kvinna, 85 år

*“Vill inte att någon ska komma åt mitt bankkonto”*

Man, 93 år

*“Jag förstår att jag lämnar spår med mina sökningar och surfning, men för att slippa det skulle jag behöva avstå helt från internet och det har jag valt att inte göra.”*

Kvinna, 56 år

*“Köpt böcker. Köpt kläder. Tänker inte att det kan lämna spår.”*

Kvinna, 83 år

*“Ja, men jag är väldigt medelmåttig och ankdammig så det finns inget att hålla hemligt.”*

Kvinna, 52 år

*“Jag är nu gammal. Tänker mer på de yngre som kanske i tonåren gjort saker som sparats digitalt som de senare i livet måste förklara - t.ex. vid en anställningsintervju eller nya bekantskaper.*

*Nätet glömmmer inte!”*

Man, 79 år

# Kapitel 3: E-handel och nätbedrägerier





# Handeln med kryptovaluta har dubblerats

I det här kapitlet ser vi hur många som har e-handlat det senaste året och vilka kategorier av varor de köpt till merparten online. Vidare undersöker vi utvecklingen av handeln med kryptovaluta jämfört med föregående år. Sist men inte minst sätter vi strålkastarljuset på olika nätbedrägerier och tar reda på vilka som har blivit drabbade.

Vi ser bland annat följande:

- 85 procent av befolkningen har e-handlat det senaste året. Drygt 7 av 10 av pensionärerna har e-handlat och fler pensionärer än tidigare kan i år genomföra en betalning vid e-handel på egen hand.
- I två kategorier gör de flesta merparten av sina inköp online, nämligen skor, kläder och accessoarer samt julklappar och presenter. Var tionde har i huvudsak handlat livsmedel och hushållsprodukter online istället för i butik. Fler äldre e-handlar mestadels alkohol på nätet och fler yngre tobak.
- 6 procent av internetanvändarna har handlat med kryptovaluta i år vilket är en dubbling mot 2021. Det är nästan enbart unga män som handlar med kryptovaluta.
- Det vanligaste nätbedrägeriet är att bli utsatt för bluffmejl och bluff-sms vilket mer än hälften av internetanvändarna har blivit det senaste året. Det är främst personer födda på 70-, 80- och 90-talet som drabbats. Män och kvinnor är utsatta i lika hög utsträckning.

## Innehåll

### E-handel

- 3.1 E-handlat de senaste 12 månaderna – fördelat på generation
- 3.2 Betala vid e-handel på egen hand – fördelat på kön/ålder (år 2021–2022)

### Vilka kategorier e-handlar vi i majoritet digitalt?

- 3.3 Har gjort majoriteten av inköp digitalt i olika kategorier
- 3.4 Har gjort majoriteten av inköp digitalt i olika kategorier – fördelat på kön

- 3.5 Har gjort majoriteten av inköp digitalt i olika kategorier – fördelat på generation

**Handel med kryptovaluta**

- 3.6a Handel med kryptovaluta – fördelat på generation (år 2021–2022)
- 3.6b Handel med kryptovaluta – fördelat på kön/generation (år 2021–2022)

**Nätbedrägerier**

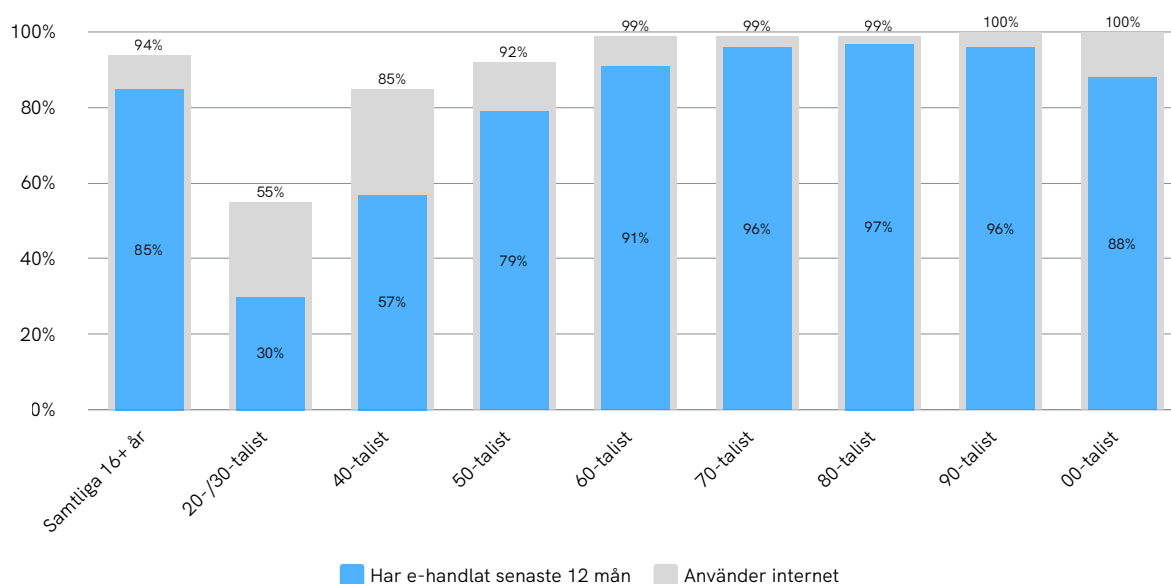
- 3.7a Utsatt för olika nätbedrägerier (delvis jämförelse år 2021–2022)
- 3.7b Utsatt för bluffmejl/bluff-sms – fördelat på studerar/arbetar/pensionär
- 3.8 Utsatt för hot/utpressning (år 2021–2022)

# E-handel

## 3 av 10 födda på 1920- och 30-talet har e-handlat under året

Det här diagrammet visar hur många i befolkningen som har e-handlat de senaste 12 månaderna fördelat på generation. Den grå stapeln i bakgrunden speglar hur många som använder internet.

Diagram 3.1, Bas: Samtliga 16+ år, Fråga: Har du e-handlat under de senaste 12 månaderna? År 2022 (Studie 1)



### Vilka har e-handlat de senaste 12 månaderna?

- 85 procent av befolkningen har e-handlat det senaste året. Sett till internetanvändare är motsvarande siffra 90 procent. \*)
- Nästan alla födda på 70-, 80- och 90-talet har e-handlat under året.
- 3 av 10 av de allra äldsta födda på 20- och 30-talet har e-handlat i år. Sett till 20- och 30-talister som använder internet har drygt hälften e-handlat. \*)
- Knappt 6 av 10 pensionärer har e-handlat. Bland pensionärer som använder internet har drygt 7 av 10 e-handlat. \*)

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

- Män och kvinnor har totalt sett e-handlat i lika stor utsträckning. Bland de äldsta 20-, 30- och 40-talisterna har fler män e-handlat och bland de yngsta 00-talisterna har fler kvinnor e-handlat. \*)
- Oavsett ålder har fler boende i höginkomsthushåll e-handlat. \*)

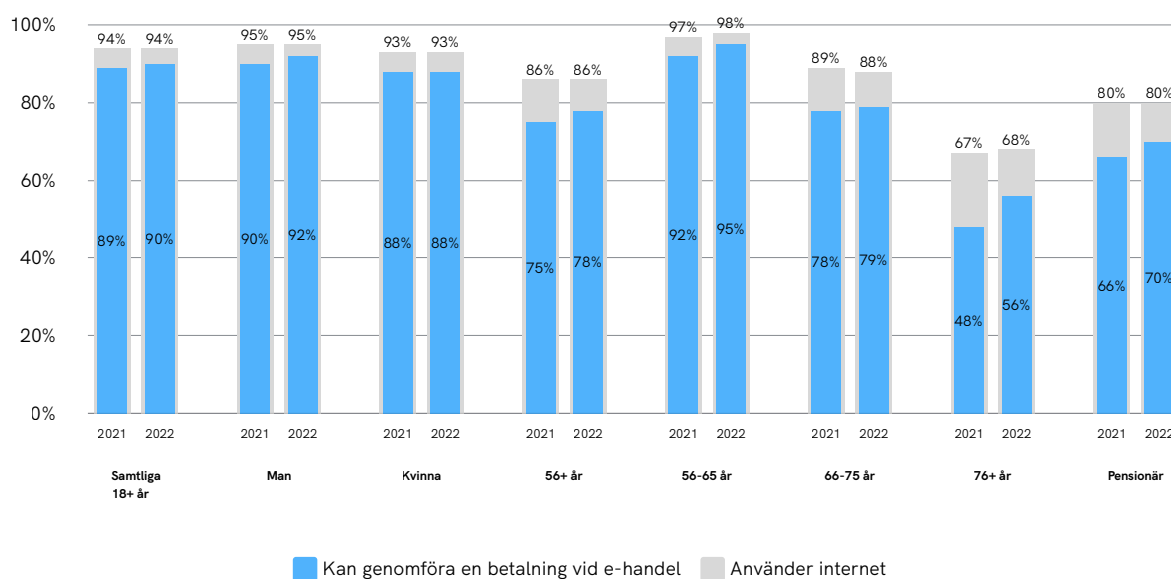
---

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## Fler pensionärer kan genomföra en betalning vid e-handel

Det här diagrammet visar hur många i befolkningen som uppger att de kan genomföra en betalning vid e-handel på egen hand, fördelat på kön och ålder, för år 2021 och 2022. Den grå stapeln i bakgrunden speglar hur många som använder internet.

Diagram 3.2, Bas: Samtliga 18+ år, Fråga: Vad av följande skulle du kunna göra på egen hand? Genomföra en betalning vid e-handel. År 2021-2022 (Studie 1)



### Hur har andelen som kan göra en betalning vid e-handel förändrats?

Totalt sett har ingen nämnvärd förändring skett under åren 2021-2022. Tittar vi närmare på personer i den äldre halvan av befolkningen som är 56+ år kan vi dock se en ökning. Störst ökning har skett bland de äldre pensionärerna som är 76+ år. Detta kan hänga samman med att användningen av mobilt Bank-id har ökat det senaste året i den åldersgruppen. Se *kapitel 1, diagram 1.3*.

### Vilka kan inte genomföra en betalning vid e-handel?

*Diagram 3.2* visar att det är:

- var tionde i befolkningen
- 3 av 10 av pensionärerna
- nära 5 av 10 som är födda på 20- och 30-talet \*)
- drygt 4 av 10 av de äldre pensionärerna (76+ år)
- en femtedel av de yngre pensionärerna (66-75 år)
- var tionde av de som är mellan 56-65 år

Kvinnor uppger dessutom i något högre grad än män att de behöver hjälp.

---

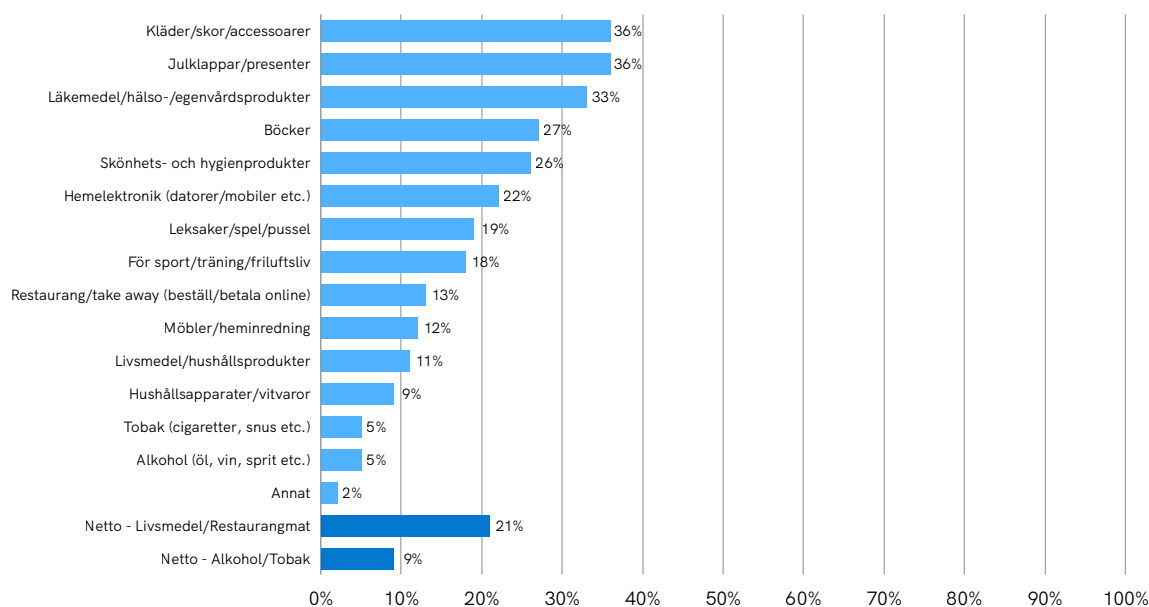
\*) För mer information, se *tabellbilaga*

# Vilka kategorier e-handlar vi i majoritet digitalt?

## Kläder och presenter mest populära att e-handla

Vi har frågat internetanvändarna om de har gjort majoriteten av sina inköp i olika kategorier digitalt, det vill säga e-handlat. Flera svar har varit möjliga och det har även gått att lämna ett fritextsvar. Resultatet visas i det här diagrammet.

Diagram 3.3, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Har du gjort majoriteten av dina inköp digitalt (e-handlat) i någon av följande kategorier under de senaste 12 månaderna? Flera svar tillåtna. År 2022 (Studie 1)



## Vad handlar svenskarna det mesta av digitalt?

Nedan sätter vi strålkastarljuset på några av kategorierna från diagrammet ovan. I kommande diagram ska vi titta närmare på dessa kategorier, framförallt fördelat på kön och generation.

- De två kategorier där flest gör majoriteten av sina inköp online är skor, kläder och accessoarer samt julklappar och presenter. Mer än var tredje handlar dessa varor mestadels online.
- Var tredje internetanvändare e-handlar större delen av läkemedel, hälso- och egenvårdsprodukter på nätet.
- Drygt var fjärde internetanvändare e-handlar större delen av sina böcker samt skönhets- och hygienprodukter digitalt.

- Var femte e-handlar majoriteten av sina livsmedel eller sin restaurangmat (take away), varav var tionde livsmedel och var sjunde restaurangmat.
- 5 procent e-handlar majoriteten av sin alkohol och lika många gör merparten av sina tobaksinköp på nätet.

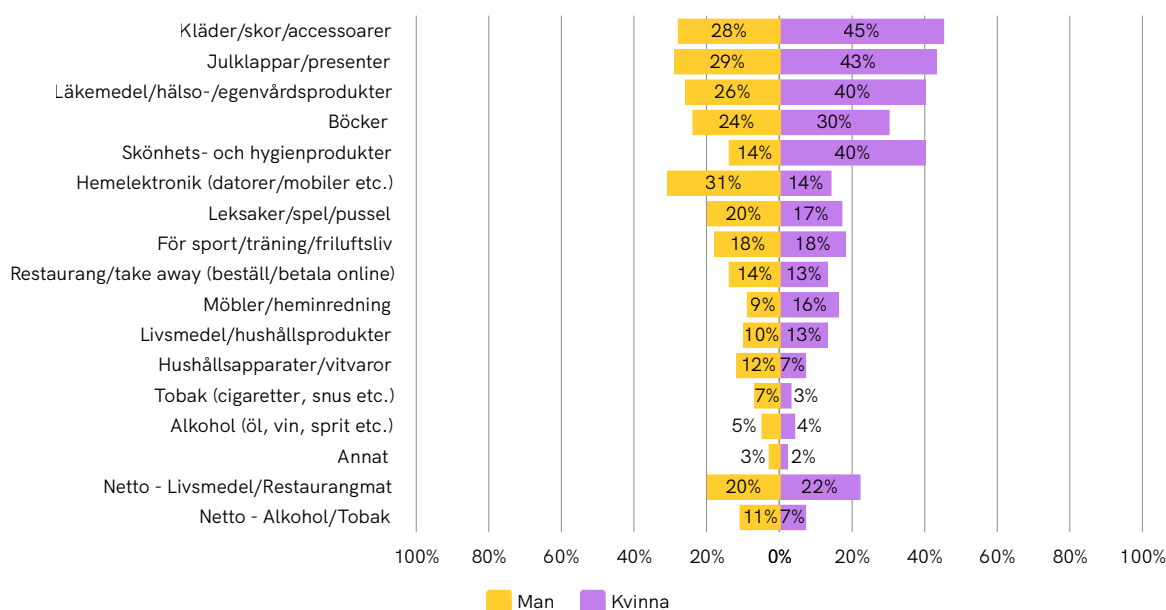
De som givit ett annat svar i fritext har framförallt nämnt foder och artiklar kopplade till deras husdjur som hund, häst och katt. Därefter följer bildelar och biltillbehör. En dryg handfull nämner CD- och DVD-skivor.



## Dubbelt så många män som kvinnor gör större delen av sina hemelektronik-inköp på nätet

Vi har frågat internetanvändarna om de har gjort majoriteten av sina inköp digitalt, det vill säga e-handlat, i någon produktkategori. Flera svar har varit möjliga och det har även gått att lämna ett fritextsvar. Resultatet visas i det här diagrammet fördelat på kön.

Diagram 3.4, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Har du gjort majoriteten av dina inköp digitalt (e-handlat) i någon av följande kategorier under de senaste 12 månaderna? Flera svar tillåtna. År 2022 (Studie 1)



### Vad handlar män och kvinnor det mesta av via nätet?

Diagram 3.4 visar vilka produktkategorier som män och kvinnor handlar merparten av på nätet. Detta kan givetvis även spegla skillnader mellan hur män och kvinnor handlar generellt sett och inte bara digitalt.

Fler kvinnor än män e-handlar större delen av sina skönhets- och hygienprodukter online, liksom läkemedels-, hälso- och hygienprodukter, kläder, skor och accessoarer samt presenter och julkappar. De kategorier som framförallt män handlar till största delen via nätet är hemelektronik, hushållsapparater/vitvaror, leksaker/spel/pussel samt alkohol och tobak. Nedan följer respektive topp 5.

**Topp 5 kategorier - män:**

1. Hemelektronik	(31%)
2. Presenter/julklappar	(29%)
3. Kläder/skor/accessoarer	(28%)
4. Läkemedel/hälso-/egenvårdsprodukter	(26%)
5. Böcker	(24%)

**Topp 5 kategorier - kvinnor:**

1. Kläder/skor/accessoarer	(45%)
2. Presenter/julklappar	(43%)
3. Läkemedel/hälso-/egenvårdsprodukter	(40%)
4. Skönhets- och hygienprodukter	(40%)
5. Böcker	(30%)

### Hur skiljer sig köpmönstren mellan unga män och kvinnor – samt mellan yngre och äldre?

Det är stor skillnad när vi jämför vilka produktkategorier de yngsta männen och kvinnorna köper mestadels digitalt. Likaså är det stora skillnader mellan de internetanvändande pensionärerna och de yngsta. I tabellen nedan framgår dessa skillnader och vilka deras topp fem kategorier är.

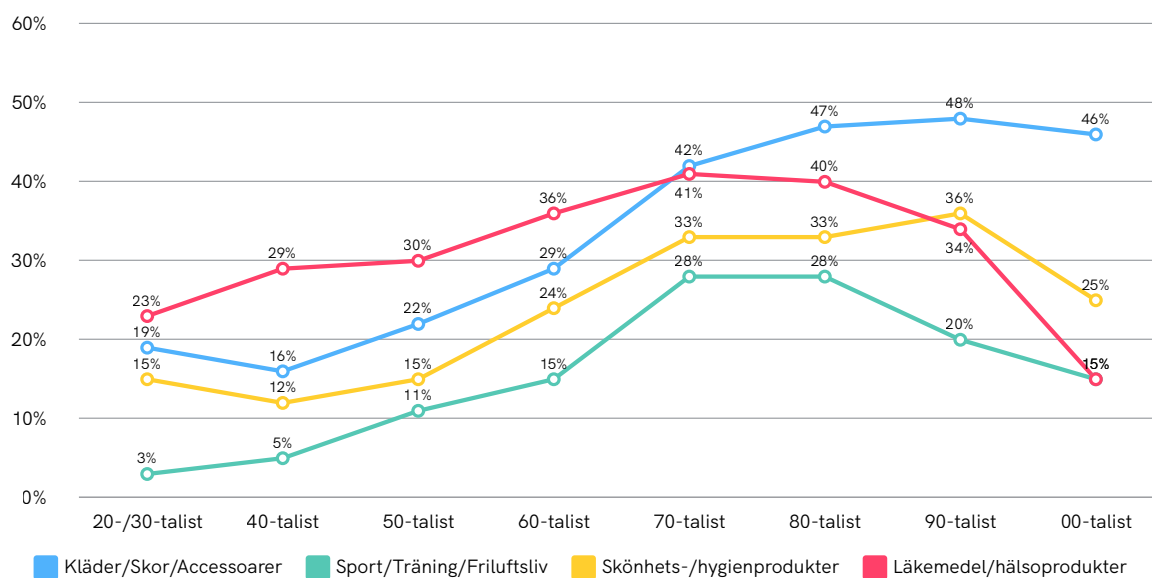
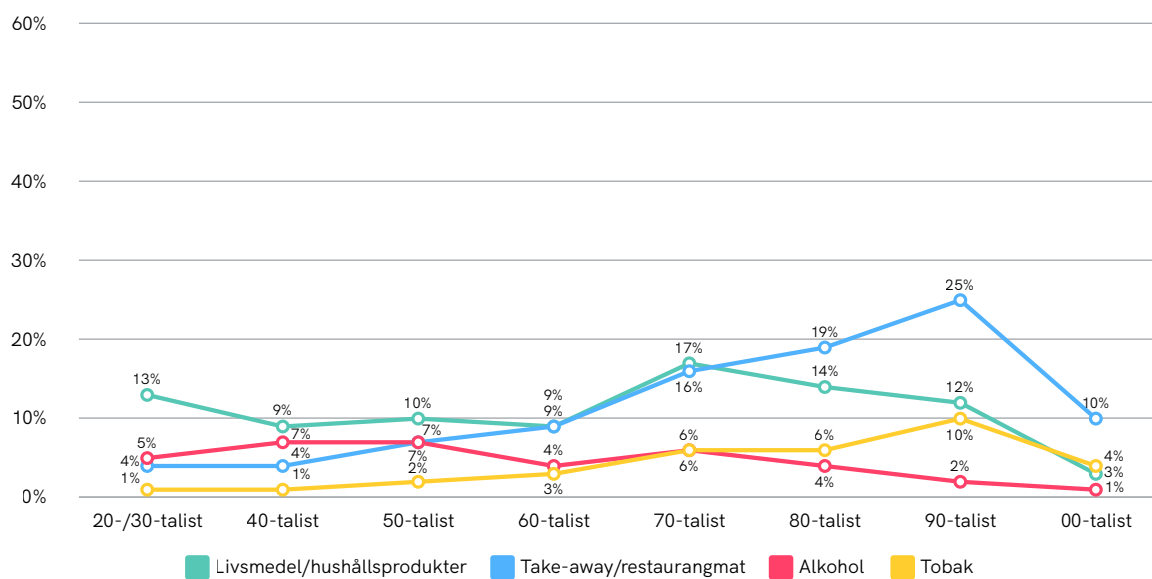
Detta kan givetvis även spegla skillnader mellan hur unga män och kvinnor, samt yngre och äldre, konsumerar varor i dessa kategorier generellt sett och inte bara digitalt. I kommande diagram ska vi titta närmare på respektive generation.

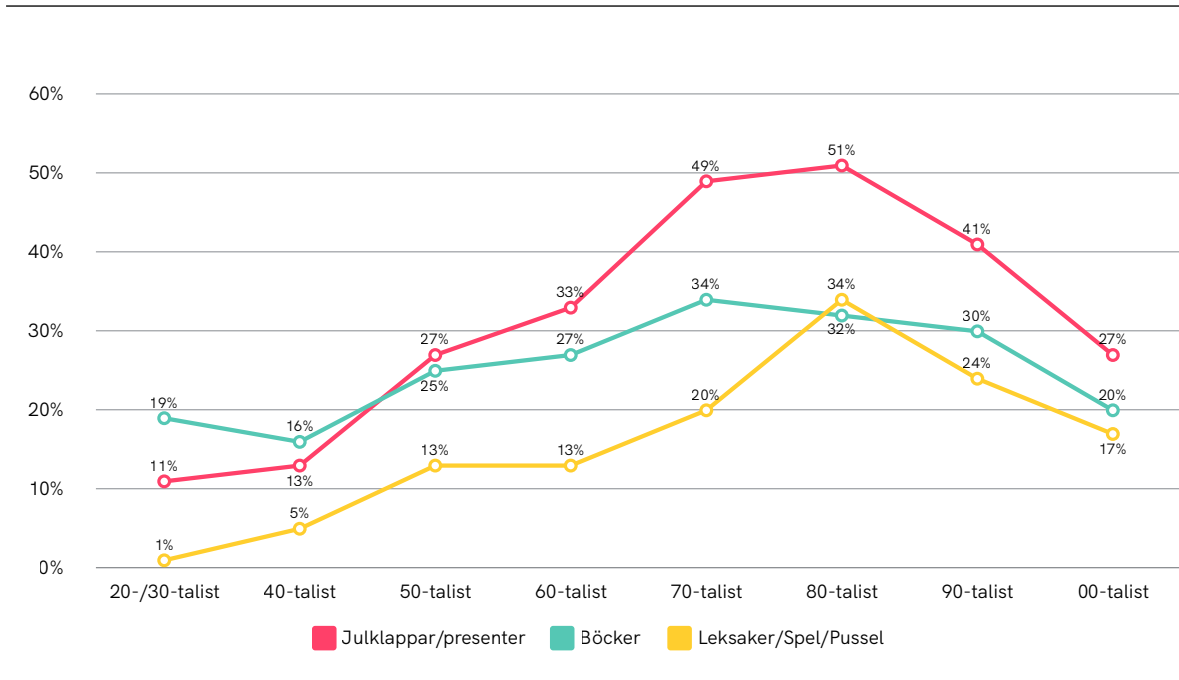
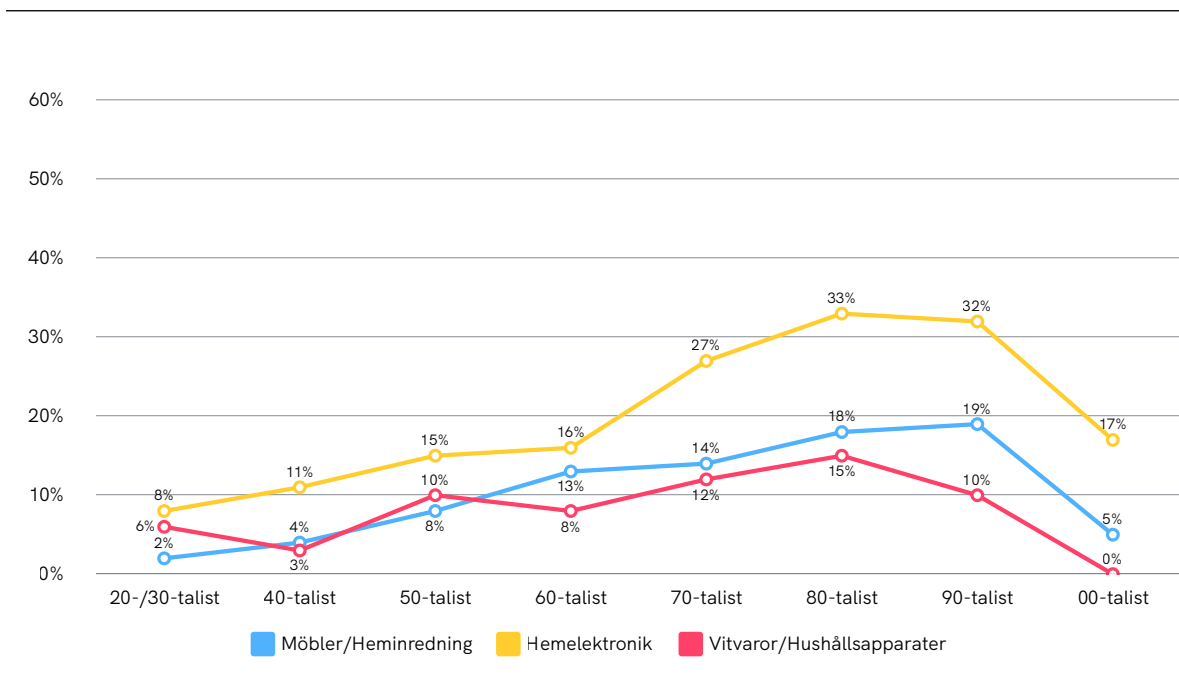
	Män 16-25 år	Topp 5	Kvinnor 16-25 år	Topp 5	Internetanv. pensionär	Topp 5
Kläder/skor/ accessoarer	32%	(1)	61%	(1)	18%	(3)
Julklappar/presenter	21%	(4)	41%	(3)	18%	(4)
Läkemedel/hälso-/ egenvårdsprodukter	13%		26%	(5)	29%	(1)
Böcker	19%	(5)	26%	(4)	20%	(2)
Skönhets- och hygienprodukter	12%		46%	(2)	13%	(5)
Hemelektronik	27%	(2)	14%		12%	
Leksaker/spel/pussel	25%	(3)	7%		7%	
Livsmedel/ hushållsprodukter	3%		6%		10%	

## Hälften av de unga gör huvudsakligen sina klädinköp på nätet

I följande fyra diagram visar vi olika produktkategorier där internetanvändarna gjort merparten av sina inköp på nätet, fördelat på generation.

Diagram 3.5, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Har du gjort majoriteten av dina inköp digitalt (e-handlat) i någon av följande kategorier under de senaste 12 månaderna? Flera svar tillåtna. År 2022 (Studie 1) \*Obs! Skala 60%





**Vilka e-handlar större delen av varorna i följande olika kategorier?**

Nedan följer en kort summering per kategori. De bakgrundsvariabler som inte finns med i diagrammen går att se i *tabellbilagan*.

**Livsmedel/hushållsprodukter**

- Totalt sett var tionde internetanvändare.
- Något fler kvinnor än män.

- Uppemot var femte 70-talist, vilket är mest av alla.
- Var åttonde av de internetanvändande 20- och 30-talisterna.

#### **Restaurangmat/take away**

- Totalt sett var åttonde internetanvändare.
- Män och kvinnor i lika stor utsträckning.
- 90-, 80- och 70-talisterna mer än alla andra, i synnerhet stadsbor.
- Var fjärde 90-talist, vilket är mest av alla.

#### **Alkohol**

- Totalt sett 5 procent av internetanvändarna.
- Något fler män än kvinnor, i synnerhet män födda på 50- och 70-talet. \*)
- Mer vanligt i den äldre halvan av befolkningen än den yngre, annars relativt jämnt fördelat över ålder.

#### **Tobak**

- Totalt sett 5 procent av internetanvändarna.
- Dubbelt så många män som kvinnor, i synnerhet män födda på 90- och 70-talet. \*)
- Var tionde 90-talist, vilket är mest av alla.

#### **Kläder/skor/accessoarer**

- Mer än var tredje internetanvändare.
- Betydligt fler kvinnor (45 procent) än män (28 procent), i synnerhet yngre. \*)
- Mer än hälften av den yngre halvan av den kvinnliga befolkningen. \*)

#### **Sport/träning/friluftsliv**

- Nära var femte internetanvändare.
- Män och kvinnor i lika stor utsträckning.
- Allra mest de födda på 70- och 80-talet.

#### **Skönhets-/hygienprodukter**

- Nära var fjärde internetanvändare.
- Betydligt fler kvinnor (40 procent) än män (14 procent), i synnerhet yngre kvinnor. \*)
- Runt hälften av den yngre halvan av den kvinnliga befolkningen. \*)
- 6 av 10 av de kvinnliga 90-talisterna, vilket är mest av alla. \*)

---

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

#### **Läkemedel/hälso-/egenvårdsprodukter**

- Nära var tredje internetanvändare.
- Betydligt fler kvinnor (40 procent) än män (26 procent), i synnerhet yngre kvinnor. \*)
- 4 av 10 av de födda på 70- och 80-talet, vilket är mest av alla.
- Nära var fjärde internetanvändare född på 20- och 30-talet.

#### **Möbler/heminredning**

- Drygt var tionde internetanvändare.
- Betydligt fler kvinnor (16 procent) än män (9 procent).
- 2 av 10 bland 80- och 90-talister, vilket är mest av alla.

#### **Hemelektronik**

- Drygt var femte internetanvändare.
- Dubbelt så många män (31 procent) som kvinnor (14 procent).
- Var tredje 80- och 90-talist, vilket är mest av alla.

#### **Vitvaror/hushållsapparater**

- Var tionde internetanvändare.
- Nästan dubbelt så många män (12 procent) som kvinnor (7 procent).
- Var sjunde 80-talist, vilket är mest av alla.

#### **Julklappar/presenter**

- Mer än var tredje internetanvändare.
- Betydligt fler kvinnor (43 procent) än män (29 procent).
- Hälften av 70- och 80-talisterna, vilket är mest av alla.

#### **Böcker**

- Mer än var fjärde internetanvändare.
- Något fler kvinnor än män.
- Var tredje 70- och 80-talist vilket är mest av alla.
- Var femte internetanvändare född på 20- och 30-talet.

#### **Leksaker/spel/pussel**

- Var femte internetanvändare.
- Marginellt fler män än kvinnor, men främst manliga 80- och 00-talister. \*)
- Nära 4 av 10 bland manliga 80-talister, vilket är mest av alla. \*)

---

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

# Handel med kryptovaluta

## Handeln med kryptovaluta har dubblerats det senaste året

De här två diagrammen visar hur många internetanvändare som har köpt eller sålt kryptovaluta, till exempel Bitcoin, under 2021 respektive 2022. Det övre *diagrammet (3.6a)* visar totalnivå fördelat på generation och det nedre (3.6b) är fördelat på kön och generation.

Diagram 3.6a, Bas: Internetanvändare 18+ år, Fråga: Har du köpt eller sålt någon form av kryptovaluta (t ex Bitcoin) under de senaste 12 månaderna? År 2021-2022 (Studie 1)

\*Obs! Skala 50%

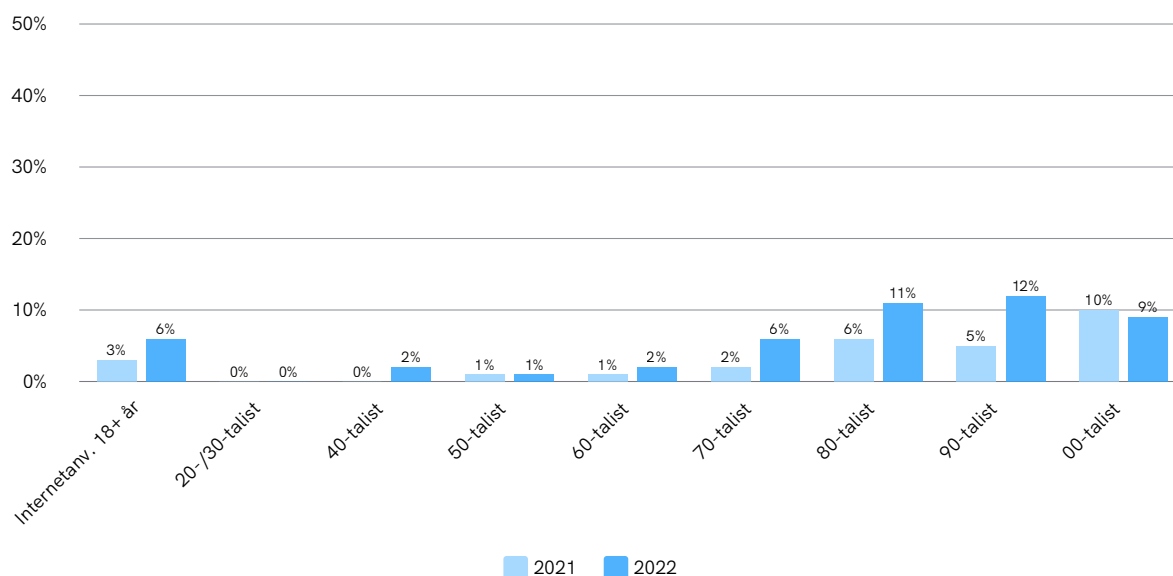
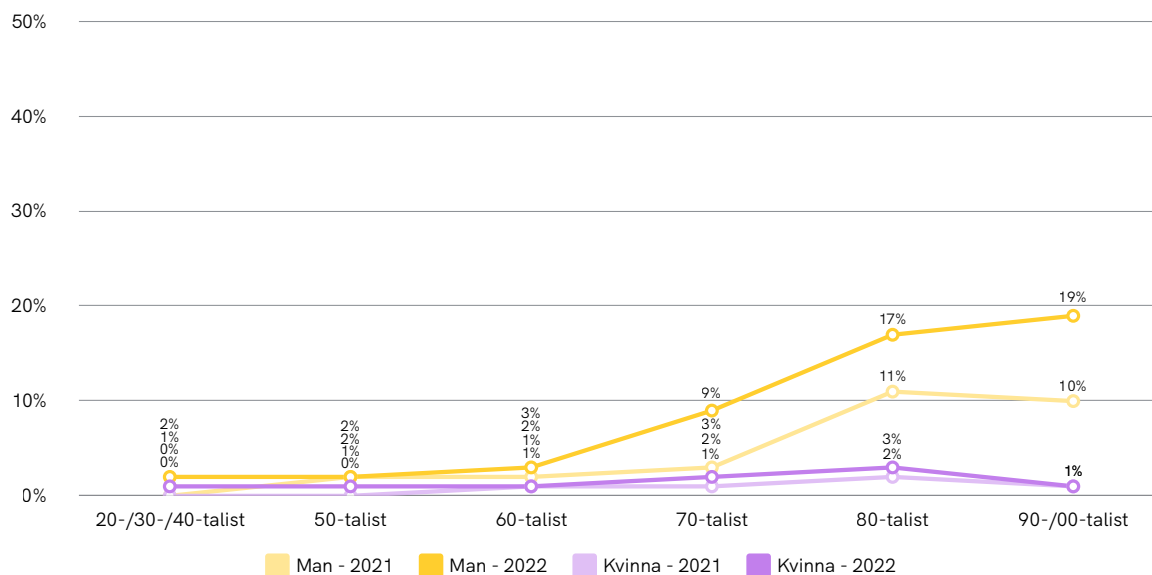


Diagram 3.6b, Bas: Internetanvändare 18+ år, Fråga: Har du köpt eller sålt någon form av kryptovaluta (t ex Bitcoin) under de senaste 12 månaderna? År 2021-2022 (Studie 1)

\*Obs! Skala 50%



### Vilka har handlat med kryptovaluta?

Kort summerat är det nästan enbart unga män som har köpt eller sålt kryptovaluta och de har mer eller mindre dubblat sin handel under det senaste året.

- 6 procent av internetanvändarna totalt sett har handlat med kryptovaluta i år vilket är en dubbling mot 2021.
- Det är nästan enbart den yngre halvan av befolkningen som har handlat med kryptovaluta. Bland personer födda på 80-, 90- och 00-talet har runt var tionde handlat. 80- och 90-talisterna har dubblat sin handel med kryptovaluta sedan 2021.
- Att handla med kryptovaluta är hittills något som nästan bara män ägnat sig åt. Endast 2 procent av kvinnorna, jämfört med 10 procent av männen har bedrivit kryptovalutahandel. \*)
- Skillnaden blir som störst är vi tittar på de yngsta generationerna där närmare 20 procent av männen i år har handlat, jämfört med någon enstaka procent bland kvinnorna.

\*) För mer information, se *tabellbilaga*



# Nätbedrägerier

## Mer än hälften utsatta för bluffmejl och bluff-sms det senaste året

Diagram 3.7a visar hur många som under det senaste året har blivit utsatt för något bedrägeri eller bedrägeriförsök på internet. Samtliga svarsalternativ utom det som avser bluffmejl är jämförbara med motsvarande fråga år 2021 och finns därför inte med i diagrammet.

Svarsalternativet om bluffmejl är särredovisat i *diagram 3.7b* fördelat på om man studerar, arbetar eller är pensionär, grupperingar som i mångt och mycket speglar ålder.

Diagram 3.7a, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Har du någon gång under de senaste 12 månaderna blivit utsatt för något av följande bedrägerier/bedrägeriförsök på internet? År 2021-2022 (Studie 1) \*) Ej jämförbar med 2021

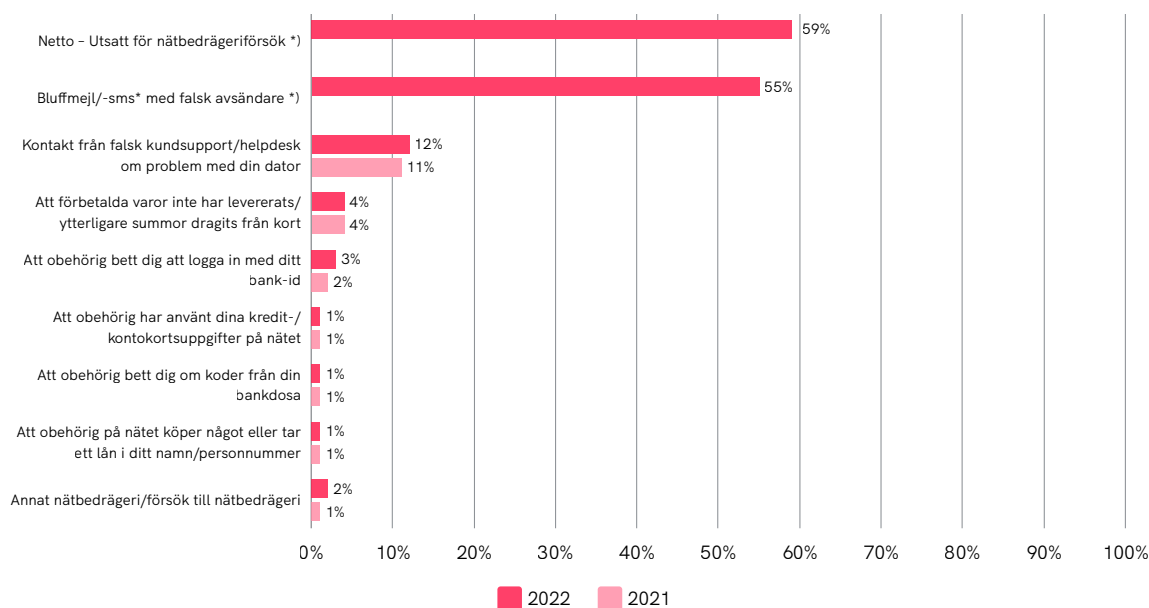
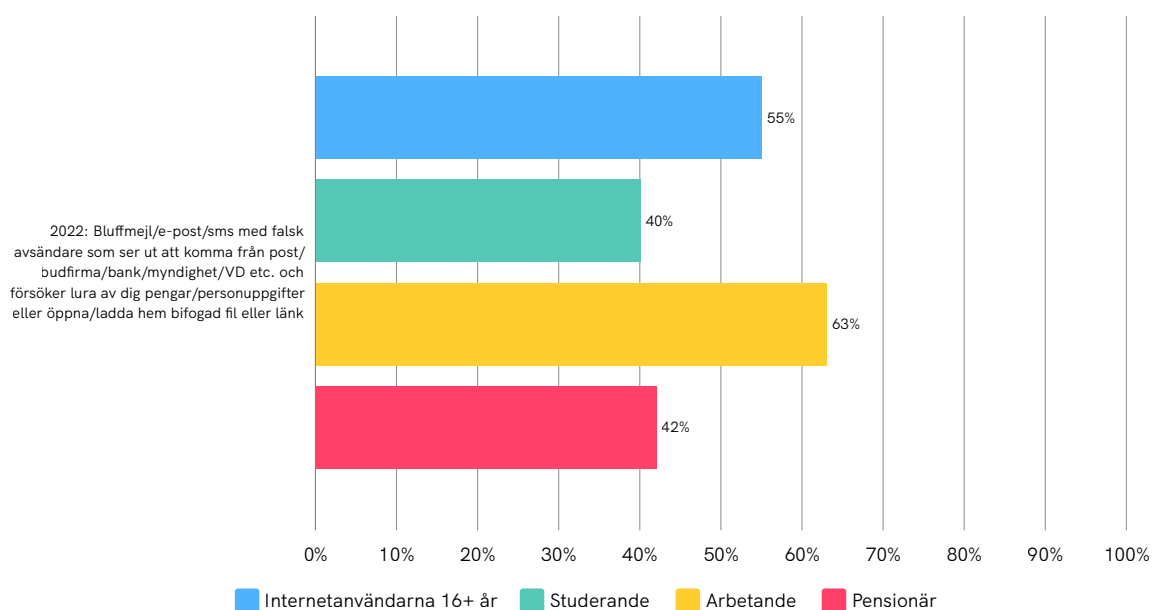


Diagram 3.7b, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Har du någon gång under de senaste 12 månaderna blivit utsatt för något av följande bedrägerier/bedrägeriförsök på internet? Flera svar tillåtna, År 2022 (Studie 1)



### Har andelen nätbedrägerier ökat det senaste året?

Med tanke på den våg av bluff-sms som polisen varnade för bland annat under julhandeln 2021 är det en kvalificerad gissning att en ökning har skett, men hur stor kan vi inte uttala oss om. Detta beror på att svarsalternativet om bluffmejl och bluff-sms i årets undersökning inte är jämförbart med år 2021.

Sammantaget gör detta att även nettovärdet för "Utsatt för nätbedrägeri/nätbedrägeriförsök" påverkas och inte blir jämförbar mot tidigare år, eftersom svarsalternativet om bluffmejl/bluff-sms ingår där.

Ser vi till de övriga exemplen på nätbedrägerier har ingen signifikant ökning skett jämfört med föregående år.

### Vilka har blivit utsatta för nätbedrägerier?

- Totalt sett uppger 6 av 10 internetanvändare att de blivit utsatta för nätbedrägerier under det senaste året. Det är främst personer födda på 70-, 80- och 90-talet som drabbats och andelen är lika stor bland män och kvinnor. \*)
- Det vanligaste nätbedrägeriet är att bli utsatt för bluffmejl och bluff-sms vilket mer än hälften av internetanvändarna har drabbats av det senaste året. Det är främst personer födda på 70-, 80- och 90-talet som drabbats och ingen skillnad mellan män och kvinnor. \*)
- Män har i något högre utsträckning drabbats av att bli kontaktad av falsk kundsupport (15 procent jämfört med 10 procent bland kvinnor) och att förbetalda varor på nätet ej levereras eller att ytterligare summor dragits från deras kort (6 procent jämfört med 3 procent). I övrigt är det inga skillnader mellan hur män och kvinnor har drabbats det senaste året. \*)
- Personer födda på 1920- och 30-talet har i högre grad än andra drabbats av att obehöriga bett dem om koder från deras bankdosa (4 procent). \*)
- Personer med någon funktionsvariation har blivit mer drabbade än andra vad gäller att bli kontaktade av falsk kundsupport (20 procent), att obehöriga bett dem logga in med Bank-id (6 procent) eller bett om koder från deras bankdosa (3 procent). \*)

---

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

De yngsta och de äldsta är de som främst fyllt i ett annat nätbedrägeri i fritext. Nedan följer några av deras svar:

*“Personer som säger att jag ska bli ambassadör eller modell samt få massor av gratissaker om jag skriver till en specifik sida.”*

Kvinna, 16 år

*“Påbörjade bedrägeriförsök som jag genast känner igen och därför blockerar. Deras mål är att komma åt mitt Steamkonto som innehåller spel och virtuella föremål.”*

Man, 19 år

*“Obehörig bett om mitt telefonnummer via kapat Instagram-konto.”*

Kvinna, 20 år

*“Försök av bedragare att få mig att lämna ut en fyrsiffrig kod för återställning av Facebook-konto.”*

Man, 28 år

*“Har fått meddelande om att ge ut mina kontouppgifter till gmail från “vänner” på messenger, men det har sedan visat sig att de blivit hackade och att de inte varit de själva som skickat meddelandena.”*

Kvinna, 29 år

*“Mail från falska avsändare som säger sig vilja inleda en relation/kommunicera med mig.”*

Man, 30 år

*“Blivit tillfrågad om CV av “kunder” som troligen skulle missbruka dem i offentliga upphandlingar (ro hem uppdragen och ge dem till undermåliga, billigare leverantörer istället). Tyvärr vanligt inom min bransch sedan länge, och de upphandlande myndigheterna (bl.a. EU) bryr sig inte tillräckligt, bara de får “billiga” tjänster - tills det kostar mer att reparera skadorna...”*

Man, 55 år

*“Någon har skickat hundratals vänförfrågningar på min facebookssida.”*

Kvinna, 64 år

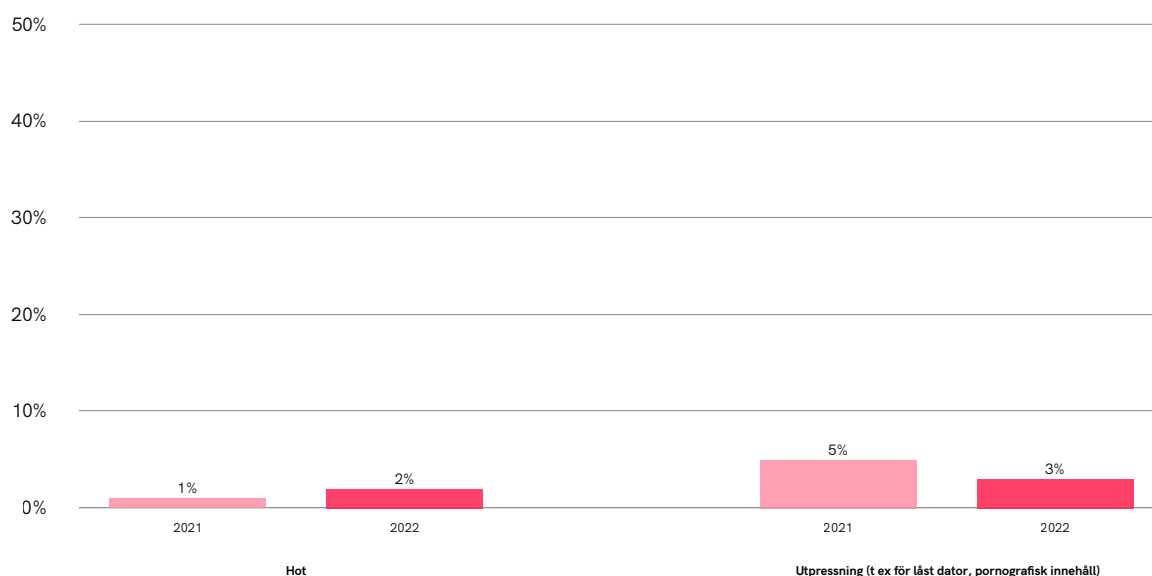
*“Någon ringde och påstod att mitt personnummer var ute på nätet och ville skydda mig från detta. När jag svarade, att det var det dummaste jag hört och att det är lätt för vem som helst att ta reda på ett personnummer, lade uppringaren på luren.”*

Man, 88 år

## 2 procent utsatta för hot på nätet det senaste året

Diagram 3.8 visar hur många av internetanvändarna som har blivit utsatta för hot eller utpressning på internet under det senaste året, till exempel genom att deras dator blir låst eller att de påstås ha pornografiskt innehåll som utpressaren hotar att göra offentligt.

Diagram 3.8, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Har du någon gång under de senaste 12 månaderna blivit utsatt för hot eller utpressning på internet, t ex i sociala medier eller via e-post? Flera svar tillåtna. År 2021-2022 (Studie 1) \*Obs! Skala 50%



### Vilka har blivit utsatta för hot eller utpressning på nätet?

- I år uppger 2 procent av internetanvändarna att de har blivit utsatta för hot på nätet. Föregående år var motsvarande siffra 1 procent, vilket inte är en signifikant ökning utan inom felmarginalen. Det är fler män än kvinnor som drabbats och i synnerhet yngre, varav 00-talisterna är mest drabbade av alla. \*) Detta ligger i linje med föregående år.
- I år uppger 3 procent att de har blivit utsatta för utpressning på nätet, vilket är en minskning sedan 2021. Det kan vara en reell minskning eller så kan det eventuellt bero på att andelen som inte vill svara på frågan har ökat från 2 procent till 5 procent i år. Dubbelt så många män som kvinnor svarar att de har utsatts för utpressning. I synnerhet gäller detta manliga 70-talister, vilket ligger i linje med föregående år. \*)

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

# Kapitel 4: Nätdejting och nätporr



# Fler män än kvinnor nätdejtat och porrsurfar

I det här kapitlet tar vi upp två företeelser på nätet som singlar ägnat sig mer åt än andra, nämligen att nätdejta och att porrsurfa. Vi undersöker i år hur många som betalar för medlemskap på nätdejtingsajter och för pornografiskt innehåll på nätet. Dessutom tar vi reda på hur stor andel av de som är i en relation sedan 20 år tillbaka som träffades via nätet.

Vi ser bland annat följande:

- Var fjärde singel har nätdejtat i år, vilket är lika många som föregående år. Män nätdejtat i något högre grad än kvinnor och 70-, 80- och 90-talister tycks ha nätdejtat lite mer i år än under 2021.
- En tredjedel av de som nätdejtat betalar för medlemskap och innehåll på nätdejtingsajter. Det är betydligt fler män än kvinnor som är betalande medlemmar. Åldersmässigt är det flest 80-talister som betalar för medlemskap.
- 4 av 10 som mötte sin nuvarande partner inom de senaste fem åren träffades via nätet och 3 av 10 av de som möttes inom de senaste 20 åren. Omkring en tredjedel av 60- och 70-talisterna som mött sin nuvarande partner inom de senaste 20 åren träffades via nätet.
- 3 av 10 internetanvändare uppger att de porrsurfar. Män porrsurfar betydligt mer än kvinnor och yngre mer än äldre. 7 procent av de som porrsurfar uppger att de betalar för porr på nätet och det är mer vanligt förekommande i de yngsta generationerna, i synnerhet bland manliga 00-talister.
- Singlar porrsurfar i högre grad än de som är i en relation. 6 av 10 singelmän jämfört med knappt 2 av 10 singelkvinnor har porrsurfat det senaste året. Porrsurfandet bland män i en relation har dock ökat jämfört med föregående år.

## Innehåll

### Nätdejting

- 4.1 Har nätdejtat senaste året - fördelat på kön/generation bland singlar (år 2021-2022)
- 4.2 Betalat för nätdejting - fördelat på kön bland singlar/de som har nätdejtat
- 4.3 Andel som mött sin nuvarande partner via nätet de senaste 5 åren
- 4.4 Andel som mött sin nuvarande partner via nätet de senaste 20 åren

### Porrsurf

- 4.5 Tagit del av pornografiskt innehåll online - fördelat på kön/generation (år 2021-2022)
- 4.6 Tagit del av pornografiskt innehåll online - fördelat på kön/singel/relation (år 2021-2022)
- 4.7 Betalat för pornografi på nätet - fördelat på kön/generation bland de som har porrsurfat

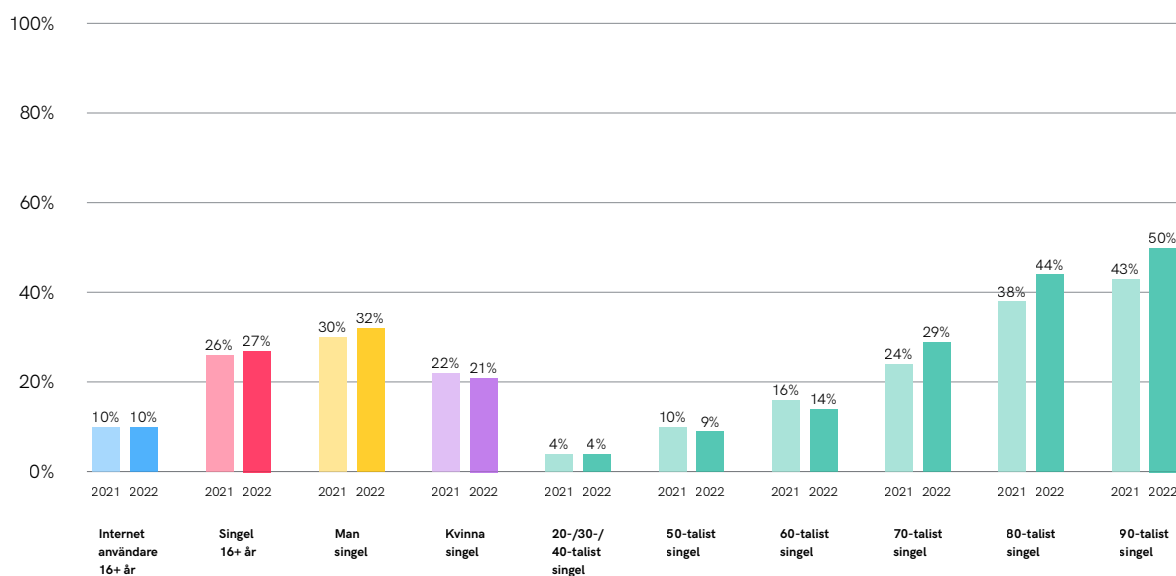


# Nätdejting

## Fler män än kvinnor nätdejtjar

Det här diagrammet visar hur många som har ägnat sig åt nätdejting under 2021 respektive 2022.

Diagram 4.1, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna ägnat dig åt nätdejting? (Ja). År 2021-2022 (Studie 1) (Singel 00-talist för liten bas för att kunna särredovisas)



### Hur många och vilka nätdejtjar?

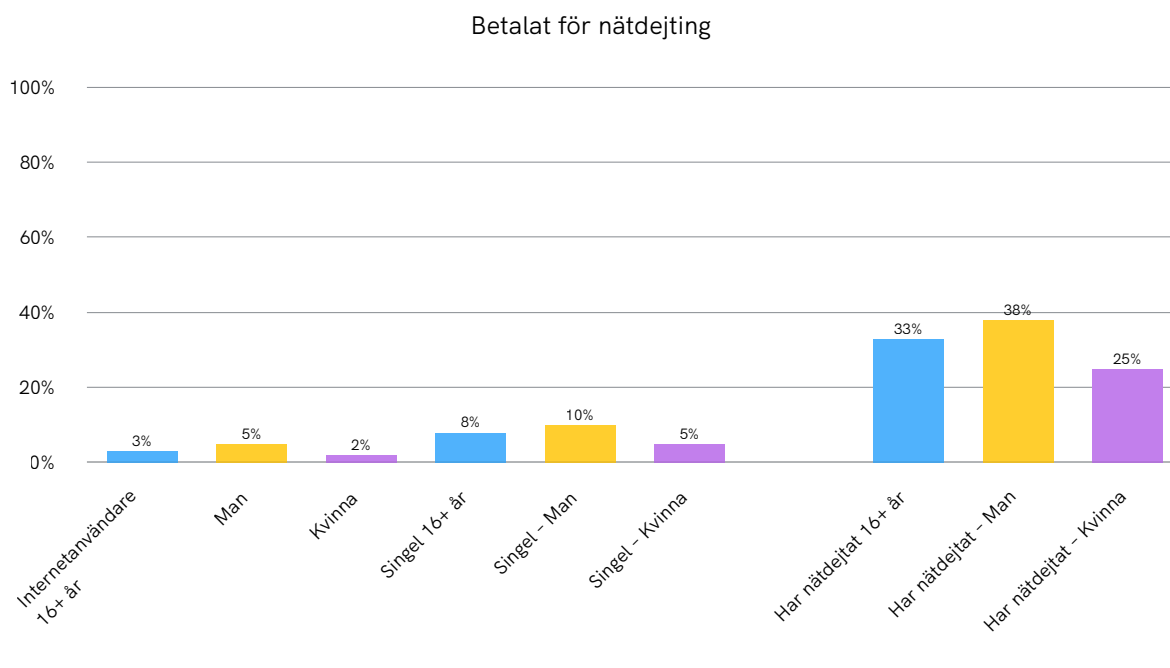
- Totalt sett nätdejtjar 1 av 10 internetanvändare och lite mer än var fjärde singel, vilket ligger i linje med föregående år.
- Fler män än kvinnor nätdejtjar - en tredjedel av alla manliga singlar nätdejtjade förra året jämfört med bara en femtedel av de kvinnliga singlarna. Männens nätdejtjande tenderar att ha ökat marginellt, men det är inom felmarginalen.
- Åldersmässigt har fler singlar födda på 70-, 80- och 90-talet nätdejtjat i år jämfört med föregående år. Bland singlar födda på 50- och 60-talet tenderar andelen som nätdejtjar istället att minska något.
- Bland de som är i en relation uppger 3 procent att de har nätdejtjat de senaste 12 månaderna, varav 4 procent män och 1 procent kvinnor. Detta behöver inte betyda att de har nätdejtjat andra medan de varit i en relation utan det kan vara så att de träffat sin nuvarande partner via nätdejting det senaste året. \*)

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## Nära 1 av 10 singlar betalar för medlemskap på nätdejtingsajter

Vi har frågat internetanvändarna om de har betalat för medlemskap eller innehåll på sajter för nätdejting. Det visar det här diagrammet som även är fördelat på de som är singlar och de som har nätdejtat samt kön.

Diagram 4.2, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna betalat för medlemskap eller innehåll på sajter för nätdejting? År 2022 (Studie 1)



### Vilka betalar för medlemskap på nätdejtingsajter?

- 3 procent av internetanvändarna har under de senaste 12 månaderna betalat för medlemskap eller innehåll på nätdejtingsajter.
- Närmare var tionde singel har betalat för medlemskap på nätdejtingsajter och var tredje som har nätdejtat har varit betalande medlem på en nätdejtingsajt. Det betyder att två tredjedelar av de som nätdejtat inte har varit betalande medlemmar på en nätdejtingsajt det senaste året.
- Det är betydligt fler män än kvinnor som är betalande medlemmar på nätdejtingsajter. Bland personer som har nätdejtat under året har närmare 4 av 10 män betalat för medlemskap på en nätdejtingsajt jämfört med en fjärdedel av kvinnorna.

- Sett till ålder så är det mest vanligt att singlar födda på 80-talet (18 procent) är betalande medlemmar på nätdejtingsajter. På andra plats hamnar de singlar 70-talisterna (12 procent). \*)

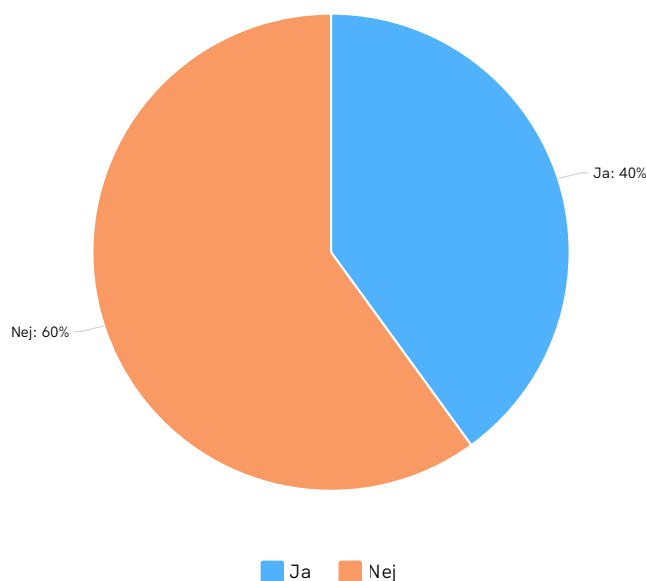
---

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## Av de som träffat sin nuvarande partner inom de senaste fem åren träffades 4 av 10 på nätet

Det här diagrammet visar hur många som är i en relation sedan upp till 5 år som träffat sin nuvarande partner via nätet.

Diagram 4.3, Bas: Träffade sin partner de senaste 5 åren (16+ år), Fråga: Träffade du din nuvarande partner via nätet? År 2022 (Studie 1)



### Hur många av de som träffats de senaste 5 åren har träffat sin partner på nätet?

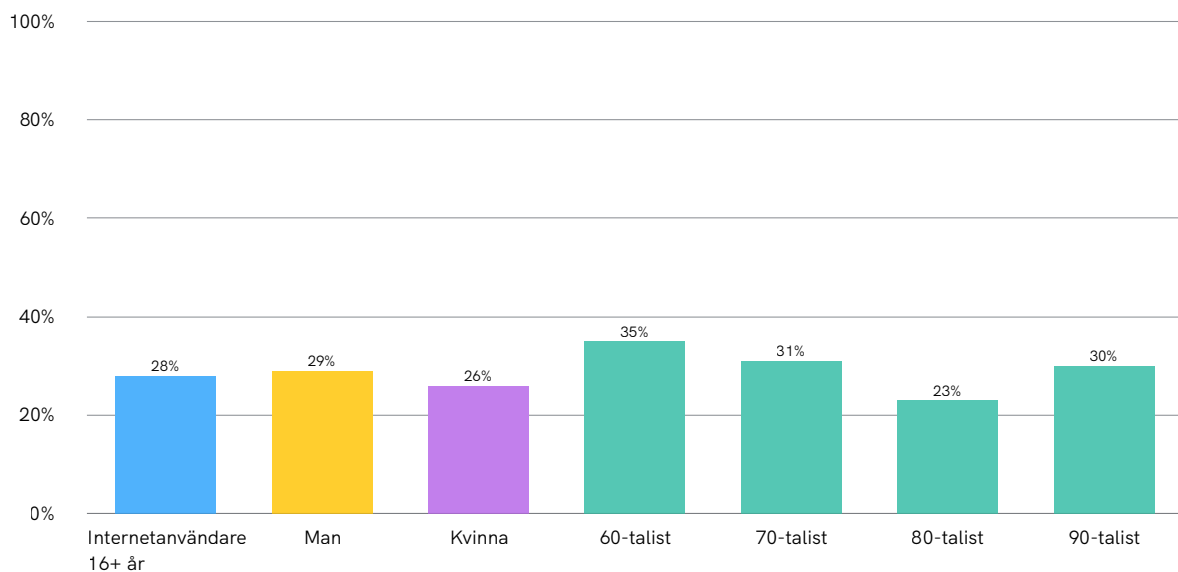
- 4 av 10 av de som träffats de senaste fem åren träffades via nätet.
- Nära 5 av 10 av 90-talisterna (47 procent) som mött sin nuvarande partner inom de senaste fem åren träffade partnern via nätet. \*)

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## Av de som träffat sin nuvarande partner inom de senaste 20 åren träffades 3 av 10 på nätet

Det här diagrammet visar hur många som är i en relation sedan upp till 20 år som träffat sin nuvarande partner via nätet.

Diagram 4.4, Bas: Träffade sin nuvarande partner de senaste 20 åren (16+ år), Fråga: Träffade du din nuvarande partner via nätet? År 2022 (Studie 1)



### Hur många av de som träffats de senaste 20 åren har träffat sin partner på nätet?

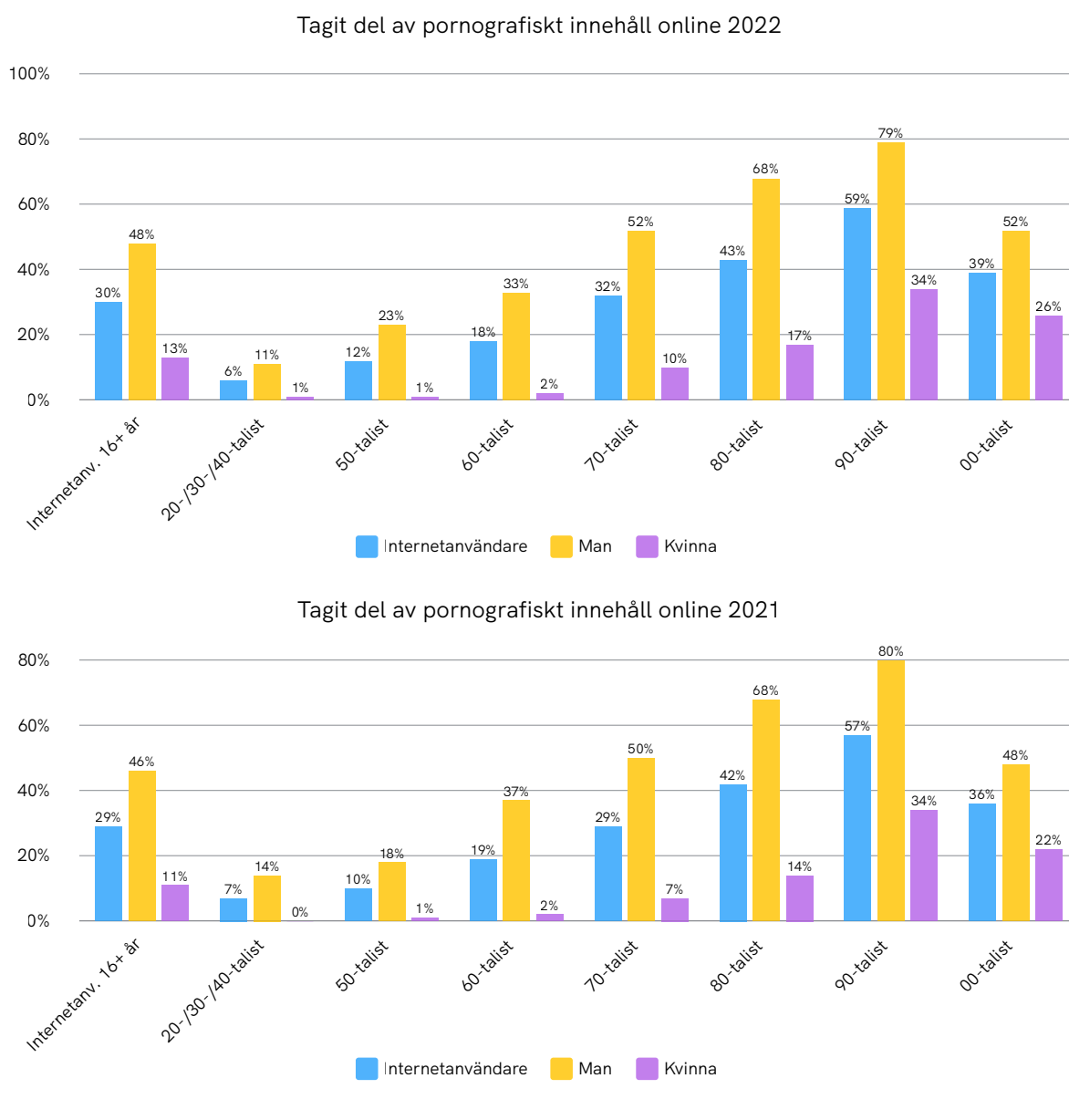
- Nära 3 av 10 som träffats de senaste 20 åren träffades via nätet.
- Omkring en tredjedel av 60- och 70-talisterna som träffat sin nuvarande partner inom de senaste 20 åren träffades via nätet.

# Porrsurf

## 8 av 10 män födda på 90-talet porrsurfar

De här två diagrammen visar hur många som har ägnat sig åt att porrsurfa, det vill säga ta del av pornografiskt innehåll online, de senaste 12 månaderna. Det övre diagrammet visar årets värden fördelat på generation samt kön. Det undre visar motsvarande värden från föregående år för jämförelse.

Diagram 4.5, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna ägnat dig åt att ta del av pornografiskt innehåll online? (Ja). År 2021-2022 (Studie 1)



### Hur många porrsurfar, och vilka?

- Totalt sett porrsurfar 3 av 10 internetanvändare, vilket är en marginell ökning mot föregående år.
- Män porrsurfar betydligt mer än kvinnor. Hälften av alla män har porrsurfat det senaste året jämfört med drygt var tionde kvinna. Porrsurfandet tenderar ha ökat marginellt bland både män och kvinnor jämfört med föregående år.
- Yngre halvan av den internetanvändande befolkningen porrsurfar betydligt mer än den äldre. Mer än hälften av alla män födda på 70-talet och senare har porrsurfat.
- 90-talisterna har porrsurfat mest av alla – 8 av 10 män och var tredje kvinna.
- Både män och kvinnor boende i städer eller storstäder har porrsurfat mer än genomsnittet. \*)

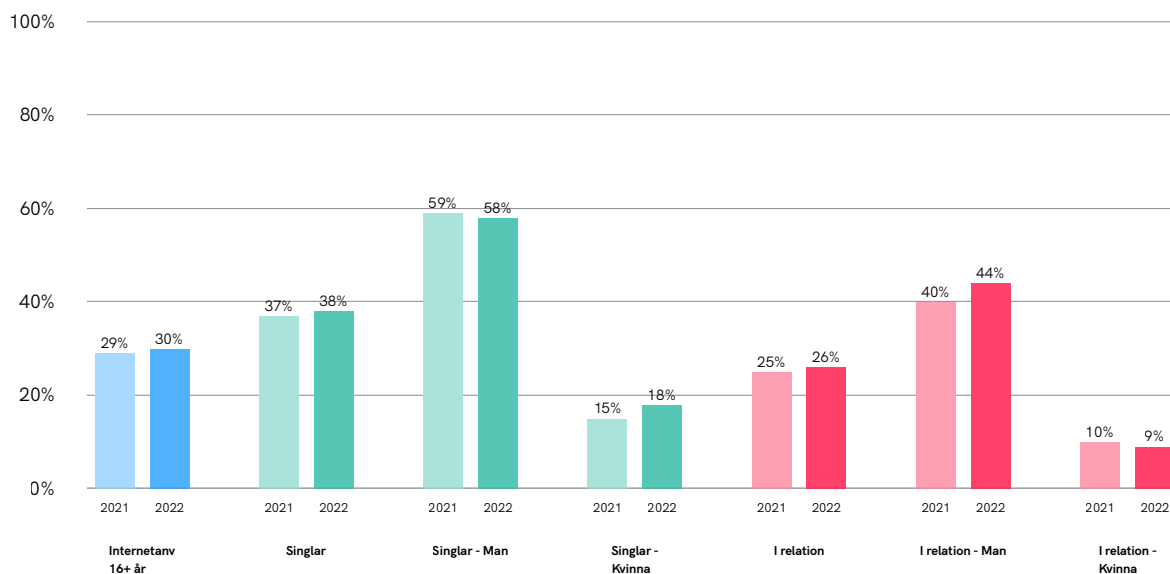
---

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## Porrsurfandet har ökat bland män som är i en relation

Det här diagrammet visar hur många som har ägnat sig åt att porrsurfa, det vill säga ta del av pornografiskt innehåll online, år 2021 och år 2022.

Diagram 4.6, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna ägnat dig åt att ta del av pornografiskt innehåll online? (Ja). År 2021-2022 (Studie 1)



### Hur porrsurfar de som är singlar eller i en relation?

- Singlar porrsurfar i högre grad än de som är i en relation. Totalt sett har 4 av 10 singlar porrsurfat.
- 6 av 10 singelmän jämfört mot knappt 2 av 10 singelkvinnor har porrsurfat det senaste året. Singelkvinnorna tenderar att ha ökat sitt porrsurfande marginellt det senaste året.
- Var fjärde i en relation porrsurfar - män i betydligt högre grad än kvinnor. Porrsurfande bland män i en relation har ökat med 4 procentenheter jämfört med föregående år.
- De i en relation som bor i städer eller storstäder har porrsurfat mer än genomsnittet. \*)

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

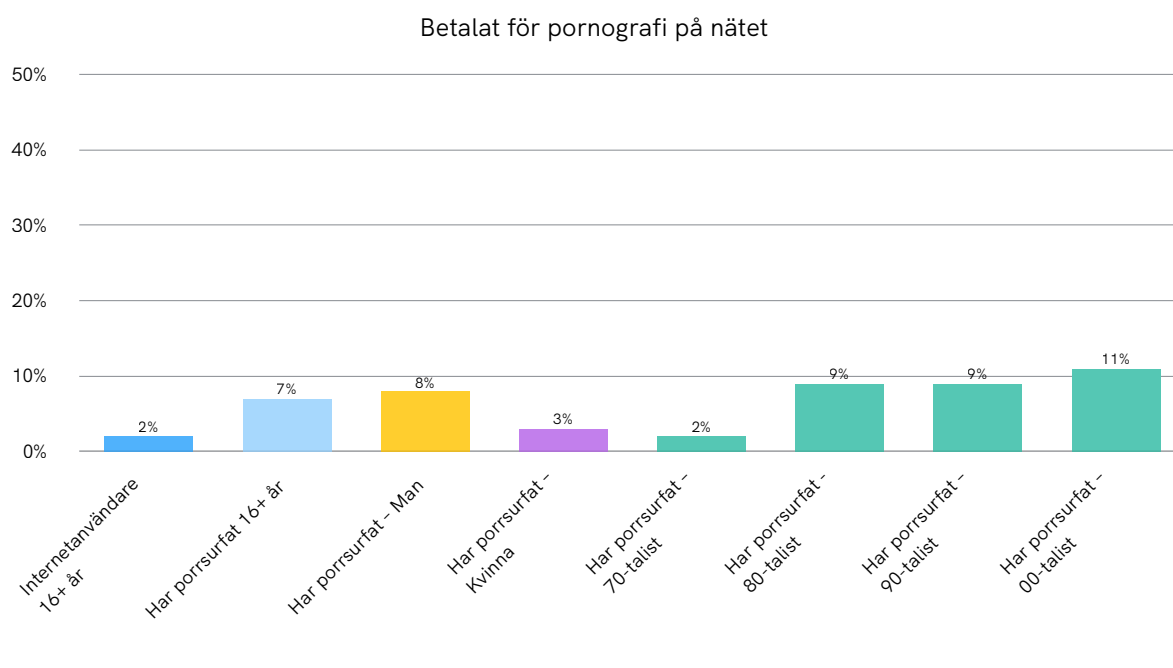


## Nära var tionde man som porrsurfar har betalat för innehåll eller medlemskap på porrsajter

Vi har frågat internetanvändarna om de har betalat för medlemskap eller innehåll på sajter för pornografi. Det visar det här diagrammet, främst fördelat på de som har porrsurfat.

Diagram 4.7, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna betalat för medlemskap eller innehåll på sajter för pornografi? År 2022 (Studie 1)

\*Obs! Skala 50%



### Hur många och vilka betalar för porr på nätet?

- Totalt sett uppger 2 procent av internetanvändarna att de betalat för porr på nätet.
- Bland de som har porrsurfat uppger 7 procent att de betalat för porr på nätet.
- Mer än dubbelt så många porrsurfande män som porrsurfande kvinnor har betalat för porr på nätet.
- Det är de yngsta, det vill säga 00-talisterna, som betalar för porrsurf mest av alla, tätt följt av 90- och 80-talisterna. I de äldre generationerna är det ytterst få av de som porrsurfar som betalar för detta.

# Kapitel 5: Hur svenskarna kommunicerar på nätet



# Text dominerar, men videomeddelanden populärt bland yngre

Det här kapitlet visar vilka tjänster internetanvändarna använder för att kommunicera med varandra. Vi undersöker bland annat hur svenskarna använder sig av text, röst, bild och video för att skicka meddelanden, liksom för att söka och ta reda på ny information.

I kapitlet ser vi hur användningen av olika kommunikationstjänster skiljer sig åt mellan generationerna och hur användningen av videosamtal har utvecklats i pandemirestriktionernas efterdyningar. Sist men inte minst undersöks hur många som chattat socialt med personer de inte känner och hur vi ställer oss till digital kommunikation – är det enklast att prata med våra vänner fysiskt eller digitalt?

Vi ser bland annat följande:

- Skriven text är fortfarande den vanligaste metoden för att skicka meddelanden och söka information på nätet. Men röst, video och bild dyker upp som nya sätt för att kommunicera, särskilt i de yngre generationerna.
- Internetanvändarna använder återigen videosamtal mer sällan efter att ha skjutit i höjden under pandemin. Framför allt sjunker den veckovisa och dagliga användningen markant.
- Sms kvarstår som den vanligaste digitala tjänsten för att kommunicera med andra. Under en vanlig vecka är sms den tjänst som flest använder sig av i samtliga generationer – bortsett från 90-talisterna där Facebook Messenger används av fler.
- Discord särskiljer sig från andra digitala kommunikationstjänster genom att användarna i hög grad håller kontakten med personer som de aldrig träffat i verkliga livet.

- I samtliga generationer tycker en större andel att det är enklare att kommunicera med sina vänner fysiskt istället för digitalt. Bland 00-talister anser däremot en fjärdedel att det är enklare att kommunicera med sina vänner digitalt – det är en betydligt större andel jämfört med övriga generationer.

## Innehåll

### Skicka meddelanden

- 5.1 Skicka text-, video-, röstmeddelande, pratat in meddelande – fördelat på kön
- 5.2 Skicka text-, video-, röstmeddelande, pratat in meddelande – fördelat på generationer

### Söka information på nätet

- 5.3 Användning av text-, röst- och bildsökning – fördelat på kön
- 5.4 Användning av text-, röst- och bildsökning – fördelat på generationer
- 5.5 Användning av text-, röst- och bildsökning, barn 8–19 år – fördelat på skolstadium

### Chatt

- 5.6 Socialt chattande med människor man inte träffat – fördelat på generationer
- 5.7a Föredra att prata med vänner fysiskt eller digitalt
- 5.7b Föredra att prata med vänner fysiskt eller digitalt – fördelat på generationer

### Digitala kommunikationstjänster

- 5.8 Användning av Sms, Facebook Messenger, Whatsapp, Discord, Signal och Telegram Messenger (redovisas för internetanvändare 8+ år)
- 5.9 Användning av Sms, Facebook Messenger, Whatsapp, Discord, Signal och Telegram Messenger (år 2021–2022, redovisas för internetanvändare 12+ år)
- 5.10 Användning av Sms, Facebook Messenger, Whatsapp, Discord, Signal och Telegram Messenger – fördelat på generationer
- 5.11 Användning av Sms, Facebook Messenger, Whatsapp, Discord, Signal och Telegram Messenger för att prata med personer man inte träffat

### Videosamtal

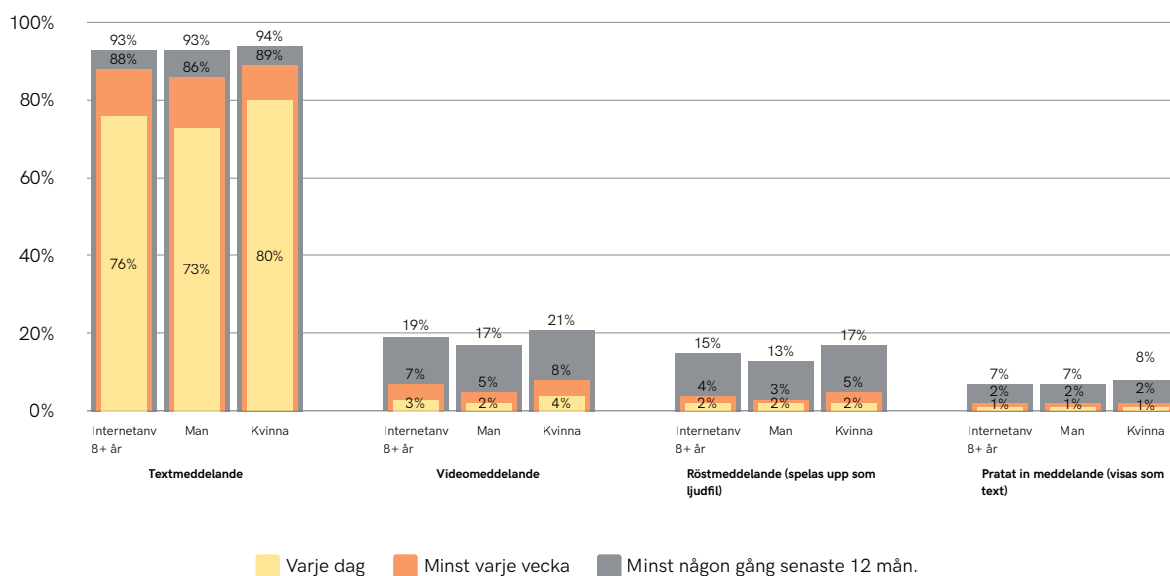
- 5.12 Användning av videosamtal (redovisas för internetanvändare 8+ år) – fördelat på generationer
- 5.13 Användning av videosamtal (år 2021–2022, redovisas för internetanvändare 12+ år)

# Skicka meddelanden

## Textmeddelanden fortsätter att dominera

Diagram 5.1 visar hur internetanvändarna använder olika tekniker för att skicka meddelanden till varandra.

Diagram 5.1, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: På vilka av följande sätt har du skickat meddelanden de senaste 12 månaderna / varje vecka / varje dag? År 2022 (Studie 2)



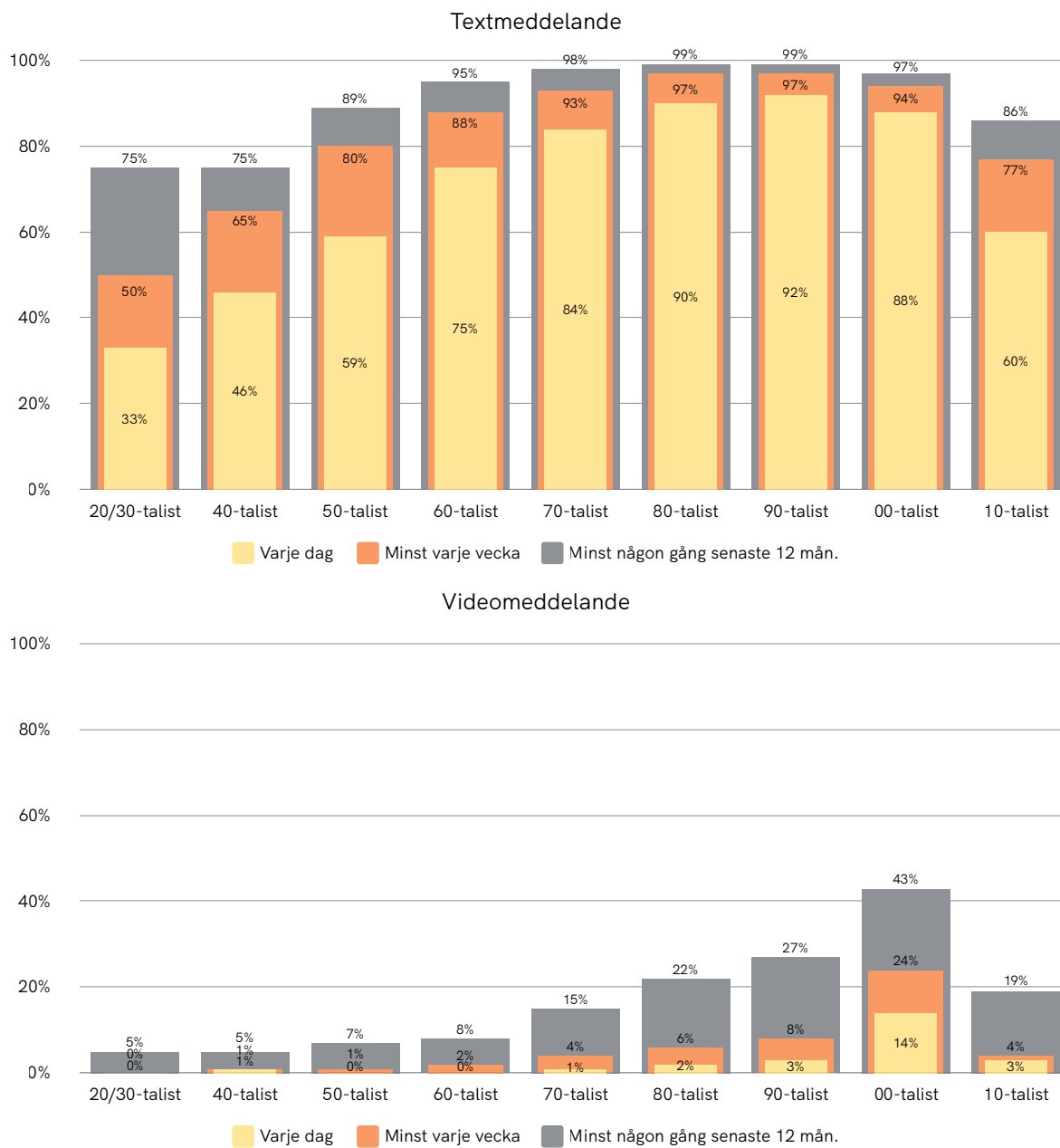
### Vilka tekniker är vanligast för att skicka digitala meddelanden?

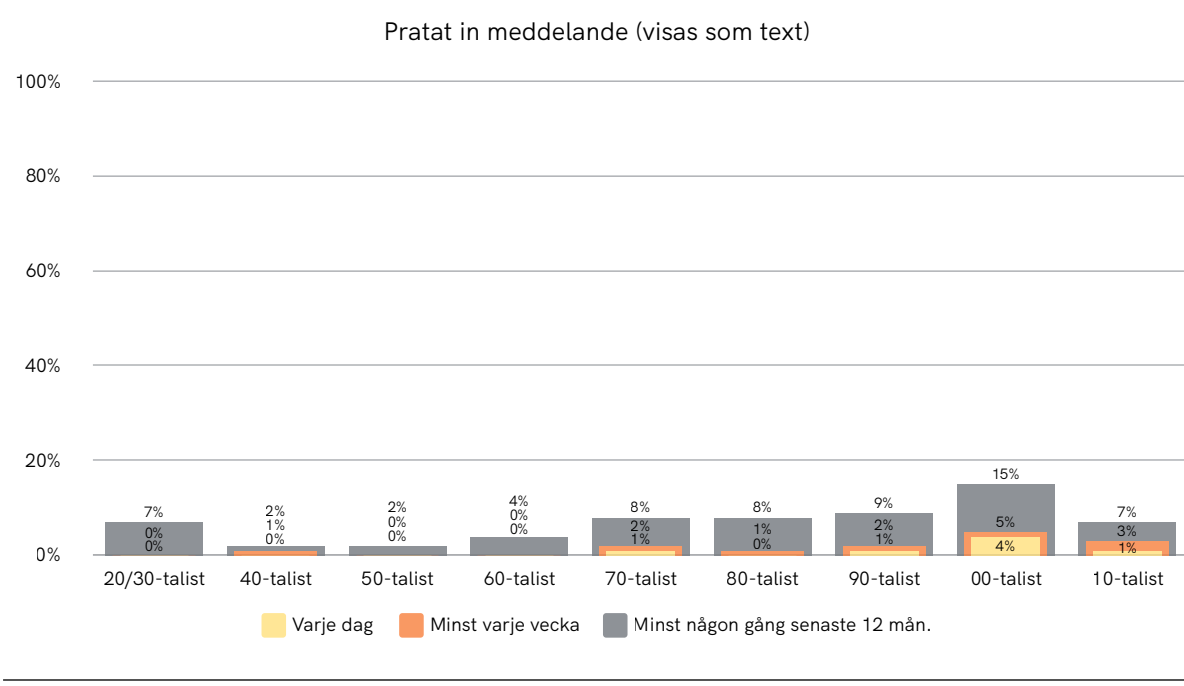
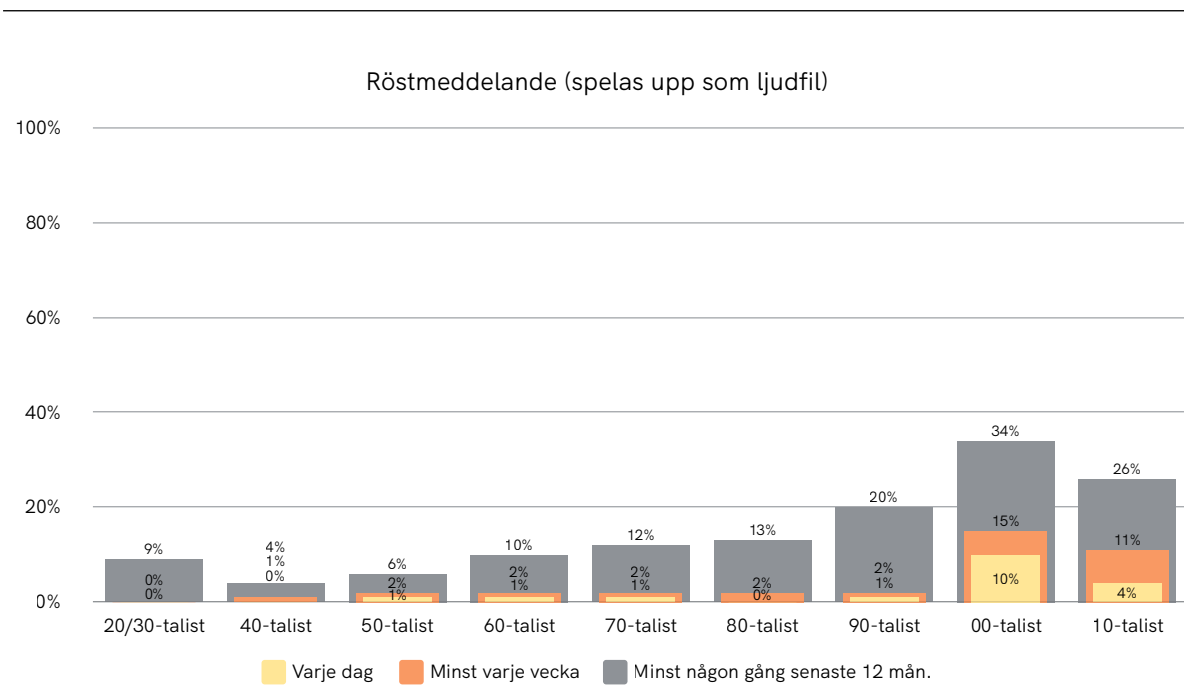
- Textmeddelanden fortsätter att vara det dominerande sättet för hur vi kommunicerar och skickar digitala meddelanden med varandra.
- Nästan 2 av 10 internetanvändare har under året skickat videomeddelanden, där man spelar in en kort video som mottagaren sedan kan titta på.
- Drygt var sjunde internetanvändare har skickat röstmeddelanden, det vill säga korta ljudklipp där man pratar in sitt meddelande som mottagaren sedan kan lyssna på.
- Det är mindre vanligt att prata in ett meddelande som sedan omvandlas till text och skickas som ett vanligt textmeddelande. Endast 7 procent av internetanvändarna har använt denna teknik under senaste året.

## En fjärdedel av 00-talister skickar videomeddelanden till varandra varje vecka

Diagram 5.2 visar hur stor andel i olika generationer som har skickat meddelanden i form av text, i videoformat, röstmeddelande som spelas upp som ljudfil samt pratat in meddelanden som mottagaren sedan läser i text.

Diagram 5.2, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: På vilka av följande sätt har du skickat meddelanden de senaste 12 månaderna / varje vecka / varje dag? År 2022 (Studie 2)





## Hur skickar olika generationer digitala meddelanden?

Textmeddelanden är fortsatt dominerande för hur vi kommunicerar och skickar digitala meddelanden till varandra i samtliga generationer. Men nya tekniker har kommit och inte minst unga är snabba på att testa nya kommunikationssätt.

- Textmeddelanden skickas brett över generationerna. De äldsta och de yngsta internetanvändarna skickar dock textmeddelanden i något lägre utsträckning än andra.
- Unga personer födda på 00-talet har skickat videomeddelanden i betydligt högre utsträckning än andra, både äldre och yngre personer.
- Bland 00-talisterna är det mest kvinnor som skickar videomeddelanden. En tredjedel av kvinnor/flickor födda på 00-talet skickar videomeddelanden varje vecka jämfört med hälften så många, en sjättedel, bland män/pojkar i samma ålder. \*)
- Unga 00-talister har även skickat röstmeddelanden (som spelas upp som ljud) i högre grad än andra. Även här är kvinnor födda på 00-talet de främsta användarna, där 2 av 10 skickar röstmeddelanden varje vecka jämfört med endast 1 av 10 av män/pojkar i samma ålder. \*)
- Det är genomgående i generationerna förhållandevis ovanligt att prata in ett meddelande som sedan omvandlas till text och som mottagaren läser som ett vanligt textmeddelande.
- Personer med någon funktionsvariation skickar generellt meddelanden något mer sällan jämfört med internetanvändarna i genomsnitt. \*)

---

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

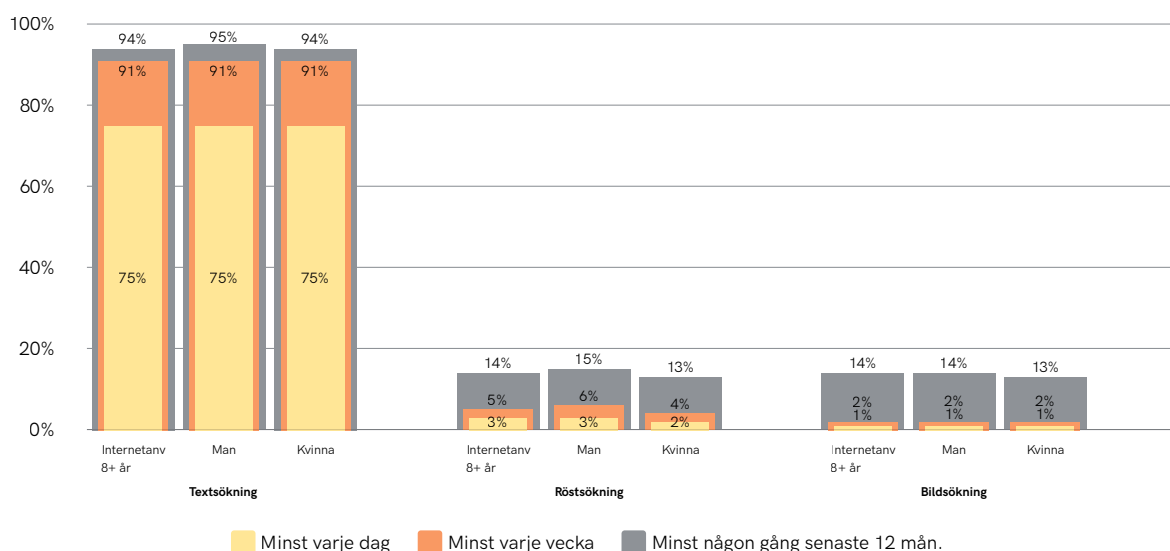


# Söka information på nätet

## Tre av fyra skriver in sökningar på nätet varje dag

Diagram 5.3 visar hur internetanvändarna gjort sökningar på nätet, exempelvis för att få svar eller söka information om något.

Diagram 5.3, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: På vilka av följande sätt har du gjort sökningar på nätet under de senast 12 månaderna / varje vecka / varje dag? T ex sökt efter svar eller information om något. År 2022 (Studie 2)



### Vilka tekniker används för att söka information?

Textsökningar dominerar hur vi söker information på nätet. Nyare tekniker för att söka information används betydligt mer sparsamt.

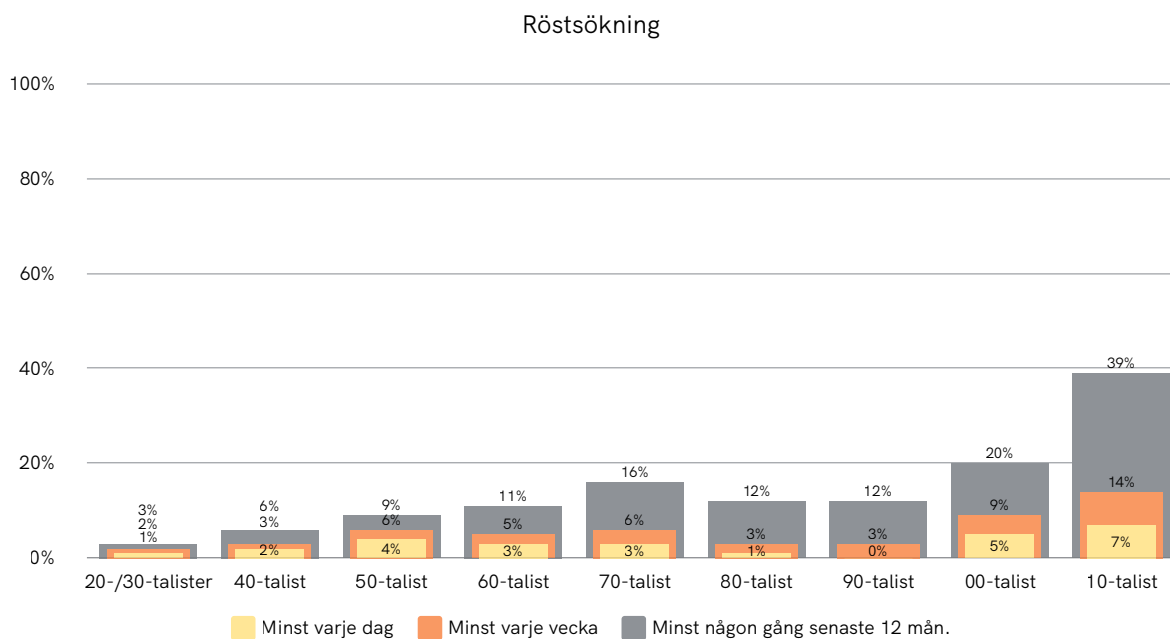
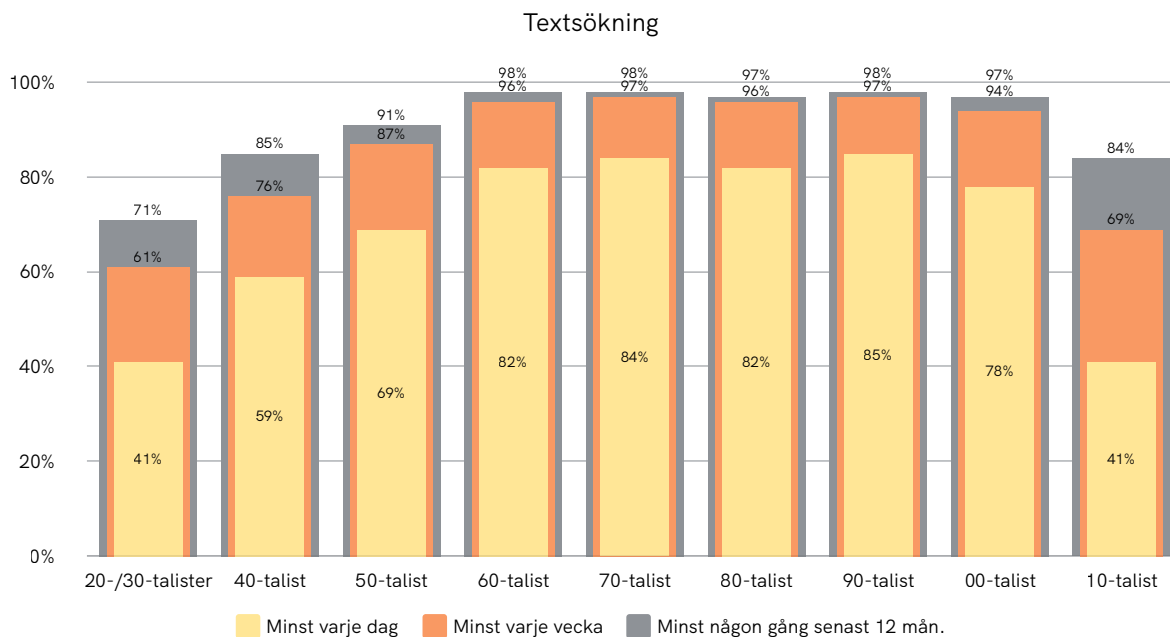
- Bland internetanvändarna gör 3 av 4 textsökningar dagligen (till exempel genom att "googla").
- 1 av 7 har under året använt röstsökning för att prata in en fråga, exempelvis via Siri, Alexa eller Google Assistant. Det är däremot endast 5 procent som använder denna typ av sökning varje vecka och ytterst få gör det dagligen.
- 1 av 7 har under året använt bildsökning, det vill säga när man använder en bild eller mobilens kamera för att söka på nätet (exempelvis med appen Google Lens). Mycket få, endast ett par procent, använder däremot denna teknik mer frekvent.

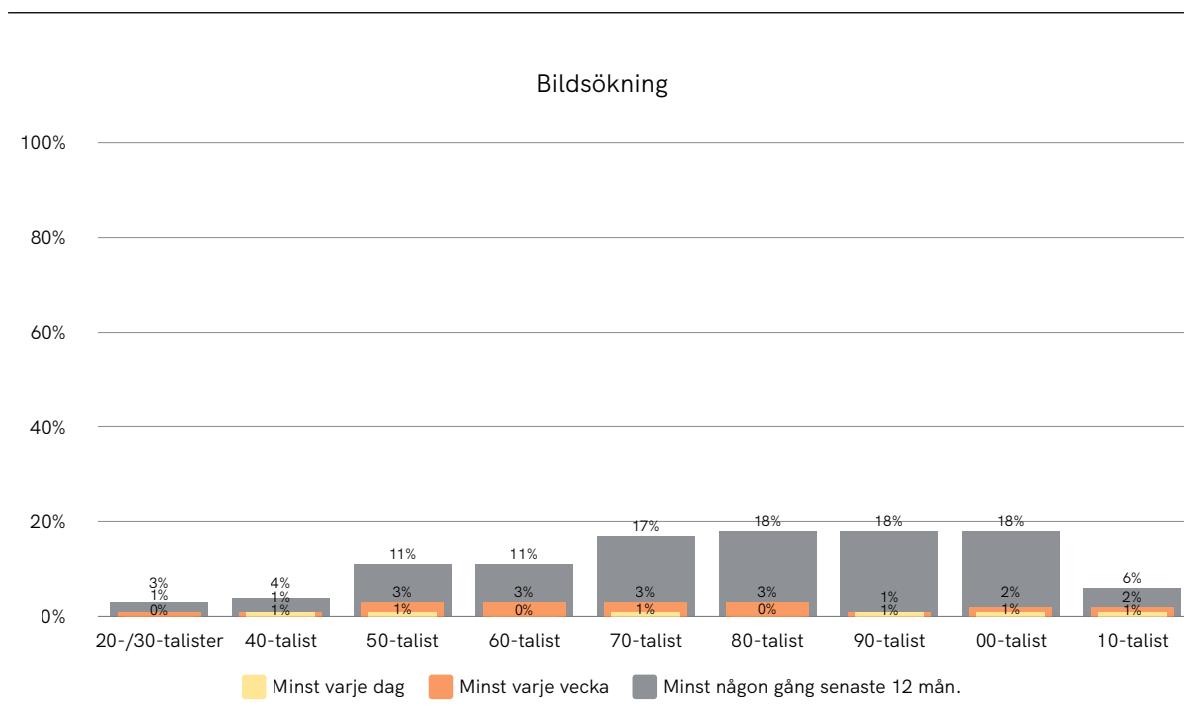
Nästa *diagram 5.4* visar hur olika generationer använder sig av olika sökmetoder.

## Röstsökning används mest av de födda på 2000-talet

Diagram 5.4 visar hur internetanvändarna i olika generationer använder olika söktekniker på nätet.

Diagram 5.4, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: På vilka av följande sätt har du gjort sökningar på nätet under de senast 12 månaderna / varje vecka / varje dag? T ex sökt efter svar eller information om något. År 2022 (Studie 2)





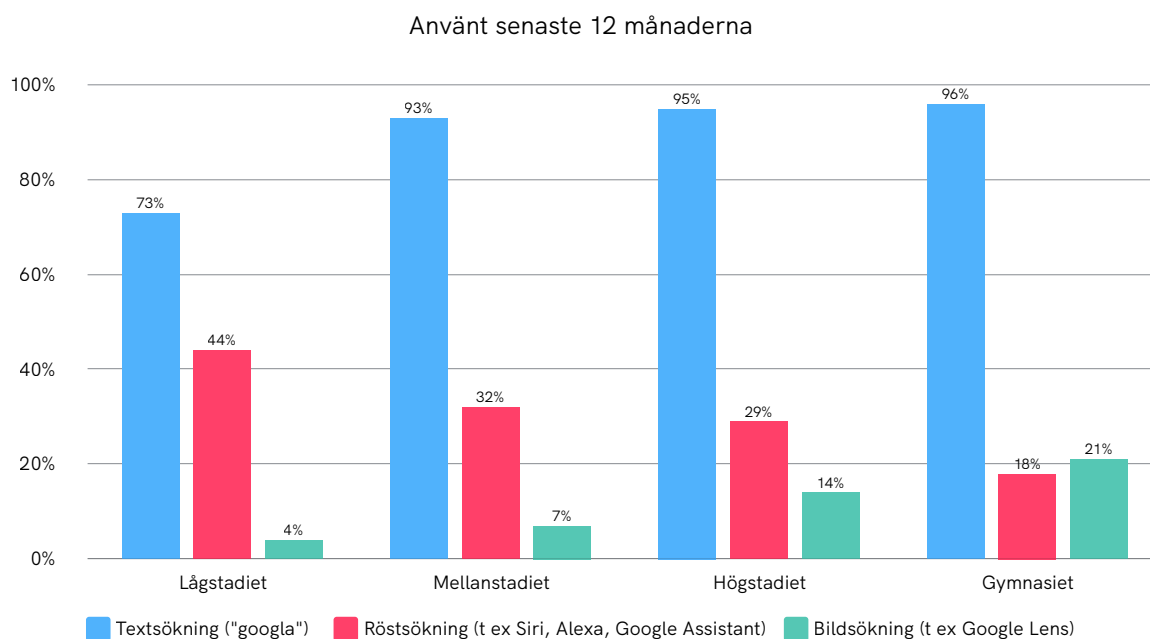
### Hur används olika söktekniker av olika generationer?

- Textsökning är det vanligaste sättet för att söka svar eller information på nätet i samtliga generationer. De äldsta och de yngsta internetanvändarna använder dock textsökningar i något lägre utsträckning än andra generationer.
- De allra yngsta, personer födda på 10-talet, har använt röstsökning (exempelvis genom Siri, Alexa eller Google Assistant) i betydligt högre utsträckning än äldre personer. Nästan 4 av 10 barn födda på 10-talet har använt röstsökning under det senaste året och 1 av 7 använder det varje vecka.
- Personer födda på 70-, 80-, 90- eller 00-talet är de som i högst utsträckning har använt bildsökning, där omkring 1 av 6 använt sig av denna teknik för att söka information under året. Bildsökningar innebär att man söker svar på nätet genom att använda mobilens kamera eller bilder, exempelvis med appen Google Lens.

## Drygt 4 av 10 lågstadiebarn har använt röstsökning för att söka svar på frågor under året

Diagram 5.5 visar hur internetanvändarna använder olika söktekniker på nätet i olika generationer.

Diagram 5.5, Bas: Barn 8-19 år, Fråga: På vilka av följande sätt har du gjort sökningar på nätet under de senaste 12 månaderna? T ex sökt efter svar eller information om något.  
År 2022 (Studie 2)



### Vilka söktekniker har barn 8-19 år använt under året?

Textsökning är den vanligaste sökmetoden att använda bland barn, men de har även i jämförelsevis hög grad testat andra sätt för att få svar på frågor eller söka ny information.

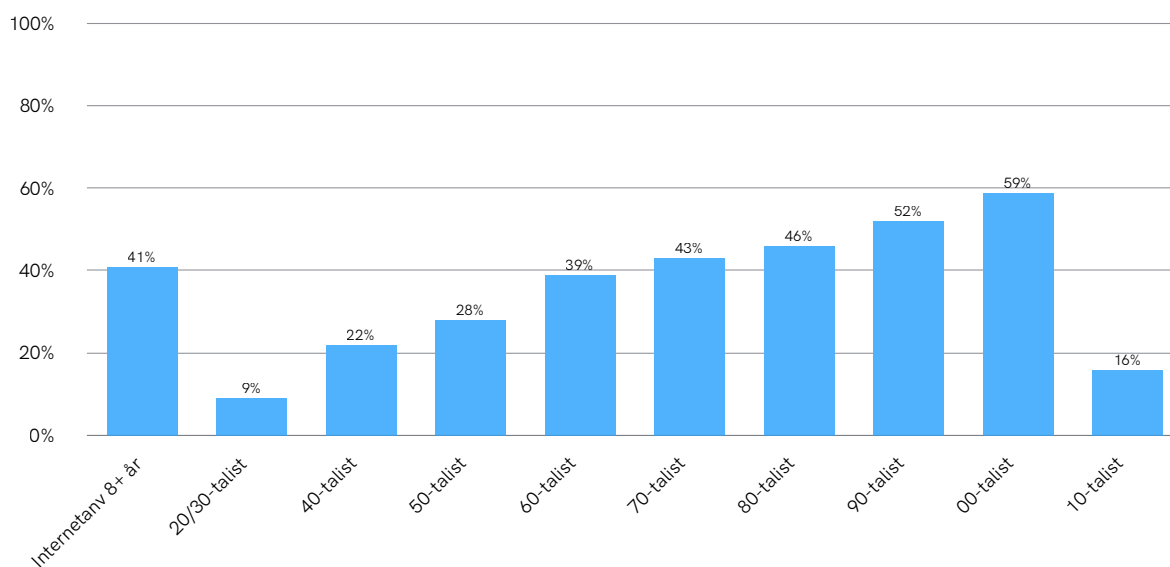
- Lågstadiebarn använder i lägre utsträckning textsökning jämfört med barn i äldre åldrar.
- Röstsökning är vanligast bland de yngsta lågstadiebarnen, där drygt 4 av 10 har använt rösten för att söka svar och information på nätet under året.
- Bildsökning är vanligare bland ungdomar som går på gymnasiet. Bland gymnasieeleverna har 1 av 5 använt bildsök under året.

# Chatt

## 4 av 10 internetanvändare har under det senaste året chattat socialt med personer de inte träffat utanför nätet

Diagram 5.6 visar hur stor del av internetanvändarna som har messat eller chattat socialt med personer som de inte träffat ansikte mot ansikte i den fysiska världen.

Diagram 5.6, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: 8-11 år: Har du under de senaste 12 månaderna messat/chattat med kompisar som du aldrig träffat? 12+ år: Har du under de senaste 12 månaderna messat/chattat socialt med människor (ej kundtjänst eller motsvarande) som du aldrig har träffat ansikte mot ansikte i verkliga livet? År 2022 (Studie 2)



### Vilka har chattat socialt med personer de inte träffat utanför nätet?

- Andelen som chattar socialt med personer som de inte har träffat ökar successivt i de yngre generationerna.
- Vanligast är att personer födda på 00-talet chattar socialt med personer de inte träffat, där 6 av 10 har gjort det under det senaste året.

I *tabellbilagan* kan vi även se att: \*)

- Män (45 procent) i högre grad än kvinnor (36 procent) har chattat socialt med personer de inte träffat i den fysiska världen.
- Personer med någon funktionsvariation (48 procent) har i högre grad chattat socialt med personer de inte känner jämfört med genomsnittet (41 procent).

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

- Högstadiesbarn (52 procent) och gymnasieungdomar (67 procent) chattar i hög grad socialt med personer de inte träffat. Motsvarande andel bland de yngre barnen är 9 procent bland lågstadiesbarn och 27 procent bland mellanstadiesbarn.

### **Hur har andelen som chattar socialt utvecklats sedan föregående år?**

I föregående mätning, *Svenskarna och internet 2021*, ställdes samma fråga till personer 12 år eller äldre. Då uppgav 45 procent att de under året chattat socialt med personer som de inte träffat. Denna andel minskar något, då motsvarande andel i åldersgruppen 12 år eller äldre är 42 procent i årets mätning. Skillnaderna är dock små.

## En fjärdedel av 00-talisterna tycker att det är enklare att kommunicera med sina vänner digitalt än fysiskt

Diagram 5.7 visar på vilket sätt internetanvändarna anser att de enklast kommunicerar med sina vänner – digitalt online eller fysiskt utanför nätet.

Diagram 5.7a, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilket tycker du är lättast – att prata med dina vänner genom att messa/chatta eller att prata ansikte mot ansikte i verkliga livet?  
År 2022 (Studie 2)

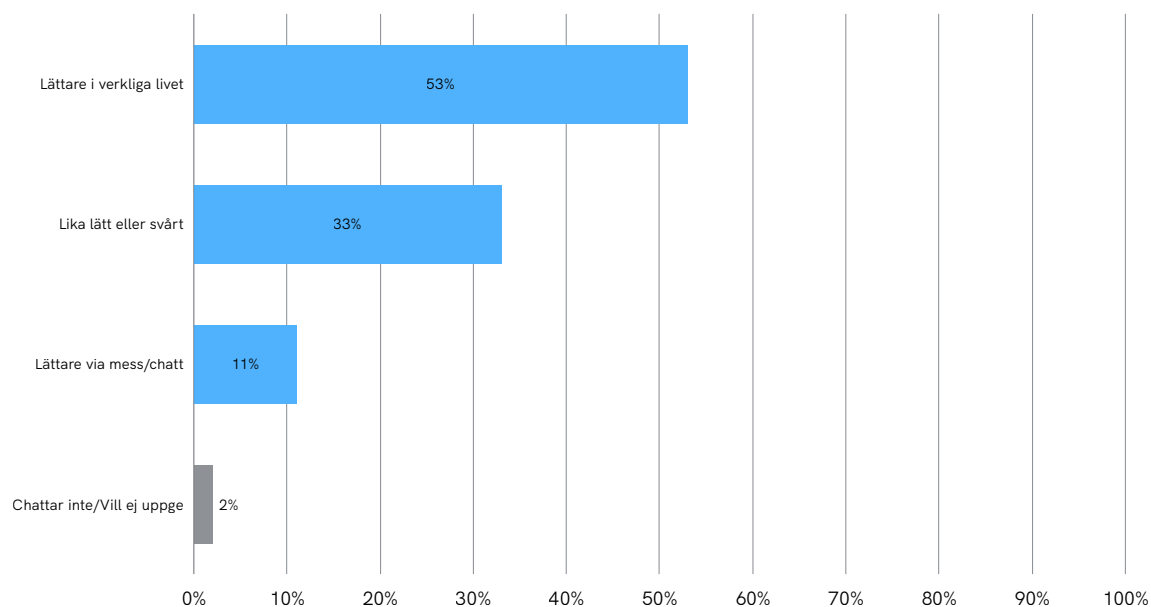
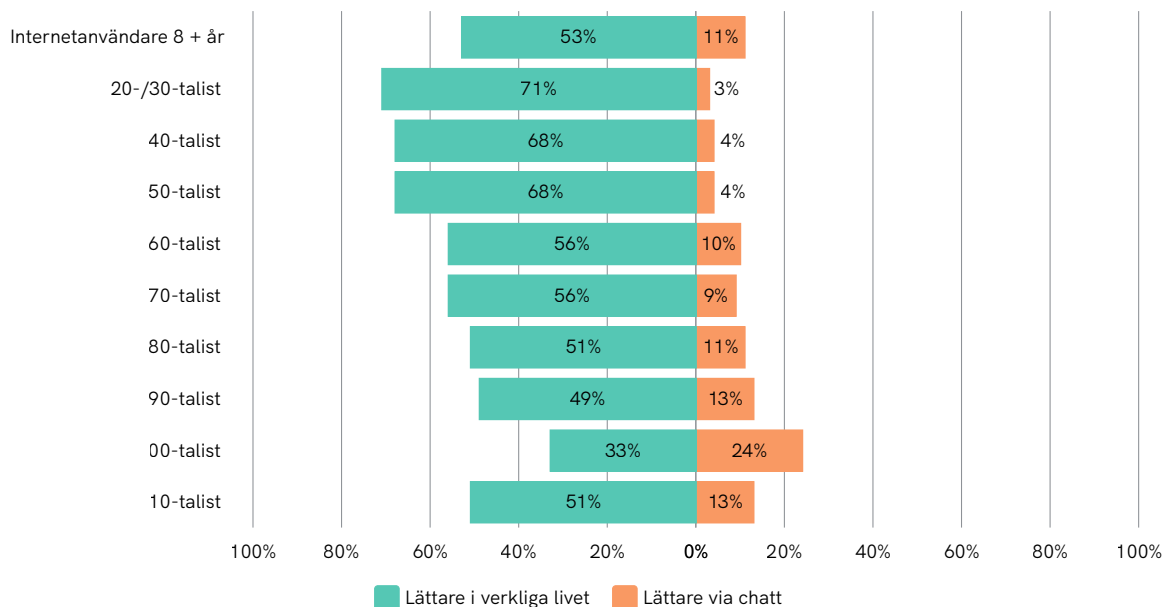


Diagram 5.7b, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilket tycker du är lättast – att prata med dina vänner genom att messa/chatta eller att prata ansikte mot ansikte i verkliga livet? Notera att alternativen "lika lätt eller svårt" och "chattar ej/vill ej uppge" inte redovisas i diagrammet. År 2022 (Studie 2)



### Vilka tycker att det är enklast att kommunicera i den fysiska världen?

- I samtliga generationer tycker en större andel att det är enklare att kommunicera med sina vänner fysiskt jämfört med digitalt på nätet. Bland 00-talister anser däremot bara en tredjedel att de enklast pratar med sina vänner ansikte mot ansikte utanför internet.
- I de äldre generationerna anser en klar majoritet, omkring 7 av 10, att de enklast kommunicerar med sina vänner ansikte mot ansikte i den fysiska världen.

### Vilka tycker det är enklast att kommunicera via mess/chatt?

- Det är betydligt vanligare att unga födda på 00-talet tycker att det är lättare att kommunicera via mess eller chatt online.
- Bland personer med någon funktionsvariation anser en något större andel (15 procent) att det är enklare att kommunicera med sina vänner digitalt på nätet i stället för fysiskt jämfört med genomsnittet. \*)

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

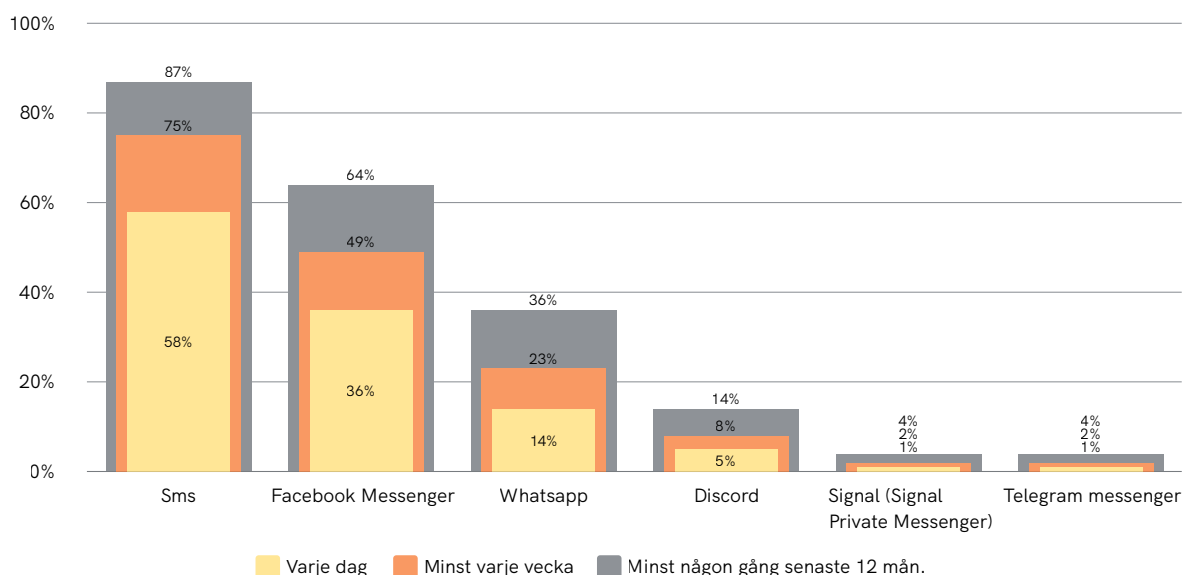


# Digitala kommunikationstjänster

## Sms är den digitala kommunikationstjänst som används av flest och mest frekvent

Diagram 5.8 visar användningen av olika digitala kommunikationstjänster bland internetanvändarna. Nytt för årets undersökning är att frågan ställs bland internetanvändare som är 8 år eller äldre.

Diagram 5.8, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka av följande digitala kommunikationstjänster har du använt de senaste 12 månaderna / varje vecka / varje dag? (Studie 2)



### Vilka använder sms?

- Sms är den digitala kommunikationstjänst som används av flest internetanvändare och som även används mest frekvent. Detta har vi sett även tidigare år och sms fortsätter att ha en särställning i vår digitala kommunikation.
- Kvinnor använder sms något oftare än män. Exempelvis skickar 62 procent av kvinnor sms dagligen medan motsvarande andel bland män är 54 procent. \*)

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

### Vilka använder Facebook Messenger?

- Chatt-tjänsten Facebook Messenger används av närmare 2 av 3 internetanvändare under ett år.
- Omkring hälften använder Facebook Messenger under en vecka och drygt en tredjedel kommunicerar där dagligen.
- Det är något fler kvinnor än män som använder Facebook Messenger. Bland kvinnor använder 41 procent Facebook Messenger dagligen medan endast 32 procent av män gör detsamma. \*)

### Vilka använder Whatsapp?

- Chatt-tjänsten Whatsapp används av drygt en tredjedel av internetanvändarna under ett år.
- Det är vanligare bland personer födda utanför Sverige att använda Whatsapp. Totalt har 5 av 10 personer med utländsk bakgrund använt Whatsapp under året. \*)
- Whatsapp är också vanligare i storstäder. Bland storstadsbor har nästan hälften (46 procent) använt tjänsten under året jämfört med endast 25 procent bland personer som bor på landsbygd. \*)

### Vilka använder Discord?

- Betydligt fler män än kvinnor använder Discord. Under det senaste året har 20 procent av männen använt Discord jämfört med endast 7 procent av kvinnorna. \*)
- Män födda på 00-talet är den grupp som använder Discord i högst utsträckning. I denna grupp har 55 procent använt Discord under det senaste året, jämfört med endast 22 procent bland kvinnliga 00-talister. \*)

### Vilka använder Signal och Telegram Messenger?

- Signal och Telegram Messenger används av få internetanvändare. Endast 4 procent har använt dessa chatt-tjänster under senaste året.

I *diagram 5.10* ska vi titta på hur användningen av digitala kommunikationstjänster per vecka skiljer sig åt mellan olika generationer.

---

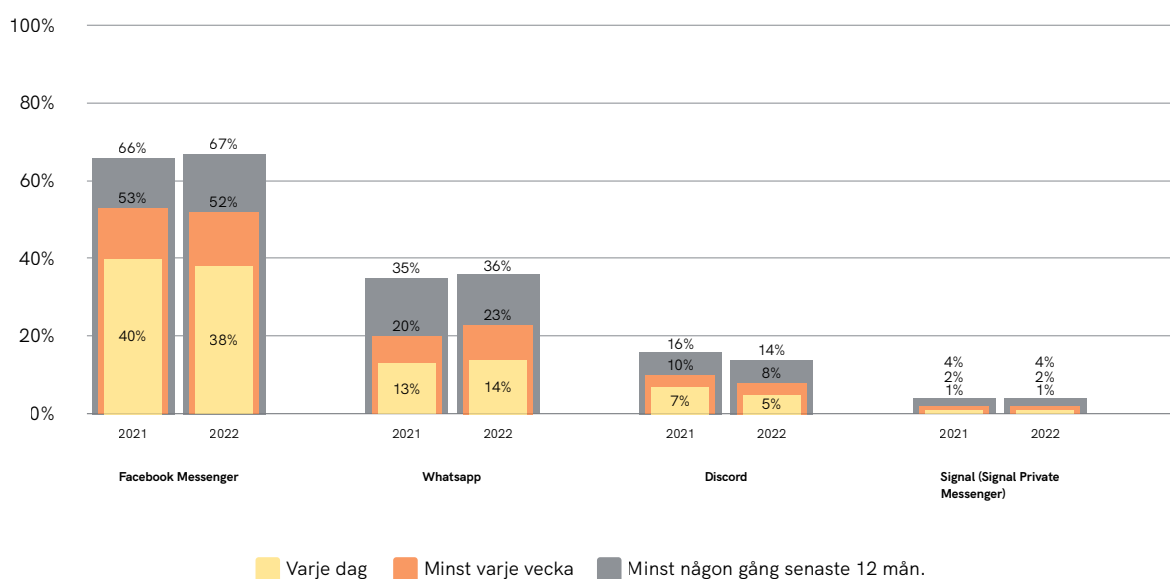
\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## Signal används av få internetanvändare

Diagram 5.9 visar hur användningen av olika digitala kommunikationstjänster har förändrats under åren 2021-2022.

Föregående år, 2021, ställdes frågan endast till personer från 12 år eller äldre medan i årets undersökning har den ställts till internetanvändare i åldern 8 år eller äldre. Jämförelsen i diagrammet nedan utgår från åldern 12 år eller äldre för att resultaten ska vara jämförbara mellan åren.

Diagram 5.9, Bas: Internetanvändare 12+ år, Fråga: Vilka av följande digitala kommunikationstjänster har du använt de senaste 12 månaderna / varje vecka / varje dag? År 2021-2022 (Studie 2)



### Hur har användandet av kommunikationstjänster utvecklats sedan år 2021?

Bland internetanvändare i åldern 12 år eller äldre har användandet av dessa fyra digitala kommunikationstjänster inte ändrat sig nämnvärt mellan 2021 och 2022.

Notera att sms inte är med i jämförelsen då frågan ställdes på ett annat sätt föregående år. Tjänsten Telegram Messenger är ny i årets undersökning och finns därmed inte heller med.

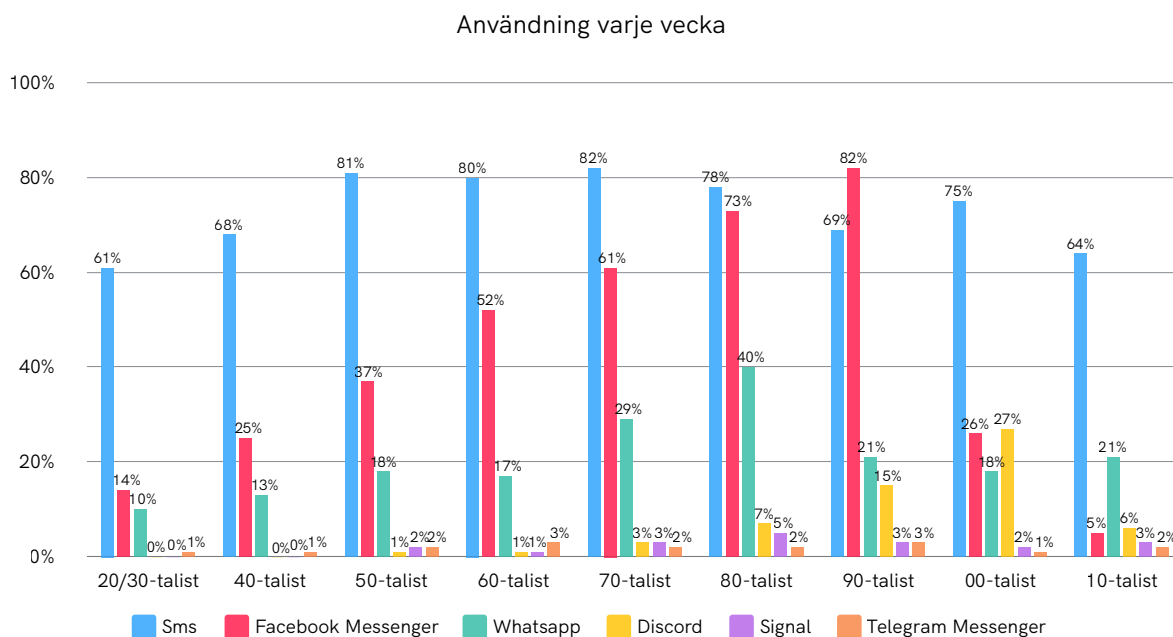
- Whatsapp tenderar att öka bland internetanvändare födda på 70- och 80-talet, skillnaderna är dock små. \*)
- Bland 80-talister ökar andelen som använt Signal under det senaste året något. \*)
- Bland 90-talister sjunker användningen av Discord något under det senaste året, men i övrigt sker inga nämnvärda skillnader i användningen. \*)

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## 90-talister använder Facebook Messenger mer ofta än sms under en vecka

Diagram 5.10 visar användningen av olika kommunikationstjänster under en vecka.

Diagram 5.10, Bas: Internetanvändare 8+ år, Vilka av följande digitala kommunikationstjänster har du använt varje vecka? År 2022 (Studie 2)



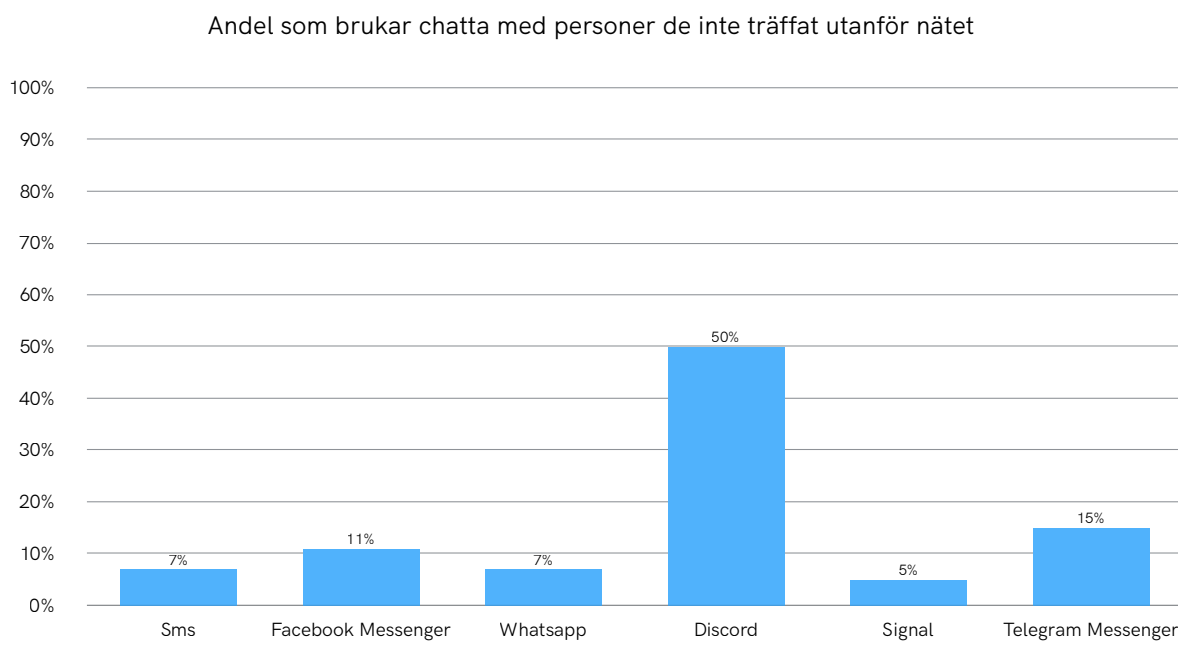
### Vilka kommunikationstjänster används under en vecka?

- Sms används brett i olika åldrar och är den tjänst som används av flest i nästan samtliga generationer, bortsett från 90-talisterna.
- Bland 90-talister är Facebook Messenger den tjänst som flest använder under en vecka, där drygt 8 av 10 använder tjänsten varje vecka.
- Användandet av Facebook Messenger ökar successivt i yngre generationer, men når sin topp bland 90-talister. Därefter sjunker det veckovisa användandet kraftigt bland 00-talister och 10-talister.
- Whatsapp används främst av 80-talister, där 4 av 10 använder tjänsten varje vecka.
- Drygt 1 av 4 00-talister använder Discord under en vecka och är den generation som i högst grad använder tjänsten. Därefter kommer 90-talister, där drygt 1 av 7 använder Discord varje vecka.
- Användandet av Signal och Telegram Messenger är generellt lågt i samtliga generationer.

## Hälften av användarna på Discord pratar med personer de inte träffat utanför nätet

Diagram 5.11 visar hur stor andel av användarna för respektive tjänst som använder tjänsterna för att chatta eller messa med personer som de inte träffat utanför nätet.

Diagram 5.11, Bas: Har använt respektive tjänst under de senaste 12 månaderna, Fråga: Brukar du göra något av följande? Andel som brukar chatta / messa / skriva med personer som de inte träffat i verkliga livet. År 2022 (Studie 2)



### Vilka tjänster används för att kommunicera med personer man inte träffat?

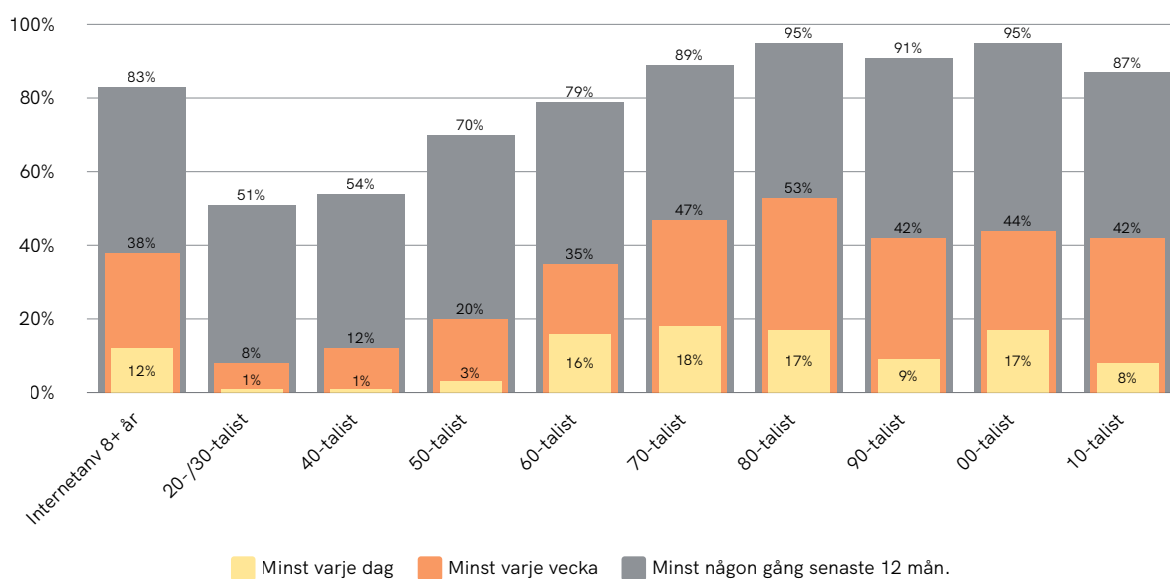
- Discord särskiljer sig i hög grad från övriga kommunikationstjänster genom att det är betydligt vanligare att deras användare pratar med personer som man aldrig har träffat utanför nätet.
- Övriga kommunikationstjänster används nästan enbart för kommunikation med personer som man känner eller har träffat i den fysiska världen.

# Videosamtal

## 4 av 10 har videosamtal varje vecka

Diagram 5.12 visar hur användningen av videosamtal ser ut i olika generationer bland internetanvändare i åldern 8 år eller äldre.

Diagram 5.12, Bas: Internetanvändare 8+ år, Hur ofta under de senaste 12 månaderna / varje vecka / varje dag har du haft videosamtal? År 2022 (Studie 2)



### Vilka använder videosamtal mest?

- Personer födda från 70-talet till och med 00-talet har videosamtal oftare än äldre generationer.
- Det är en större andel personer boende i storstäder (88 procent) som har haft videosamtal under det senaste året jämfört med personer som bor på landsbygden (79 procent). \*)
- Bland personer med utländsk bakgrund har en större andel haft videosamtal, där 92 procent har haft videosamtal under det senaste året och 53 procent varje vecka. \*)

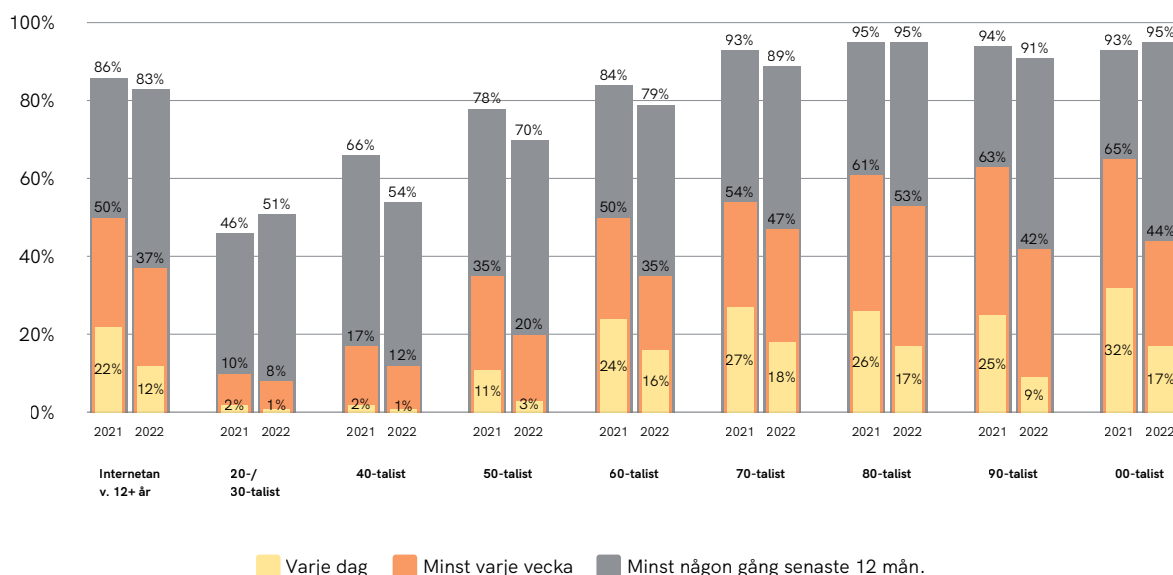
\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## Andelen dagliga videosamtal har nästan halverats under det senaste året

Diagram 5.13 visar hur användningen av videosamtal har förändrats under åren 2021–2022.

Föregående år, 2021, ställdes frågan endast till personer 12 år eller äldre medan årets undersökning ställts till internetanvändare i åldern 8 år eller äldre. Jämförelsen i diagrammet nedan utgår från åldern 12 år eller äldre för att resultaten ska vara jämförbara mellan åren.

Diagram 5.13, Bas: Internetanvändare 12+ år, Hur ofta under de senaste 12 månaderna / varje vecka / varje dag har du haft videosamtal? År 2022 (Studie 2)



### Hur har användningen av videosamtal utvecklats under åren 2021–2022?

- Användningen av videosamtal minskar något under året, men framför allt sjunker användningen på vecko- och dagsbasis.
- Bland unga födda på 90- eller 00-talet samt personer födda på 50- eller 60-talet, sjunker den veckovisa och dagliga användningen kraftigt. Förändringarna beror sannolikt på att behovet av videosamtal har minskat i samband med färre pandemirestriktioner.

# Kapitel 6: Strömmande och digitala medietjänster





# Strömmande videotjänster fortsätter att öka bland internetanvändarna

Det här kapitlet visar vilka strömmande och digitala medietjänster som internetanvändarna använder och hur det skiljer sig mellan olika grupper i samhället. Vi undersöker även vilka specifika tjänster internetanvändarna använder för att konsumera tv, film och serier, musik, poddar och digitala böcker.

Vi ser bland annat följande:

- Strömmande videotjänster och så kallade playtjänster används av de flesta internetanvändarna och drygt hälften konsumerar någon av dessa tjänster dagligen. SVT Play är den tjänst som flest använt under året. Ser vi däremot till den veckovisa och dagliga användningen så når Netflix något fler användare än SVT Play, som kommer strax därefter.
- Spotify har en särställning när det kommer till strömmande ljudtjänster. Det är den överlägset största tjänsten för musik, men också den mest använda för att lyssna på poddar. Storytel är störst när det kommer till ljudböcker och e-böcker, men därefter kommer Spotify även för ljudböcker.
- Den totala andelen internetanvändare som läst digitala dagstidningar under året minskar något från 55 procent år 2021 till 52 procent år 2022. Andelen som läser digitala dagstidningar dagligen eller veckovis ligger däremot kvar på en stabil nivå jämfört med föregående år.
- Ljudböcker används i hög grad av de allra yngsta. Vi ser däremot att andelen lågstadiebarn som har lyssnat på ljudböcker har minskat jämfört med föregående år.

## Innehåll

### **Användning av digitala och strömmande medietjänster**

- 6.1a Digitala och strömmande medietjänster
- 6.1b Digitala och strömmande medietjänster – jämförelse år 2021–2022
- 6.2 Digitala och strömmande medietjänster – fördelat på kön
- 6.3 Digitala och strömmande medietjänster – fördelat på generation

### **Barns användning av digitala och strömmande medietjänster**

- 6.4 Digitala och strömmande medietjänster bland barn 8–19 år – fördelat på skolstadium

### **Playtjänster och strömmande videotjänster**

- 6.5 Play- och strömmande videotjänster (varumärken)
- 6.6 Play- och strömmande videotjänster (varumärken) – fördelat på generation

### **Strömmande musiktjänster**

- 6.7 Användning av strömmande musiktjänster (varumärken)
- 6.8 Användning av strömmande musiktjänster (varumärken) – fördelat på generation

### **Strömmande tjänster för poddar**

- 6.9 Användning av strömmande poddtjänster (varumärken)
- 6.10 Användning av strömmande poddtjänster (varumärken) – fördelat på generation

### **Strömmande tjänster för ljudböcker och e-böcker**

- 6.11 Användning av strömmande tjänster för ljudböcker och e-böcker (varumärken)
- 6.12 Användning av strömmande tjänster för ljudböcker och e-böcker (varumärken) – fördelat på generation

# Användning av digitala och strömmande medietjänster

## Drygt hälften av internetanvändarna tittar på play- och strömmande videotjänster varje dag

Diagram 6.1 visar vilka digitala och strömmande medietjänster som internetanvändarna använder. Det nedre diagrammet visar hur användningen har utvecklats under åren 2021-2022.

Notera att vissa tjänster inte kan jämföras med föregående år på grund av att frågeställningen justerats eller att tjänsten är ny för i år.

Diagram 6.1a, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka av följande medietjänster har du använt under de senaste 12 månaderna / varje vecka / varje dag? År 2022 (Studie 2)

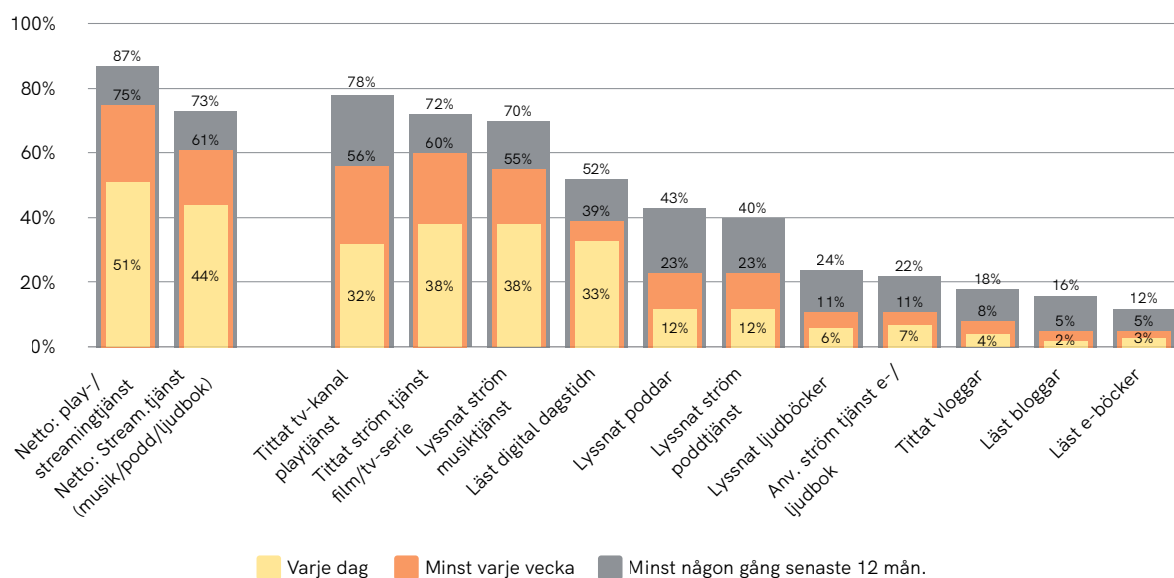
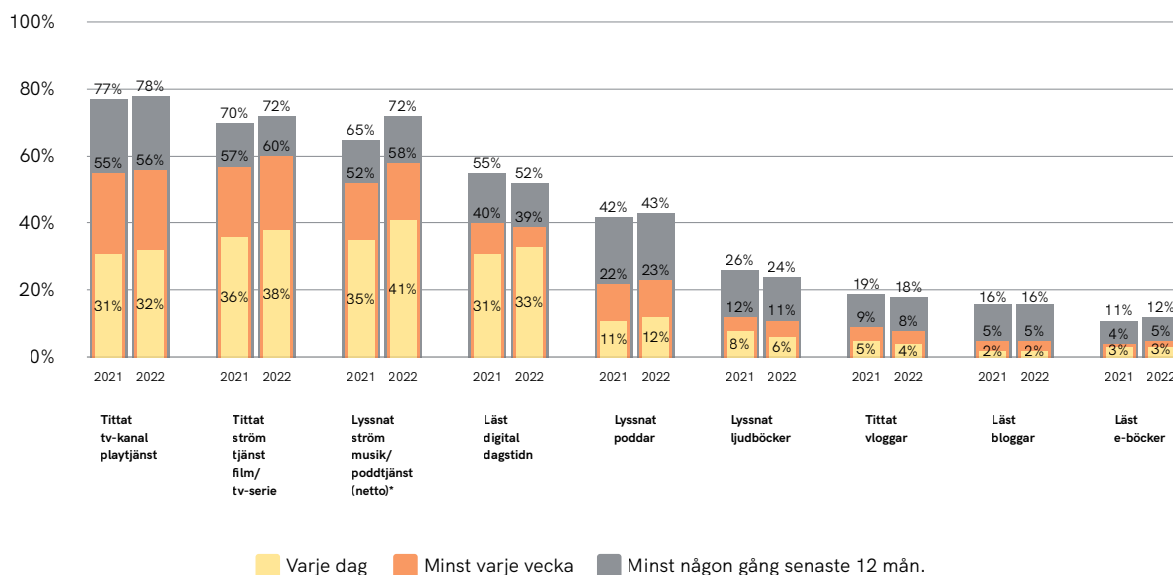


Diagram 6.1b, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka av följande medietjänster har du använt under de senaste 12 månaderna / varje vecka / varje dag? År 2021-2022 (Studie 2)  
 \*Notera att strömmande tjänst för musiktjänster och poddtjänster 2022 har ställts som två separata alternativ medan det 2021 ställdes som ett gemensamt alternativ. I jämförelsen används en sammanslagning (netto) av musik- och poddtjänster för 2022.



### Vilka digitala och strömmande medietjänster används mest?

- De digitala medietjänster som används mest totalt sett och som dessutom används mest frekvent är strömmande videotjänster samt tv-kanalernas playtjänster.
- Det är fler som tittar på playtjänster under ett år än som tittar på strömmande videotjänster. Strömmande videotjänster används däremot något mer frekvent.
- Det är nästan lika vanligt att strömma musik som att strömma film och tv-serier. 7 av 10 har använt strömmande tjänster för musik under det senaste året och nästan 4 av 10 lyssnar dagligen.
- Drygt 5 av 10 internetanvändare har läst digital dagstidning under året och en tredjedel läser dagligen digitala dagstidningar.
- 4 av 10 har använt någon strömmande tjänst för poddar under året och drygt 1 av 10 använder dagligen strömmande poddtjänster.

### Hur har användningen av digitala och strömmande medietjänster utvecklats under åren 2021-2022?

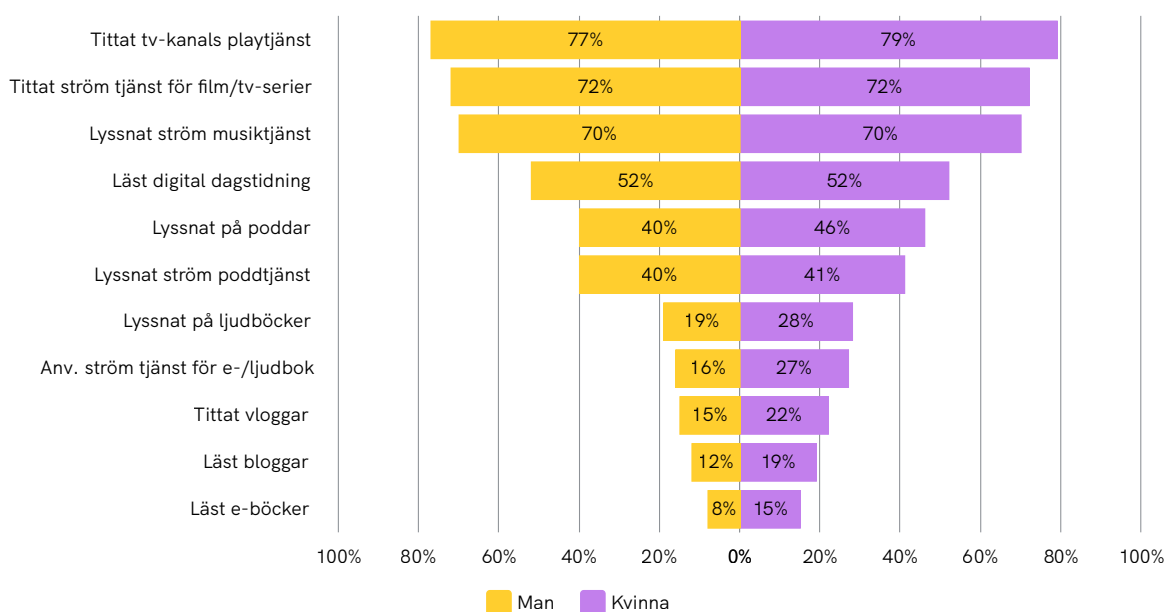
- Användandet av digitala och strömmande medietjänster ser i stort sett likadant ut jämfört med föregående år.

- Andelen som använt strömmande tjänster för film/serier har ökat något, skillnaden är dock förhållandevis liten.
- Andelen som använt strömmande tjänster för musik eller poddar tenderar att öka. Frågan har däremot formulerats något annorlunda i år jämfört med 2021. Jämförelser bör därmed göras med viss försiktighet.
- Andelen som läst någon digital dagstidning under året minskar något. Den veckovisa och dagliga användningen ligger däremot kvar på samma nivå som vid föregående år.
- Användningen av övriga digitala och strömmande medietjänster har inte förändrats nämnvärt jämfört med år 2021.

## Fler kvinnor än män konsumerar ljudböcker, e-böcker, vloggar och bloggar

Diagram 6.2 visar vilka digitala och strömmande medietjänster som män respektive kvinnor använt under det senaste året.

Diagram 6.2, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka av följande medietjänster har du använt under de senaste 12 månaderna? År 2022 (Studie 2)



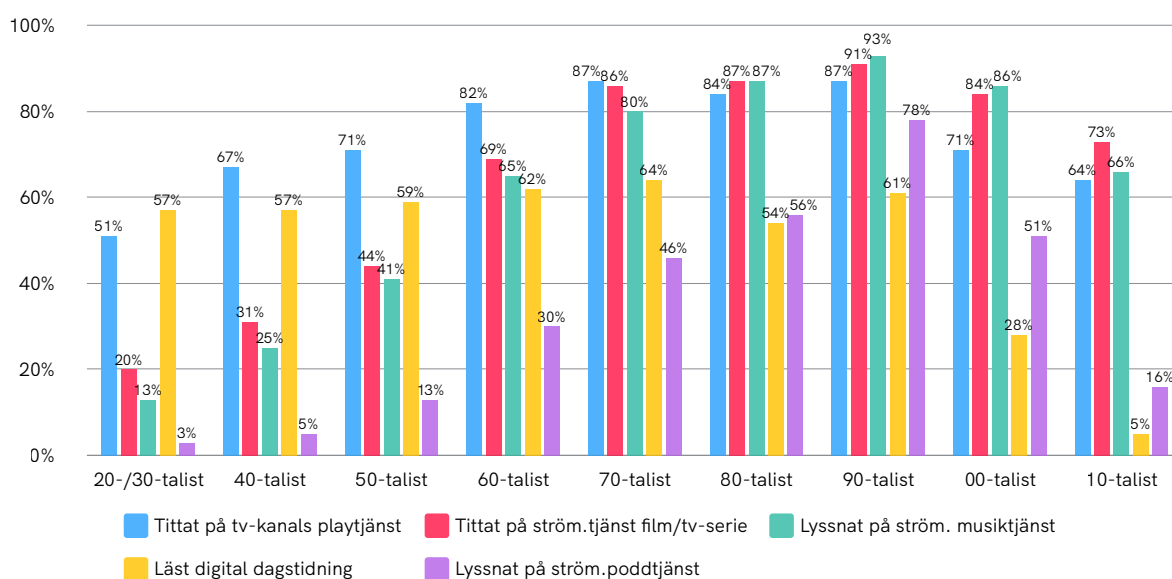
### Vilka skillnader finns mellan män och kvinnors användande av digitala och strömmande medietjänster?

- Kvinnor och män använder playtjänster och strömmande tjänster för film/serier, musik och poddar i ungefär lika hög utsträckning. Däremot är det en något större andel kvinnor än män som lyssnar på poddar totalt sett.
- Lika många män som kvinnor läser digitala dagstidningar.
- Kvinnor lyssnar i högre grad än män på ljudböcker och läser i högre utsträckning e-böcker. Det spiller även över på användandet av strömmande tjänster för e-böcker/ljudböcker, där en större andel kvinnor använder denna typ av tjänster.
- Kvinnor tittar även i högre grad än män på vloggar och läser i högre utsträckning bloggar.

## 90-talister använder digitala och strömmande tjänster för tv, film/serier, musik och poddar mest av alla

Diagram 6.3 visar vilka digitala och strömmande medietjänster som internetanvändarna har använt under det senaste året i olika generationer.

Diagram 6.3, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka av följande medietjänster har du använt under de senaste 12 månaderna? År 2022 (Studie 2)



### Vilka digitala och strömmande medietjänster används i olika generationer?

- Tv-kanalernas playtjänster och digitala dagstidningar används brett över generationerna. Även i de allra äldsta generationerna tittar mer än hälften på playtjänster och ytterligare något fler har läst digitala dagstidningar under året.
- 90-talister är särskilt aktiva i att använda digitala medietjänster. Det gäller allt från tv, film/serier till musik och poddar.
- I de äldre generationerna födda på 20-, 30- och 40-talet tenderar användningen av play- och strömmande videotjänster att öka jämfört med föregående år.
- Bland de allra äldsta, 20- och 30-talisterna, tenderar även andelen som läst digitala dagstidningar ha ökat något jämfört med år 2021.

## Vilka generationer lyssnar på poddar, ljudböcker eller läser e-böcker?

Tabellen nedan visar hur stor andel i olika generationer som har lyssnat på poddar, tittat på vloggar, läst bloggar eller e-böcker under de senaste 12 månaderna.

Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka av följande medietjänster har du använt under de senaste 12 månaderna? År 2022 (Studie 2)

	20-/30-talist	40-talist	50-talist	60-talist	70-talist	80-talist	90-talist	00-talist	10-talist
Lyssnat poddar	11%	16%	24%	38%	48%	58%	73%	45%	15%
Lyssnat ljudbok	7%	12%	18%	21%	28%	28%	32%	21%	32%
Läst e-böcker	4%	7%	7%	10%	11%	16%	17%	13%	9%
Tittat vloggar	3%	2%	5%	8%	11%	15%	37%	39%	30%
Läst bloggar	8%	8%	9%	18%	20%	24%	22%	12%	1%

- Det är vanligast att lyssna på poddar bland personer födda från 70-talet till och med 00-talet. Allra vanligast är det bland 90-talister där mer än 7 av 10 har lyssnat på poddar under året.
- Bland 1920- och 30-talisterna har något fler lyssnat på poddar jämfört med föregående år, men det är även fortsättningsvis få (11 procent) av de äldsta internetanvändarna som lyssnar på poddar.
- De generationer som i högst utsträckning lyssnar på ljudböcker är 70-, 80-, 90- och 10-talister. I dessa generationer har omkring 3 av 10 lyssnat på ljudbok under det senaste året.
- Bland de yngsta, 10-talisterna, har andelen som lyssnat på ljudböcker under året minskat jämfört med föregående år.
- Läsa e-böcker är vanligast bland 80- och 90-talister, där omkring 1 av 6 läst e-böcker under det senaste året.

## Vilka generationer tittar på vloggar och läser bloggar?

- Det är vanligare att titta på vloggar i de yngre generationerna födda på 90-, 00- och 10-talet.
- Det är vanligast att läsa bloggar bland personer födda från 60-talet till och med 90-talet.

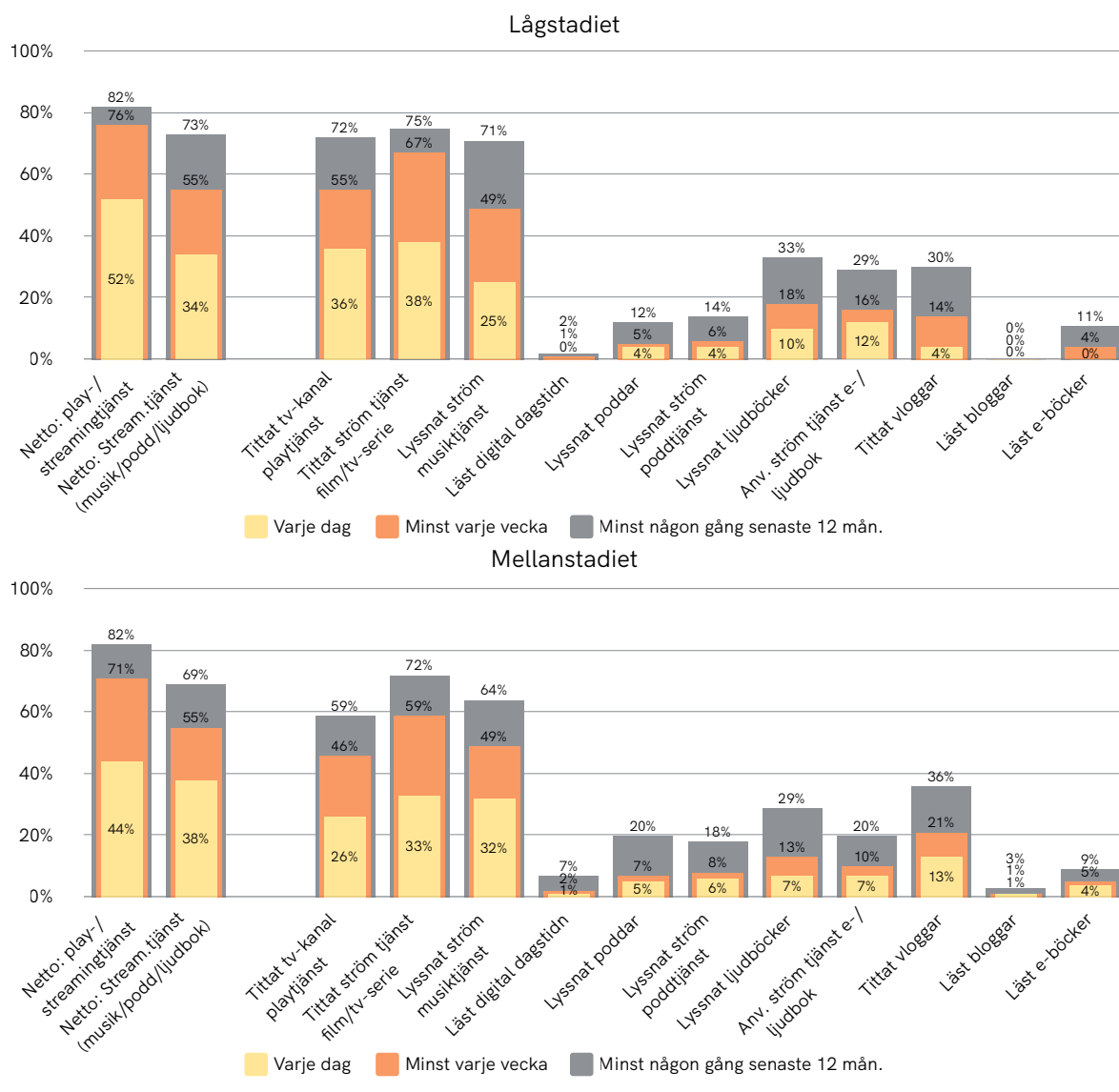


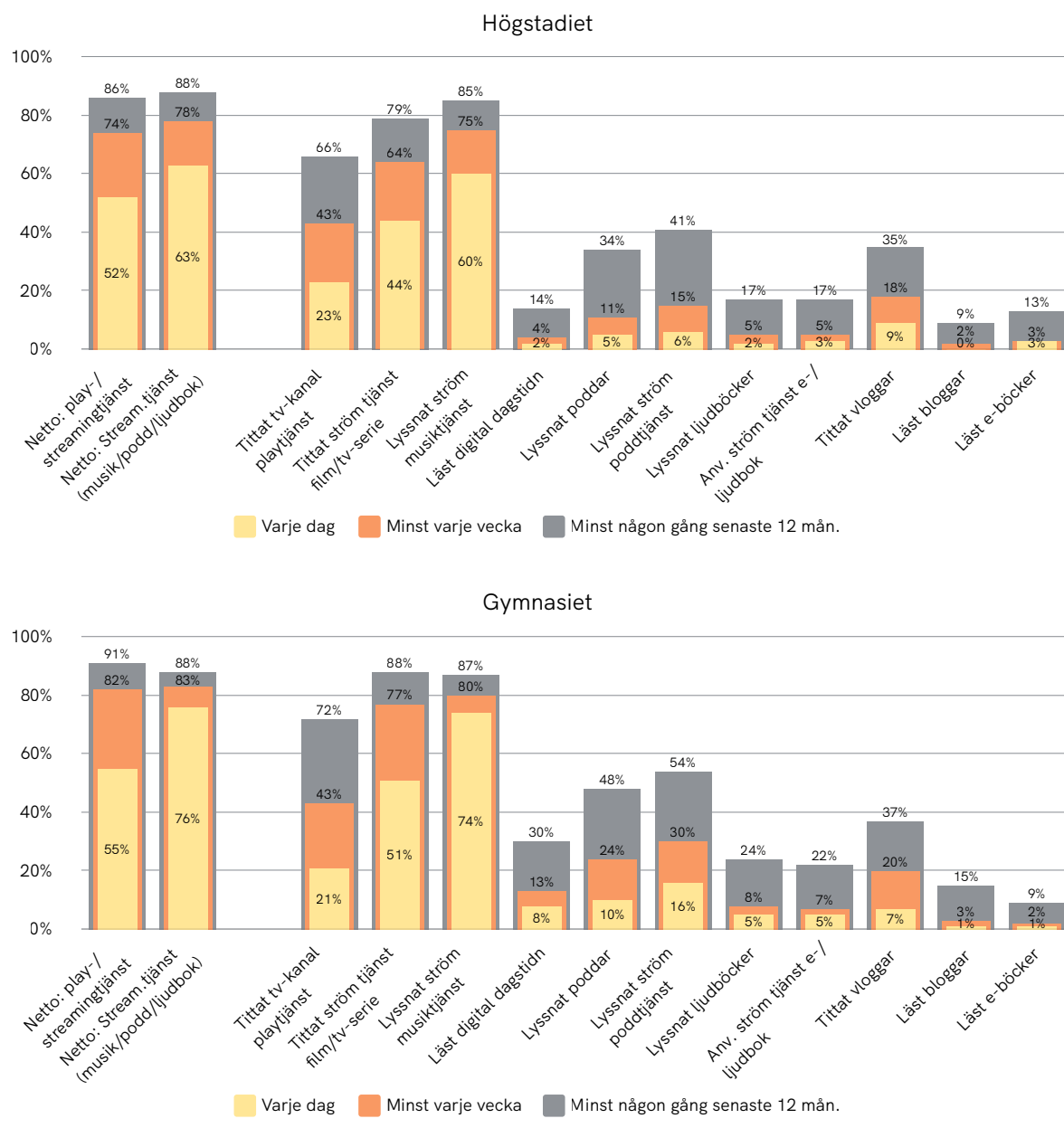
# Barns användning av digitala och strömmande medietjänster

## 3 av 4 gymnasieungdomar använder strömmande musiktjänster dagligen

Diagram 6.4 visar hur barn i olika åldrar använder digitala och strömmande medietjänster.

Diagram 6.4, Bas: Barn 8-19 år, Fråga: Vilka av följande medietjänster har du använt under de senaste 12 månaderna / varje vecka / varje dag? År 2022 (Studie 2)





### Vilka digitala och strömmande medietjänster använder barn?

- Barn i samtliga åldrar använder frekvent strömmande tjänster för både film/tv-serier och för musik.
- Gymnasieungdomarna använder strömmande tjänster i särskilt hög utsträckning. Drygt 5 av 10 tittar dagligen på strömmande film/tv-serier och fler än 7 av 10 använder dagligen strömmande musiktjänster.
- Bland högstadietbarn och gymnasieungdomar är det vanligare att lyssna på

poddar och använda strömmande tjänster för poddar jämfört med barn i de yngre åldrarna. Särskilt vanligt är det bland gymnasieungdomarna, där drygt 5 av 10 har använt strömmande poddtjänster under året.

### **Hur har barnens användning av digitala och strömmande medietjänster utvecklats under åren 2021–2022?**

Tabellen nedan visar hur barnens användning av digitala och strömmande medietjänster har förändrats under åren 2021–2022. Tabellen visar andelen barn som använt respektive tjänst minst någon gång under året.

Bas: Barn 8-19 år, Fråga: Vilka av följande medietjänster har du använt under de senaste 12 månaderna? I tabellen visas endast de alternativ där jämförbara data finns från föregående år. År 2021-2022 (Studie 2) \*Notera att strömmande tjänst för musiktjänster och poddtjänster 2022 har ställts som två separata alternativ medan det 2021 ställdes som ett gemensamt alternativ. I jämförelsen används en sammanslagning (netto) av musik- och poddtjänster för 2022.

	Lågstadium		Mellanstadium		Högstadium		Gymnasium	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Titta på tv-kanals playtjänst	76%	72%	62%	59%	67%	66%	69%	72%
Tittat på strömmande tjänst film/serier	78%	75%	70%	72%	80%	79%	85%	88%
Lyssnat på strömmande musik-/ poddtjänst (netto)*	67%	72%	68%	65%	78%	87%	79%	88%
Läst digital dagstidning	2%	2%	6%	7%	18%	14%	33%	30%
Lyssnat på poddar	15%	12%	24%	20%	35%	34%	46%	48%
Lyssnat på ljudböcker	50%	33%	33%	29%	23%	17%	20%	24%
Tittat på vloggar	35%	30%	35%	36%	42%	35%	38%	37%
Läst bloggar	1%	0%	4%	3%	12%	9%	11%	15%
Läst e-böcker	16%	11%	10%	9%	9%	13%	10%	9%

Barnens användning av digitala och strömmande medietjänster har inte förändrats i någon större utsträckning jämfört med år 2021, bortsett från följande:

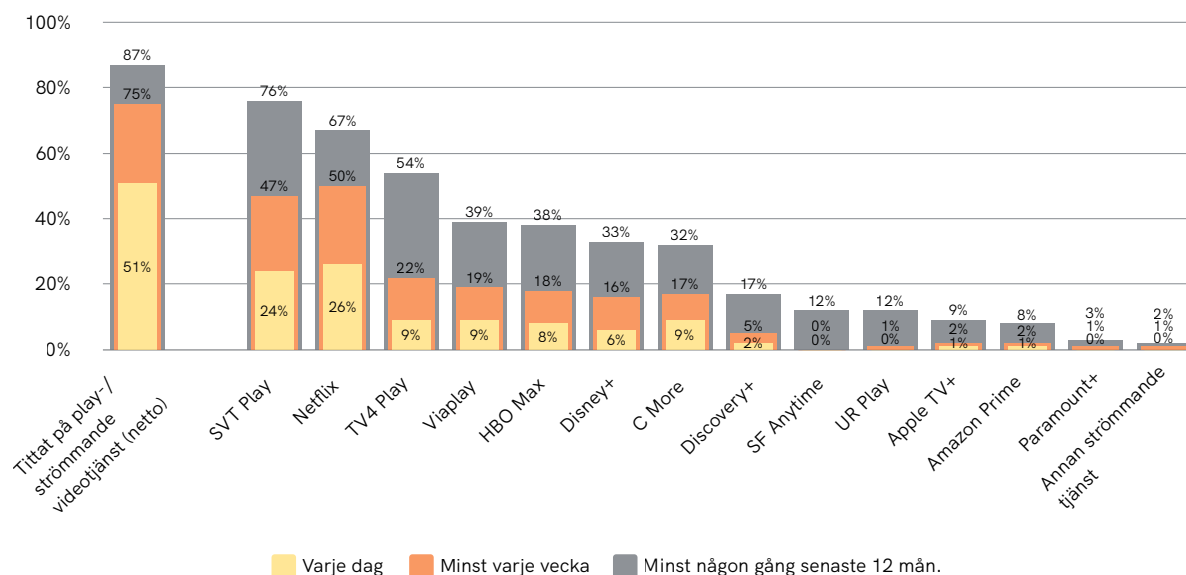
- Bland lågstadiebarn sjunker andelen som lyssnat på ljudböcker under året jämfört med år 2021.
- Bland högstadiebarn och gymnasieungdomar tenderar andelen som använder strömmande musik- eller poddtjänster att öka jämfört med föregående år. Notera att frågeformuleringen justerats något och att jämförelser mellan åren därmed bör göras med viss försiktighet.

# Playtjänster och strömmande videotjänster

## 5 av 10 internetanvändare tittar på Netflix varje vecka

Diagram 6.5 visar hur stor andel av internetanvändarna 8 år eller äldre som tittat på olika play- och strömmande videotjänster.

Diagram 6.5, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka strömmande tjänster (streamingtjänster) eller playtjänster för film/tv-serier har du tittat på de senaste 12 månaderna / varje vecka / varje dag? År 2022 (Studie 2)



## Vilka playtjänster och strömmande videotjänster använder flest under ett år?

- Nästan 9 av 10 internetanvändare tittar varje år på play- och strömmande tjänster för film och tv-serier. SVT Play är den tjänst som flest har använt under året. Nästan 8 av 10 internetanvändare har tittat på SVT Play under året.

- Bland de som tittar på SVT Play finns en större andel tjänstemän (87 procent) och personer med högskoleutbildning (85 procent). \*)
- Det är en mindre andel som tittar på SVT Play bland personer födda utanför Sverige (70 procent).\*)
- Den näst vanligaste strömmande tjänsten är Netflix vilket närmare 7 av 10 har tittat på under året. Därefter kommer TV4 Play som drygt 5 av 10 har tittat på under året.
- Bland de som tittar på Netflix finns en större andel personer med högskoleutbildning (73 procent). \*)
- Det är även fler som tittar på Netflix bland personer som bor i storstäder (74 procent) jämfört med personer som bor på landsbygd (60 procent). \*)

### **Vilka playtjänster och strömmande videotjänster använder flest varje vecka?**

När vi tittar på vilka playtjänster och strömmande videotjänster som flest använder under en vecka så skiftar bilden något jämfört med det totala användandet under ett år.

- Under en vecka är Netflix den tjänst som flest tittar på, 5 av 10 internetanvändare tittar på Netflix varje vecka. SVT Play kommer strax därefter, som knappt hälften (47 procent) tittar på varje vecka.
- TV4 Play, Viaplay, HBO Max, Disney+ och Cmore kommer därefter på ungefär samma nivå. Omkring 2 av 10 har tittat på dessa tjänster varje vecka.
- Disney+ har trots sin jämförelsevis korta tid på den svenska marknaden nått ut till många. Nästan 2 av 10 internetanvändare tittar på Disney+ varje vecka.

### **Vilka playtjänster och strömmande videotjänster använder flest dagligen?**

- Det dagliga tittandet sker främst på Netflix följt av SVT Play. Omkring 1 av 4 tittar på dessa tjänster dagligen.
- Därefter kommer TV4 Play, Viaplay, HBO Max, Disney+ och Cmore på ungefär samma nivå. Omkring 1 av 10 tittar på dessa tjänster dagligen.
- Det är vanligare att personer som bor i storstäder (30 procent) tittar på Netflix dagligen jämfört med personer som bor på landsbygd (21 procent). \*)
- Bland personer med någon funktionsvariation är det något färre (20 procent) som tittar på Netflix dagligen. \*)

Men hur skiljer sig då tittandet utifrån olika generationer? Det ska vi titta närmare på i *diagram 6.6*.

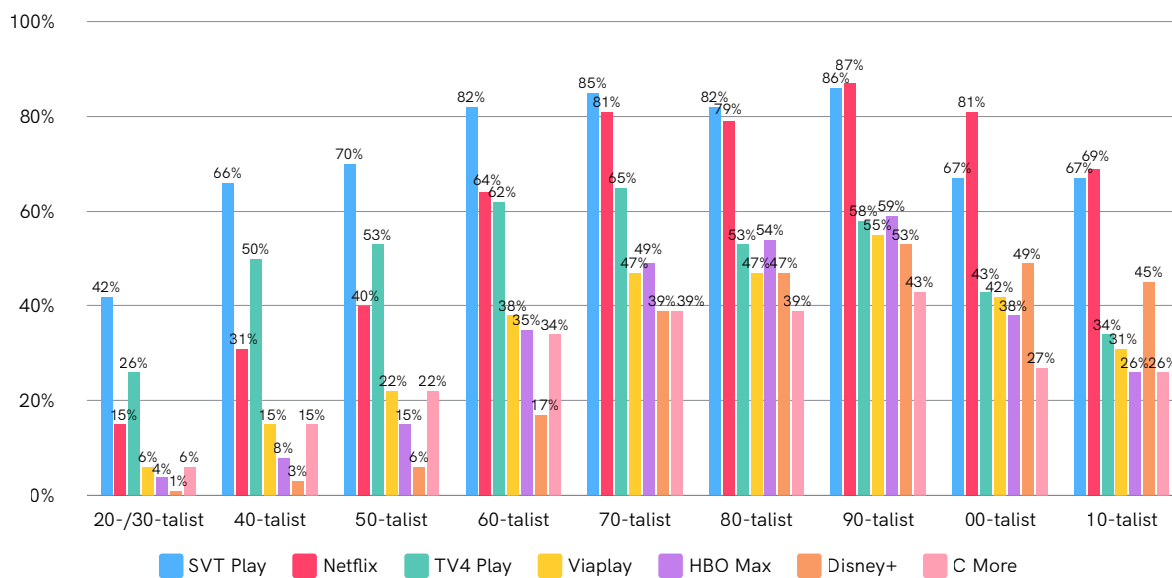
---

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## Bland 90-talister har nästan 9 av 10 tittat på SVT Play och Netflix under det senaste året

Diagram 6.6 visar vilka playtjänster och strömmande videotjänster som internetanvändarna tittar på i olika generationer.

Diagram 6.6, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka strömmande tjänster (streamingtjänster) eller playtjänster för film/tv-serier har du tittat på de senaste 12 månaderna? År 2022 (Studie 2)



### Vilka playtjänster och strömmande videotjänster är populärast i olika generationer?

- SVT Play når en bred grupp och är genomgående i samtliga generationer en av de mest använda kanalerna. SVT Play har en särställning hos de äldre generationerna som generellt använder betydligt färre playtjänster och strömmande videotjänster.
- Netflix är ytterligare en populär tjänst som når brett över de flesta åldrar. Netflix används i särskilt hög grad bland personer födda från 70-talet till och med 00-talet.
- Användandet av TV4 Play är också brett över åldrarna även om det överlag är en mindre andel som använder TV4 Play jämfört med SVT Play och Netflix. TV4 Play har likt SVT Play en särställning hos de äldre generationerna, som annars använder färre playtjänster och strömmande videotjänster än personer i de yngre generationerna.

- Viaplay och HBO Max används främst av personer födda under 70-, 80- och 90-talet. Användandet är förhållandevis stort även bland personer födda på 60-talet och 00-talet, men sjunker sedan bland de äldre och de allra yngsta generationerna.
- Disney+ är vanlig hos de yngre generationerna. Men många tittar på Disney+ även bland personer födda på 80- och 90-talet. Omkring hälften av personer födda från 80-talet till och med 10-talet har under året tittat på Disney+.
- Cmore är vanligast att titta på bland personer födda från 60-talet till och med 90-talet.

### Vilka fler playtjänster och strömmande videotjänster används i olika generationer?

Tabellen nedan visar playtjänster och strömmande videotjänster som 20 procent eller mindre har tittat på under de senaste 12 månaderna.

Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka strömmande tjänster (streamingtjänster) eller playtjänster för film/tv-serier har du tittat på de senaste 12 månaderna? År 2022 (Studie 2)

	20-/30-talist	40-talist	50-talist	60-talist	70-talist	80-talist	90-talist	00-talist	10-talist
Discovery+	5%	7%	8%	16%	21%	20%	28%	17%	11%
SF Anytime	0%	2%	5%	13%	16%	16%	19%	10%	13%
UR Play	3%	7%	7%	15%	16%	13%	7%	12%	19%
Apple TV+	2%	4%	6%	11%	12%	11%	8%	11%	5%
Amazon Prime	0%	0%	1%	6%	12%	14%	14%	10%	4%
Paramount+	0%	1%	2%	5%	7%	3%	3%	3%	0%

- Discovery+ används främst av personer födda under 70-, 80- och 90-talet. Bland 70- och 80-talister har cirka 2 av 10 tittat på Discovery+ under året och bland 90-talisterna har nästan 3 av 10 gjort detsamma.
- Även Amazon Prime har framförallt 70-, 80- och 90-talister tittat på under det senaste året. Omkring 1 av 7 har använt Amazon Prime i dessa generationer.
- Också SF Anytime är vanligare att använda bland 70-, 80-, och 90-talister. Omkring 1 av 6 har använt SF Anytime under året i dessa generationer, bland 90-talisterna är det något fler.



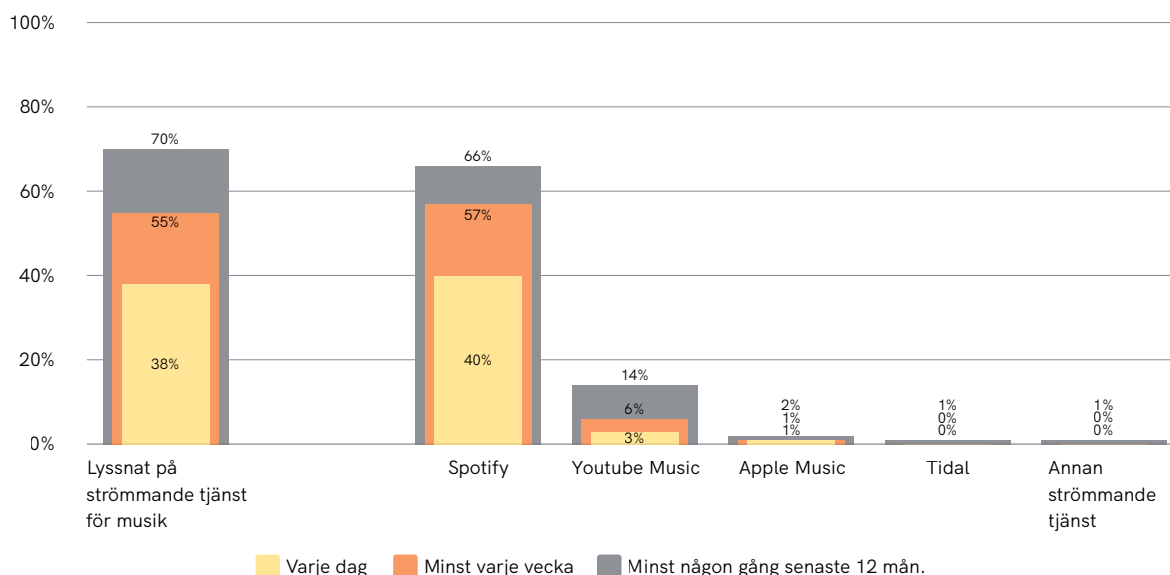
- UR Play har, till skillnad från de andra tjänsterna, två något mer separerade användargrupper. Dels personer födda under 60-, 70- och 80-talet, och dels barn och ungdomar födda på 00- och 10-talet.
- Apple TV+ används främst av personer födda på 60-, 70- och 80-talet samt 00-talet.
- Paramount+ har förhållandevis få använt under det senaste året. Bland 60- och 70-talister har något fler använt tjänsten men även i dessa generationer är det bara några få procent.
- Det bör nämnas att flera av dessa strömmande videotjänster är relativt nya på den svenska marknaden. Apple TV+ lanserades i november 2019, Discovery+ hette tidigare Dplay men nylanserades i januari 2021. Paramount+ lanserades i april 2021, men har redan hunnit paketeras om och ersättas av tjänsten Skyshowtime.

# Strömmande musiktjänster

## Spotify är den överlägset största strömmande musiktjänsten bland svenskarna

Diagram 6.7 visar hur stor andel av internetanvändarna 8 år eller äldre som använder strömmande tjänster för musik och vilka.

Diagram 6.7, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka strömmande tjänster (streamingtjänster) har du lyssnat på musik på de senaste 12 månaderna / varje vecka / varje dag?  
År 2022 (Studie 2)



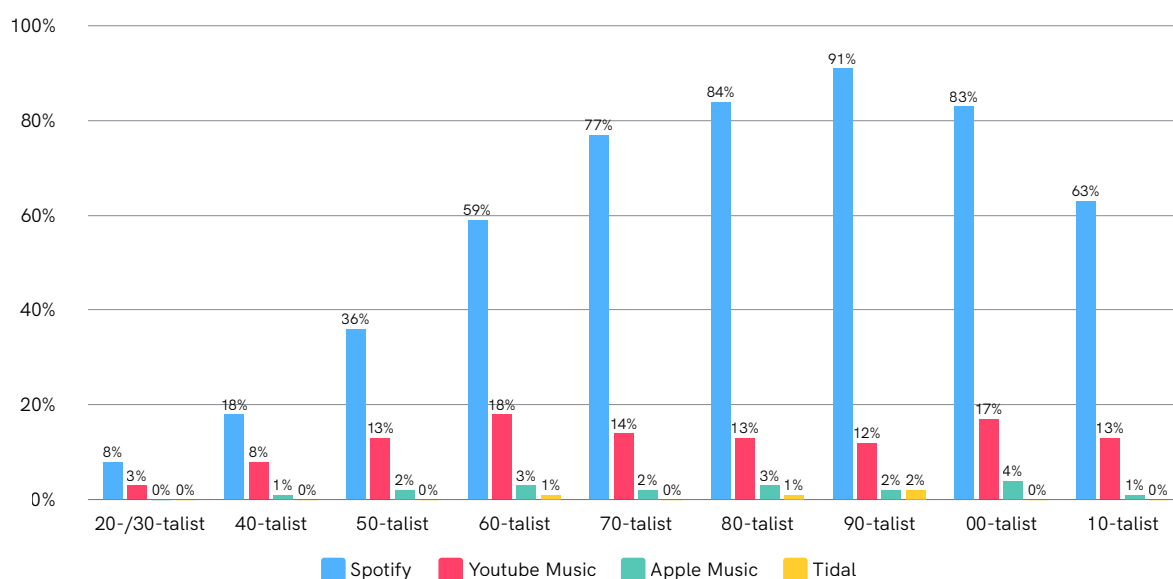
### Vilka strömmande tjänster används för att lyssna på musik?

- 7 av 10 internetanvändare har under det senaste året använt strömmande musiktjänster. Spotify är den i särklass största musiktjänsten på den svenska marknaden.
- Spotify är både den tjänst som använts av flest personer under ett år och som används mest frekvent. Närmare 7 av 10 internetanvändare har lyssnat på musik i Spotify under det senaste året och hela 4 av 10 lyssnar dagligen på musik på denna tjänst.
- Den näst vanligaste musiktjänsten är Youtube Music, men andelen användare ligger långt efter Spotify. Bland internetanvändarna har drygt 1 av 10 använt Youtube Music under det senaste året för att lyssna på musik och endast 3 procent lyssnar på Youtube Music dagligen.

## Bland 90-talister har mer än 9 av 10 lyssnat på musik i Spotify under det senaste året

Diagram 6.8 visar vilka strömmande musiktjänster som internetanvändarna i olika generationer lyssnar på.

Diagram 6.8, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka strömmande tjänster (streamingtjänster) har du lyssnat på musik på de senaste 12 månaderna? År 2022 (Studie 2)



### Vilka strömmande musiktjänster är populärast i olika generationer?

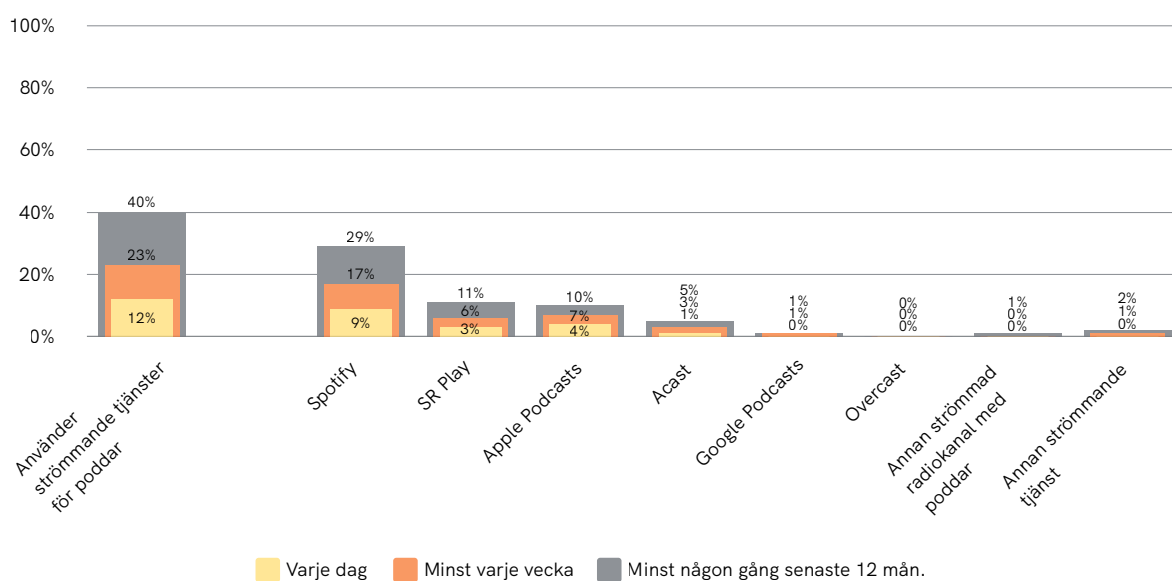
- Spotify når en mycket bred grupp på marknaden och är den mest använda strömmande musiktjänsten i samtliga generationer.
- Spotify är särskilt populär bland personer födda på 80-, 90 och 00-talet. Bland 90-talister har drygt 9 av 10 lyssnat på musik i Spotify under året och drygt 8 av 10 bland personer födda på 80- och 00-talet.
- Användandet av Youtube Music är förhållandevis jämnt över åldrarna, men något lägre i de äldsta generationerna.

# Strömmande tjänster för poddar

## 4 av 10 har lyssnat på poddar under året – Spotify är den mest använda tjänsten

Diagram 6.9 visar hur stor andel av internetanvändarna 8 år eller äldre som använder strömmande tjänster för att lyssna på poddar.

Diagram 6.9, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka strömmande tjänster (streamingtjänster) har du använt för att lyssna på poddar de senaste 12 månaderna / varje vecka / varje dag? År 2022 (Studie 2)



### Vilka strömmande tjänster används för att lyssna på poddar?

- Under det senaste året har 4 av 10 internetanvändare använt strömmande tjänster för att lyssna på poddar.
- Spotify är den mest använda tjänsten för att lyssna på poddar. Därefter kommer SR Play och Apple Podcasts.
- Nästan 3 av 10 internetanvändare har lyssnat på poddar i Spotify under det senaste året. Det är något vanligare bland personer boende i storstad (32 procent) att lyssna på poddar i Spotify jämfört med personer boende på landsbygd (26 procent). \*)
- 11 procent har använt SR Play för att lyssna på poddar under det senaste året. Ungefär lika många, 10 procent, har lyssnat på poddar via Apple Podcasts.

\*) För mer information, se tabellbilaga

- Bland personer boende i storstad har en större andel lyssnat på poddar via SR Play jämfört med personer boende på landsbygd (14 procent respektive 8 procent). Detsamma gäller Apple Podcasts (13 procent i storstad respektive 8 procent på landsbygd). \*)
- Det är något vanligare bland personer med högskoleutbildning (18 procent) att lyssna på SR Play. \*)
- Bland kvinnor lyssnar något fler på poddar via Apple Podcasts (13 procent) jämfört med män (8 procent). \*)

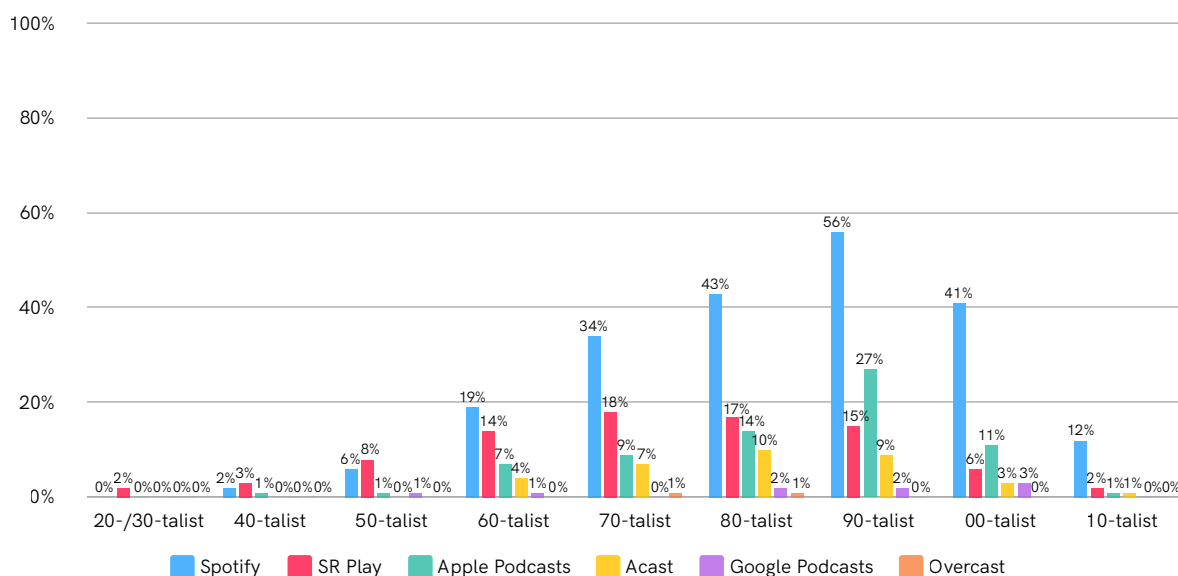
---

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## Mer än hälften av 90-talisterna har lyssnat på poddar i Spotify under det senaste året

Diagram 6.10 visar vilka strömmande tjänster som internetanvändarna har använt för att lyssna på poddar i olika generationer.

Diagram 6.10, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka strömmande tjänster (streamingtjänster) har du använt för att lyssna på poddar de senaste 12 månaderna? År 2022 (Studie 2)



### Vilka strömmande tjänster använder olika generationer för att lyssna på poddar?

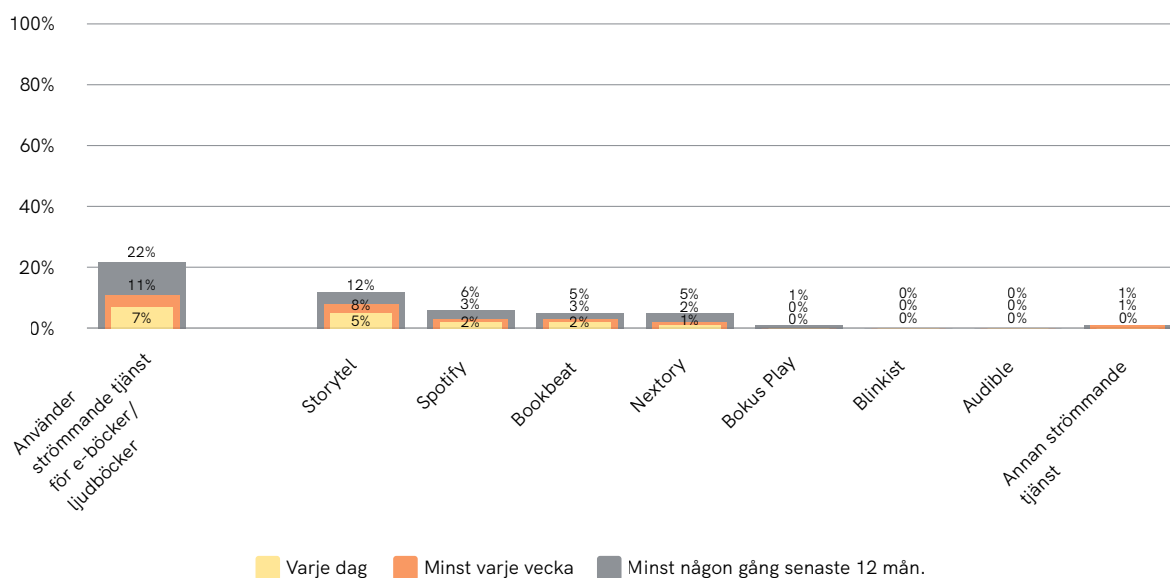
- Spotify är den tjänst för poddar som är vanligast att använda i de flesta generationer, förutom bland de äldre födda på 50-talet eller tidigare.
- Spotify används i särskilt hög grad för att lyssna på poddar av personer födda från 70-talet till och med 00-talet.
- Mer än hälften av 90-talisterna har lyssnat på poddar i Spotify under året. Det är den åldersgrupp som i högst grad använt Spotify för att lyssna på poddar.
- Bland 90-talisterna är det även vanligare att lyssna på poddar via Apple Podcasts. 3 av 10 har använt denna tjänst under det senaste året.
- SR Play används främst av personer födda från 60-talet till och med 90-talet.

# Strömmande tjänster för ljudböcker och e-böcker

## Drygt 2 av 10 har använt strömmande tjänster för ljudböcker och e-böcker under det senaste året

Diagram 6.11 visar hur stor andel av internetanvändarna 8 år eller äldre som använder strömmande tjänster för att lyssna på ljudböcker eller läsa e-böcker. Det är värt att nämna att flera av nedanstående tjänster bara erbjuder ljudböcker, medan några erbjuder både e-böcker för läsning och ljudböcker att lyssna på.

Diagram 6.11, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka strömmande tjänster (streamingtjänster) för digitala böcker, dvs. ljudböcker/e-böcker, har du lyssnat/läst på de senaste 12 månaderna / varje vecka / varje dag? År 2022 (Studie 2)



### Vilka strömmande tjänster används för att lyssna på ljudböcker eller läsa e-böcker?

- Drygt 2 av 10 internetanvändare har under året använt strömmande tjänster för att lyssna på ljudböcker eller läsa e-böcker.
- Storytel är den mest använda tjänsten för att lyssna på ljudböcker eller läsa e-böcker. Drygt 1 av 10 internetanvändare har lyssnat på ljudböcker eller läst e-böcker på Storytel under det senaste året.

- Därefter kommer Spotify, Bookbeat och Nextory, som alla har ungefär lika stor andel användare. 6 procent har använt Spotify för att lyssna på ljudböcker under det senaste året. Ungefär lika många har använt Bookbeat (5 procent) eller Nextory (5 procent) under året.
- Något fler kvinnor än män har använt sig av de olika tjänsterna under året. Det är överlag fler kvinnor än män som har använt strömmande tjänster för att lyssna på ljudböcker eller läsa e-böcker under året (27 procent bland kvinnor och 16 procent bland män). \*)

---

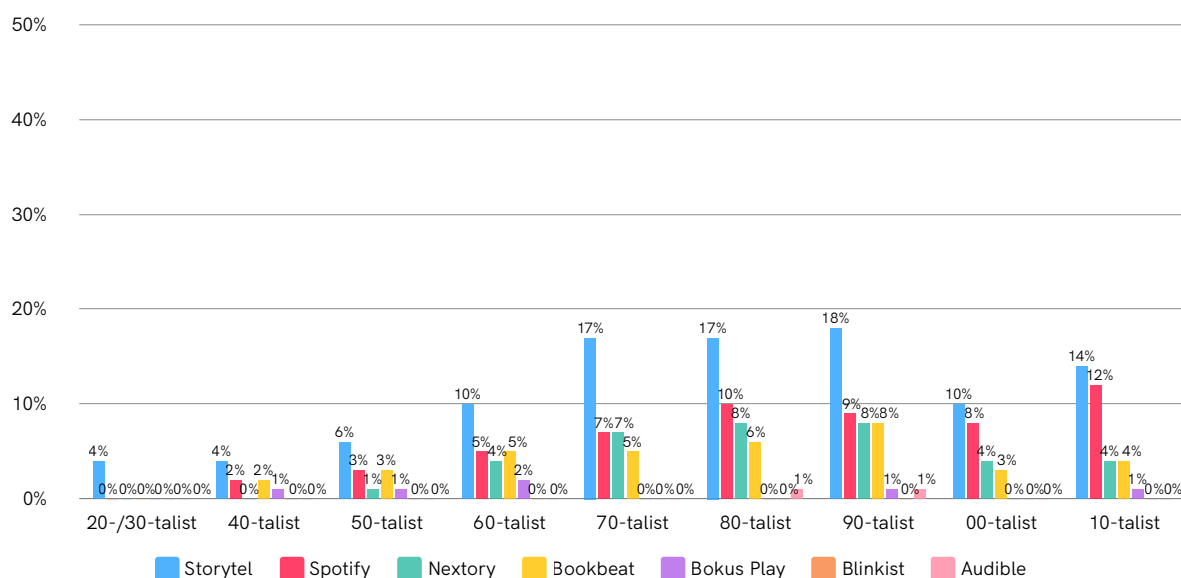
\*) För mer information, se *tabellbilaga*



## Omkring 1 av 6 av 70-, 80- och 90-talisterna har under året använt Storytel för ljudböcker eller e-böcker

Diagram 6.12 visar vilka strömmande tjänster för ljudböcker eller e-böcker som internetanvändarna har lyssnat på under året i olika generationer.

Diagram 6.12, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka strömmande tjänster (streamingtjänster) för digitala böcker, dvs. ljudböcker/e-böcker, har du lyssnat/läst på de senaste 12 månaderna? År 2022 (Studie 2) \*Obs! Skala 50%



### Vilka strömmande tjänster för ljud- eller e-böcker används i olika generationer?

- Storytel är den tjänst som flest har använt under året i samtliga generationer. Användningen är däremot förhållandevis låg i de äldre generationerna.
- Storytel används i särskilt hög grad av personer födda på 70-, 80- och 90-talet. I dessa generationer har omkring 1 av 6 har använt Storytel för att lyssna på ljudböcker eller läsa e-böcker under året.
- I de yngre generationerna födda på 00- och 10-talet används Spotify i nästan lika hög utsträckning som Storytel för att lyssna på ljudböcker.

# Kapitel 7: Sociala medier



# Fler kvinnor än män lägger ut eget material på sociala medier

Det här kapitlet visar hur många som använder sociala medier, vilka plattformar som används och hur användningen har utvecklats under åren 2021–2022. Vi undersöker även vad användarna gör på de olika plattformarna och hur många som själva lägger upp eget material i form av text, bilder, videoklipp eller liknande. Kapitlet visar vilka som brukar följa varumärken eller företag på sociala medier och var man vanligtvis gör det.

Vi ser bland annat följande:

- Användningen av sociala medier ligger kvar på samma nivå som under 2021 och de tre största plattformarna är fortfarande Youtube, Facebook och Instagram. Youtube, Flashback, Reddit och Twitch minskar något jämfört med föregående år. Utöver det sker inga nämnvärda skillnader bland internetanvändarna som helhet.
- Bland de yngsta barnen, födda på 10-talet, ökar användningen av sociala medier. Denna ökning beror sannolikt på att barnen har blivit ett år äldre och nu är i åldern 8–12 år i undersökningen. Snapchat ökar mest bland de yngsta barnen. Vi kan även se att näst efter Youtube, är Roblox den mest använda plattformen bland barn på lågstadiet.
- Omkring hälften av användarna brukar lägga upp eget material på Facebook, Instagram och Snapchat. Dessa kanaler används därmed i hög grad för att både ta del av andras material och dela med sig av eget. Tiktok och Youtube har en annan karaktär – där det är betydligt vanligare att användarna enbart tar del av andras material.
- Det är vanligare bland kvinnor än män att lägga ut eget material på sociala medier, så som inlägg, bilder och videoklipp. Skillnaden är särskilt stor på Instagram, Snapchat och Tiktok.

- Drygt 4 av 10 brukar följa varumärken eller företag på sociala medier och det är 90-talister som gör det i högst utsträckning. Instagram och Facebook är de två plattformar där det är vanligast att följa varumärken eller företag. Detta stämmer även väl överens med de plattformar som 90-talisterna ofta använder sig av. Jämförelsevis få följer varumärken eller företag på Youtube, Snapchat, Tiktok eller andra sociala medieplattformar.

## Innehåll

### Översikt social medieanvändning

- 7.1.1 Sammanlagd användning av sociala medier – fördelat på generation (år 2021–2022)
- 7.1.2 Användning av sociala medieplattformar (år 2021–2022)
- 7.1.3a Användning av sociala medieplattformar under året – fördelat på generation
- 7.1.3b Användning av sociala medieplattformar per vecka – fördelat på generation
- 7.1.4 Användning av sociala medieplattformar under året – fördelat på kön
- 7.1.5a Andel som lägger eget material på respektive plattform
- 7.1.5b Andel som lägger eget material på respektive plattform – fördelat på kön

### Användning av sociala medier bland barn 8–19 år

- 7.2.1 Sociala medieplattformar bland barn 8–19 år – fördelat på skolstadium

### Youtube

- 7.3.1 Användning av Youtube – fördelat på generation (år 2021–2022)
- 7.3.2a Vad användarna gör på Facebook (år 2021–2022)
- 7.3.2b Vad användarna gör på Youtube – fördelat på kön
- 7.3.3a Vad vuxna gör på Youtube (år 2021–2022)
- 7.3.3b Vad barn 8–19 år gör på Youtube (år 2021–2022)

### Facebook

- 7.4.1 Användning av Facebook – fördelat på generation (år 2021–2022)
- 7.4.2a Vad användarna gör på Facebook
- 7.4.2b Vad användarna gör på Facebook – fördelat på kön samt generation (separat tabell)

### Instagram

- 7.5.1 Användning av Instagram – fördelat på generation (år 2021–2022)
- 7.5.2a Vad användarna gör på Instagram
- 7.5.2b Vad användarna gör på Instagram – fördelat på kön samt generation (separat tabell)

### **Snapchat**

- 7.6.1 Användning av Snapchat – fördelat på generation (år 2021–2022)
- 7.6.2 Vad användarna gör på Snapchat – redovisas även på generation (separat tabell)
- 7.6.3 Vad barn 8–19 år gör på Snapchat – fördelat på kön

### **Tiktok**

- 7.7.1 Användning av Tiktok – fördelat på generation (år 2021–2022)
- 7.7.2 Vad användarna gör på Tiktok
- 7.7.3 Vad barn 8–19 år gör på Tiktok – fördelat på kön

### **LinkedIn**

- 7.8.1 Användning av LinkedIn – fördelat på olika bakgrundsvariabler (år 2021–2022)
- 7.8.2a Vad användarna gör på LinkedIn
- 7.8.2b Vad användarna gör på LinkedIn – fördelat på kön samt olika bakgrundsvariabler (separat tabell)

### **Följa varumärken på sociala medier**

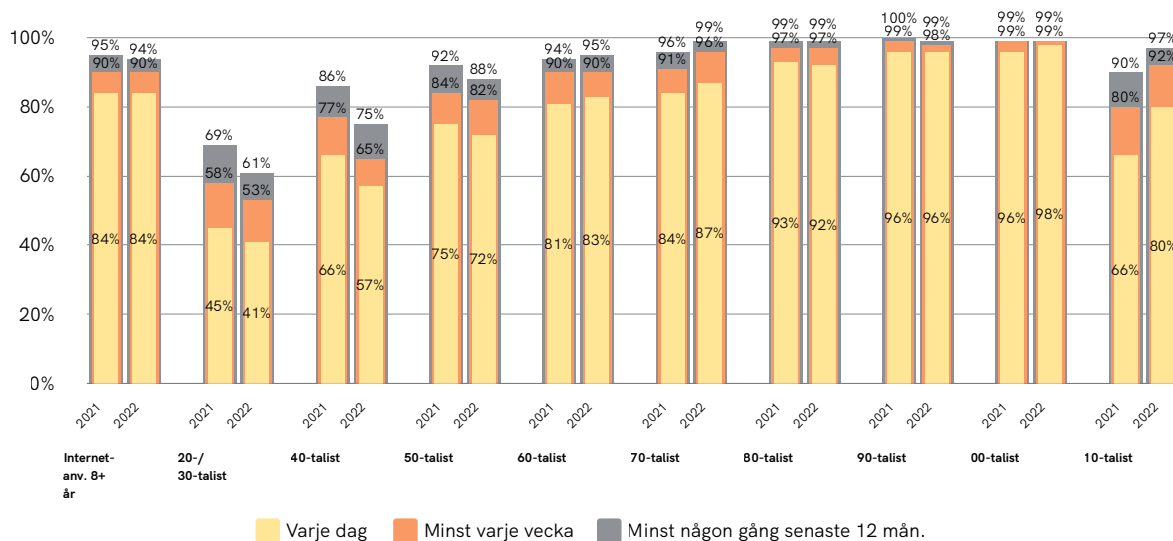
- 7.9.1 Följer varumärken/företag i sociala medier totalt – fördelat på generation
- 7.9.2 Följer varumärken/företag i respektive social medieplattform – fördelat på generation

# Översikt social medieanvändning

## Nästan samtliga internetanvändare använder sociala medier

Diagram 7.1.1 visar hur användandet av sociala medier totalt sett har utvecklats under åren 2021-2022.

Diagram 7.1.1, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna / varje vecka / varje dag? Netto - Något socialt medium. År 2021-2022 (Studie 2)



### Hur har användandet av sociala medier utvecklats under åren 2021-2022?

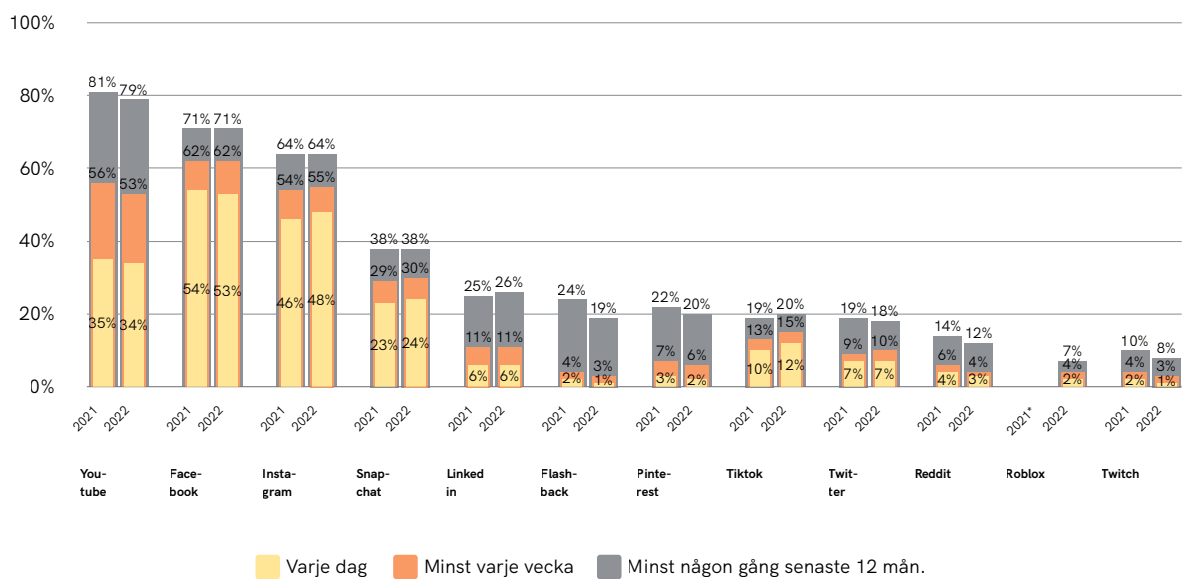
Bland internetanvändarna i åldern 8 år eller äldre har 94 procent använt sociala medier under det senaste året. Ser vi till hela befolkningen i åldern 16 år eller äldre har 88 procent använt sociala medier. Andelen som använder sociala medier ligger därmed kvar på samma nivå som föregående år både om vi ser till befolkningen som helhet och enbart internetanvändarna.

- I de äldre generationerna, personer födda på 20-, 30-talet och 40-talet, tenderar användandet av sociala medier att minska.
- Bland de yngsta internetanvändarna, 10-talisterna, har användandet av sociala medier ökat. Det kan bland annat bero på att 10-talisterna har blivit ett år äldre och nu är i åldrarna 8-12 år i undersökningen jämfört med år 2021 då 10-talisterna var i åldrarna 8-11 år.
- I övriga generationer sker inga nämnvärda förändringar i sociala medieanvändandet.

## Användandet av Youtube, Flashback, Reddit och Twitch minskar något jämfört med år 2021

Diagram 7.1.2 visar hur användningen bland internetanvändare 8 år eller äldre av olika sociala medier har utvecklats under åren 2021-2022.

Diagram 7.1.2, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna / varje vecka / varje dag? År 2021-2022 (Studie 2) \*) Svartalernativet fanns ej med 2021



### Vilka sociala medier har ökat eller minskat under åren 2021-2022?

- Överlag ligger användandet av de olika sociala medieplattformarna stabilt sedan år 2021.
- Youtube, Flashback, Reddit och Twitch minskar något jämfört med föregående år. I övrigt sker inga nämnvärda förändringar.

## Snapchat är det sociala medium som flest 00-talister använder på daglig basis

Diagram 7.1.3 visar hur några av de mest populära sociala medieplattformarna används i olika generationer. Det övre diagrammet visar den totala andelen som använt plattformen minst någon gång under året. Det nedre diagrammet visar andelen som använder plattformen på daglig basis.

Diagram 7.1.3a, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna? År 2022 (Studie 2)

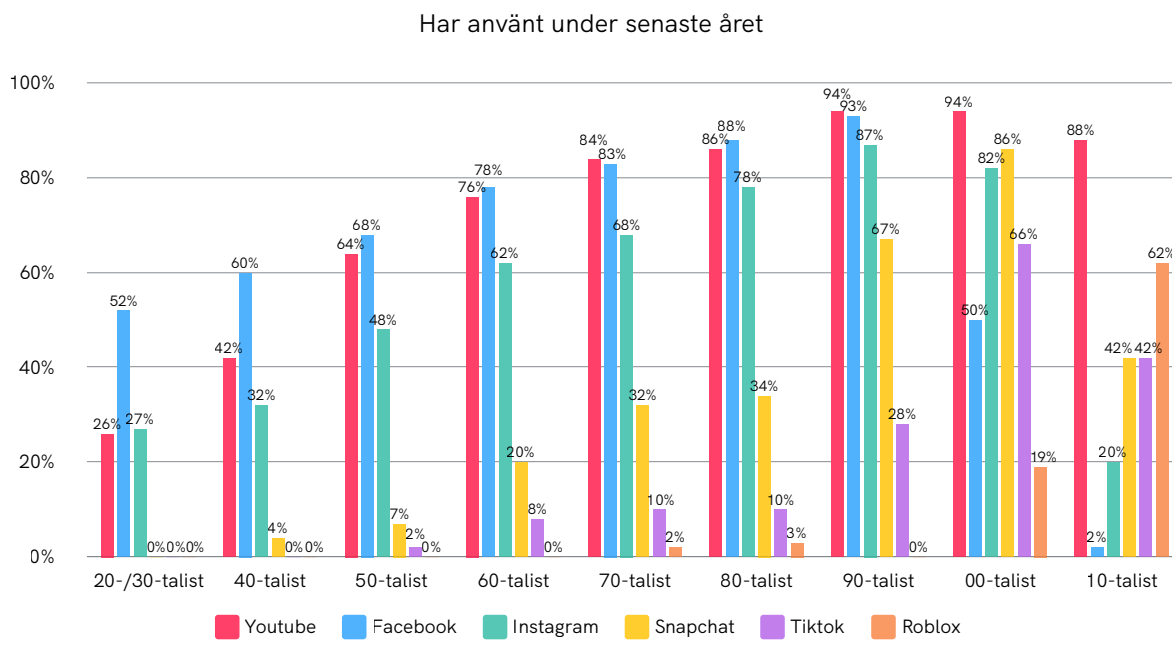
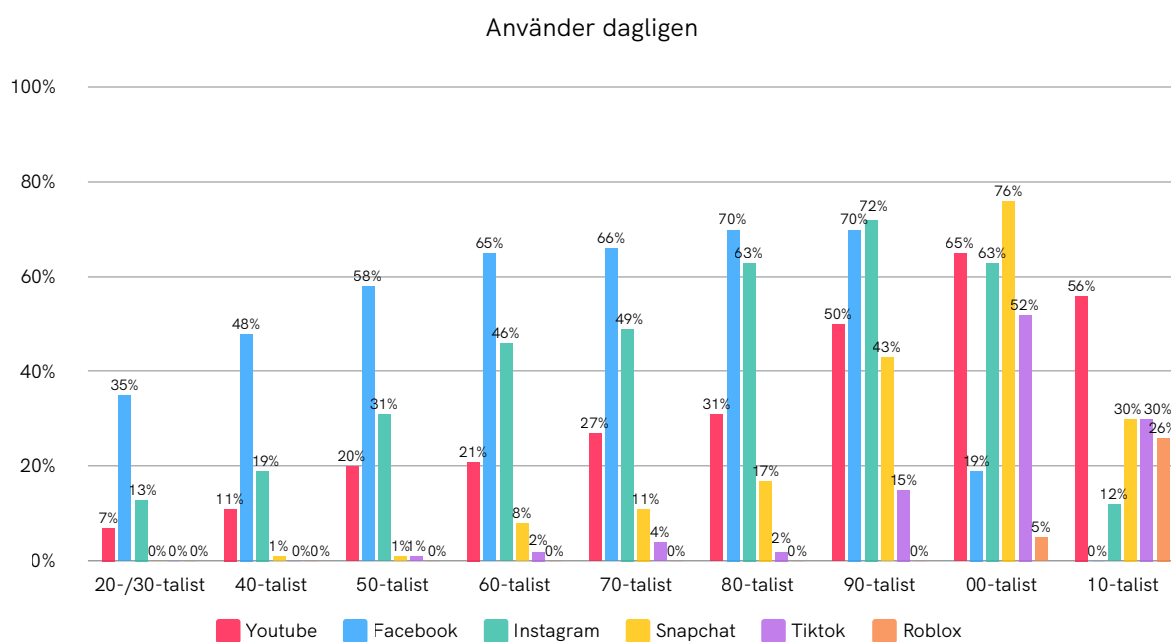




Diagram 7.1.3b, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt varje dag? År 2022 (Studie 2)



### Vilka generationer använder Youtube?

- Youtube används förhållandevis brett över generationerna och är en av de plattformar som flest använder under ett år. Det dagliga användandet av Youtube är däremot betydligt lägre än exempelvis Facebook och Instagram.
- Bland 90- och 00-talister har nästan samtliga använt Youtube under året.
- Nästan lika många, närmare 9 av 10 av 10-talisterna har också använt Youtube. Användandet sjunker sedan i de äldre generationerna.

### Vilka generationer använder Facebook?

- Facebook är en av de mest använda sociala medieplattformarna och används av mer än hälften av internetanvändarna även i de äldsta generationerna.
- Användandet av Facebook har däremot en tydlig topp bland 90-talister, därefter sjunker användningen kraftigt bland de yngsta 00- och 10-talisterna.
- Bland 00-talisterna har hälften använt Facebook under ett år och endast 2 av 10 använder Facebook dagligen.
- Bland 10-talisterna är användningen nästintill obefintlig. Detta beror dock sannolikt på att barnen är i åldern 8–12 år och därmed inte har åldern inne för att skapa ett konto enligt Facebooks rekommendationer.

### **Vilka generationer använder Instagram?**

- Instagram är särskilt populärt bland personer födda på 80-, 90- eller 00-talet. Bland 90-talister använder hela 7 av 10 Instagram på daglig basis.
- Instagram används även i förhållandevis hög grad av personer födda på 50-, 60- eller 70-talet. Bland 60- och 70-talister använder knappt hälften Instagram dagligen.
- Om man jämför vilka som använder Instagram respektive Facebook, så skiljer de sig i hög grad åt åldersmässigt. Bland personer födda på 80-talet eller tidigare är Facebook den plattform som flest använder på daglig basis. Bland 90-talister är Facebook och Instagram jämnstora. Bland 00-talister använder däremot få Facebook på daglig basis medan Instagram är avsevärt större.

### **Vilka generationer använder Snapchat?**

- Snapchat används främst bland personer födda på 00-talet, men till viss del även bland 90- och 10-talister. I övriga generationer är användandet förhållandevis lågt.
- Bland 00-talister använder närmare 8 av 10 Snapchat på daglig basis. Snapchat är bland 00-talister den sociala medieplattform som flest använder dagligen.

### **Vilka generationer använder Tiktok?**

- Tiktok används nästan enbart i yngre generationer. Flest användare finns bland 00-talisterna där cirka 2 av 3 har använt Tiktok under året och drygt hälften använder Tiktok dagligen.
- Tiktok används även bland 10-talister och 90-talister. Bland 10-talisterna har drygt 4 av 10 använt Tiktok under året och 3 av 10 använder Tiktok dagligen.
- Bland 90-talisterna är användningen något lägre. Knappt 3 av 10 har använt Tiktok under året och drygt 1 av 7 använder Tiktok dagligen.

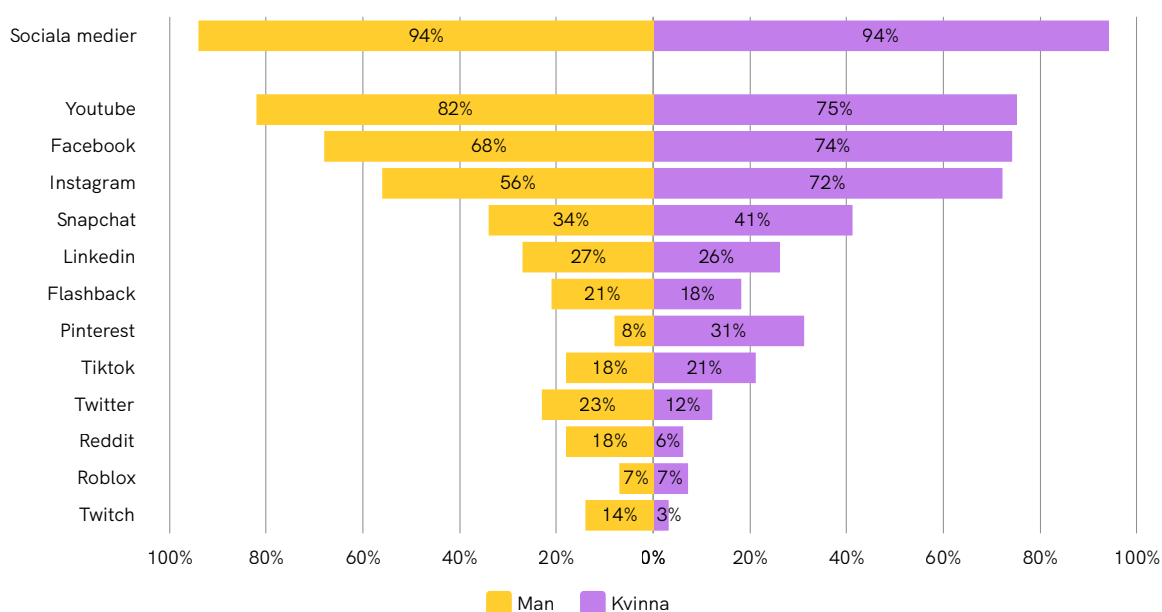
### **Vilka generationer använder Roblox?**

- Roblox används nästan enbart av de allra yngsta, 10-talisterna. Bland dem är däremot användandet stort – drygt 6 av 10 har använt Roblox under året och nästan 3 av 10 använder Roblox dagligen.

## Fler kvinnor än män har använt Instagram, Pinterest, Facebook och Snapchat under året

Diagram 7.1.4 visar vilka sociala medier kvinnor respektive män har använt under det senaste året.

Diagram 7.1.4, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna? År 2022 (Studie 2)



### Hur skiljer sig användandet av sociala medier mellan män och kvinnor?

- Lika många män som kvinnor använder sociala medier. Det finns däremot vissa skillnader i vilka plattformar som används.
- Fler män än kvinnor har under året använt Youtube, Twitter, Reddit och Twitch.
- Betydligt fler kvinnor än män har använt Instagram och Pinterest. Det är även något fler kvinnor än män som har använt Facebook och Snapchat.
- Flashback minskar bland både män och kvinnor jämfört med föregående år. Bland män minskar även användandet av Reddit något. Skillnaderna är dock förhållandevis små.
- Bland kvinnor tenderar användandet av Youtube, Facebook och Pinterest att minska något, men även här är skillnaderna små.

## Hälften av de som använder Facebook och Instagram lägger upp eget material på plattformen

Diagram 7.1.5 visar hur stor del av internetanvändarna som brukar lägga upp / producera eget material på respektive plattform.

Diagram 7.1.5a, Bas: Har använt respektive socialt medium senaste 12 mån, Fråga: Vad av följande brukar du göra på Facebook / Instagram / Snapchat / LinkedIn / Tiktok / Youtube? Andel som lagt upp eget/producerat material. År 2022 (Studie 2)

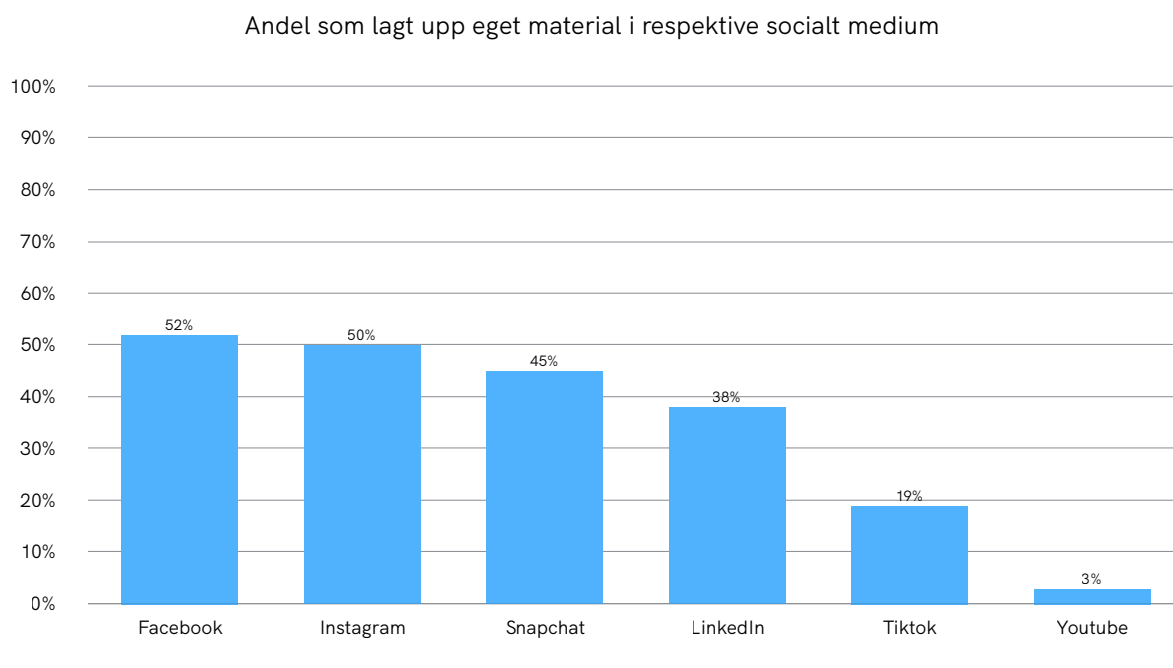
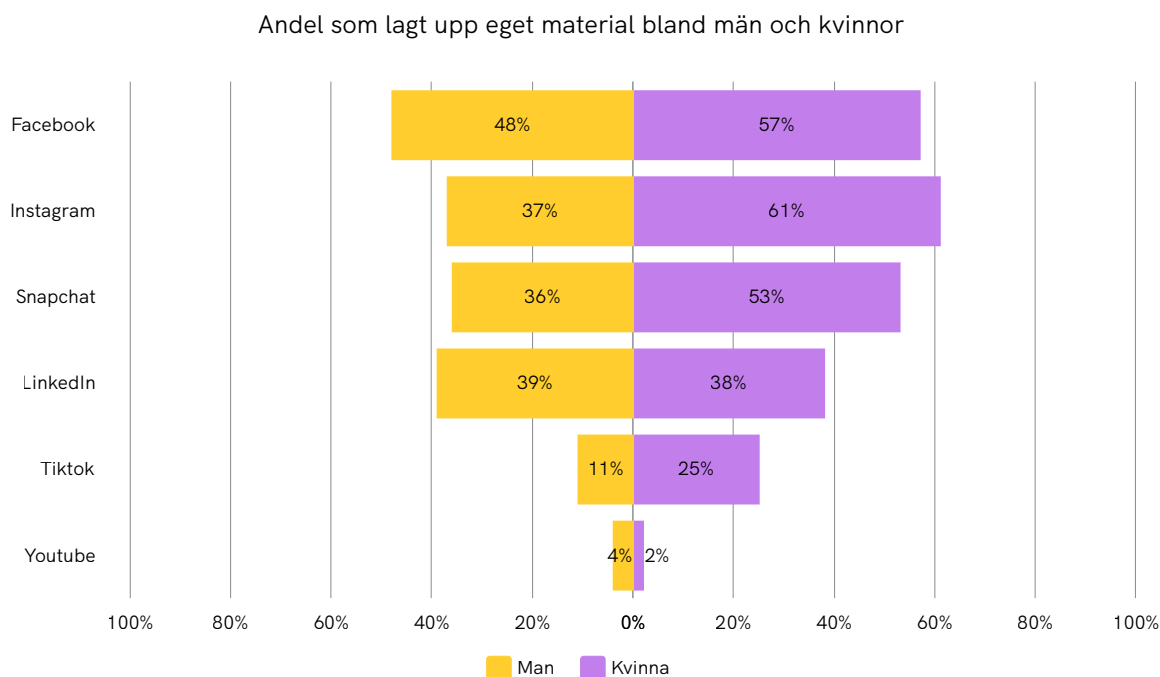


Diagram 7.1.5b, Bas: Har använt respektive socialt medium senaste 12 mån, Fråga: Vad av följande brukar du göra på Facebook / Instagram / Snapchat / LinkedIn / Tiktok / Youtube? Andel som lagt upp eget/producerat material. År 2022 (Studie 2)



### I vilka sociala medier brukar användarna lägga upp eget material?

- Facebook och Instagram är de två sociala medier där användarna i högst utsträckning brukar lägga upp eget material. Drygt hälften av användarna lägger upp eget material på Facebook respektive Instagram.
- Strax efter Facebook och Instagram kommer Snapchat, där knappt hälften lägger upp eget material.
- Närmare 4 av 10 av användarna på LinkedIn brukar lägga upp eget material.
- Betydligt färre användare lägger upp eget material på Tiktok och Youtube. Dessa kanaler används i högre grad för att konsumera material som andra lägger upp. Omkring 2 av 10 av användarna på Tiktok lägger upp eget material och endast 3 procent av användarna på Youtube gör detsamma.
- Det är generellt vanligare att kvinnor lägger upp eget material på olika sociala medieplattformar. Detta gäller särskilt på Instagram och Snapchat, men även på Tiktok och Facebook.
- Youtube är den enda plattform där fler män än kvinnor lägger upp eget material. Skillnaden är dock marginell och det är generellt mycket få användare som lägger upp eget material på Youtube.

Vill du veta mer om vad användarna gör på de olika plattformarna? Det kan du se längre ner i kapitlet eller nå via dessa länkar:

Youtube - diagram 7.3.1

Facebook - diagram 7.4.1

Instagram - diagram 7.5.1

Snapchat - diagram 7.6.1

Tiktok - diagram 7.7.1

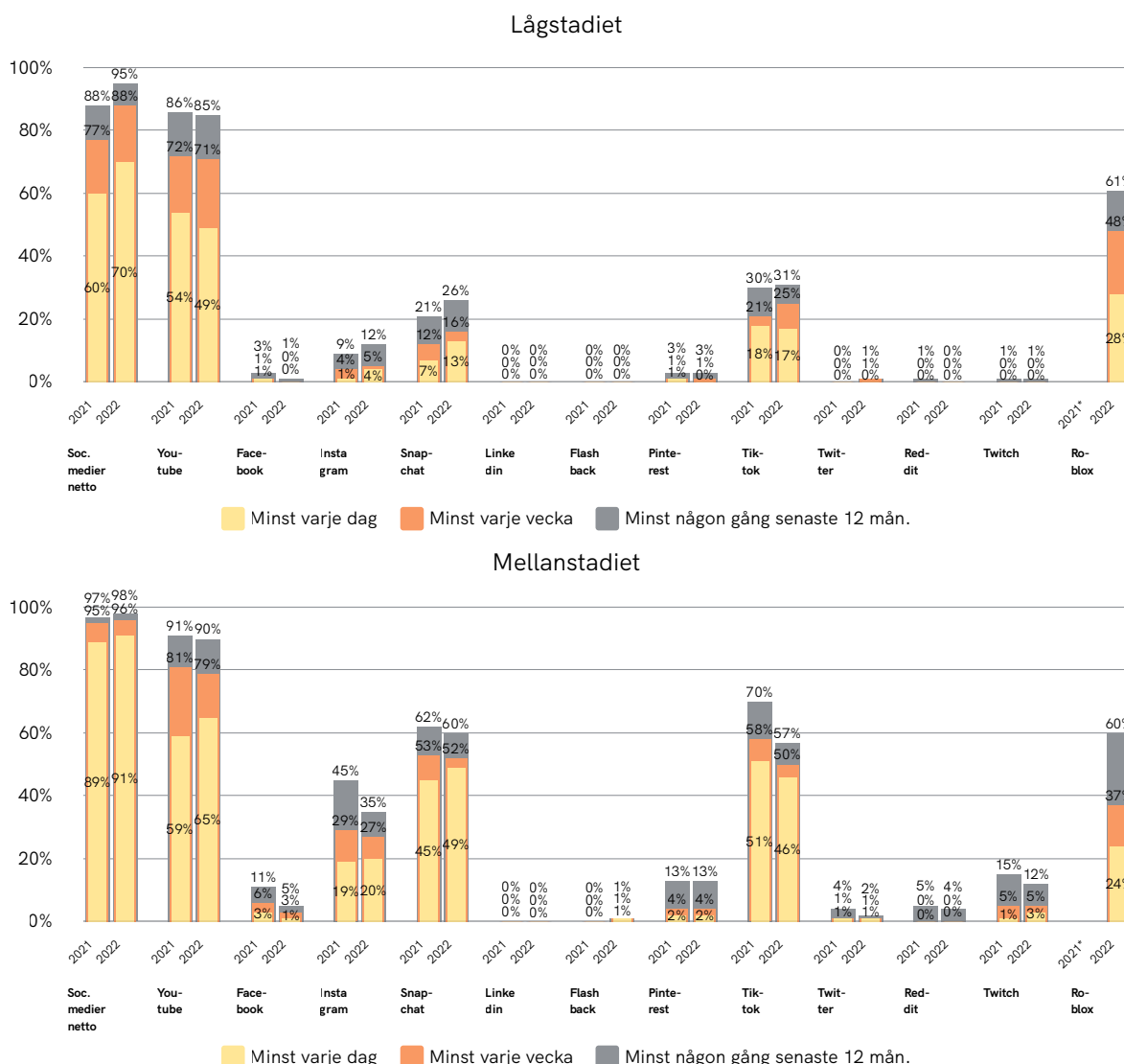
Linkedin - diagram 7.8.1

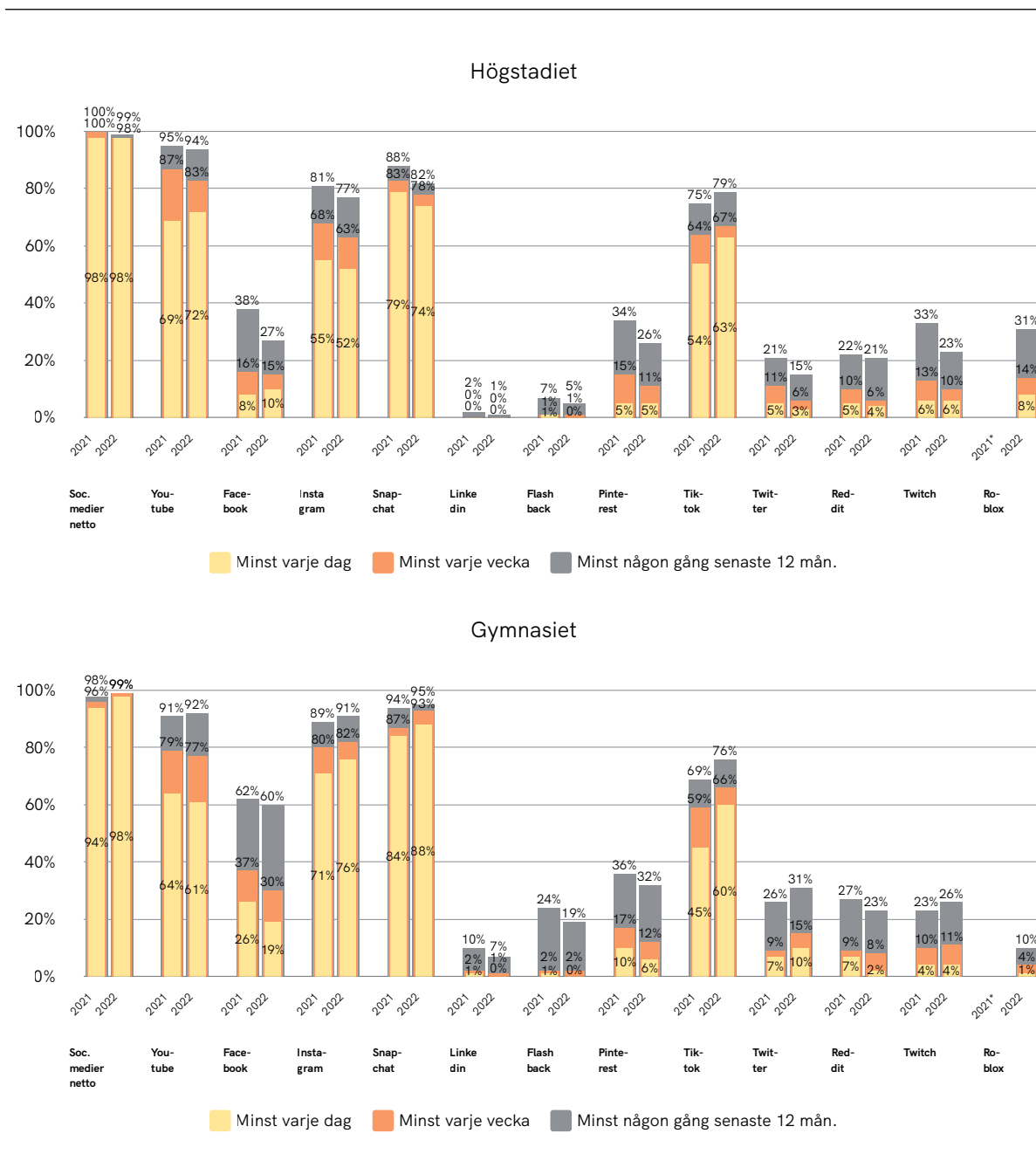
# Användning av sociala medier bland barn 8-19 år

6 av 10 barn på låg- och mellanstadiet har spelat Roblox under det senaste året

Diagram 7.2.1 visar hur användandet av sociala medier bland barn i olika åldrar har utvecklats under åren 2021-2022.

Diagram 7.2.1, Bas: Barn 8-19 år, Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna / varje vecka / varje dag? År 2021-2022 (Studie 2)





### Hur har användandet av sociala medier bland barn på lågstadiet utvecklats under åren 2021–2022?

- Användandet av sociala medier totalt sett ökar något bland de yngsta barnen jämfört med år 2021.
- De yngsta barnen använder i första hand Youtube, vilket mer än 8 av 10 har använt under året och 5 av 10 använder dagligen.
- Roblox är ett annat socialt medium och spelplattform som de yngsta barnen använder i hög utsträckning. Omkring 6 av 10 lågstadietbarn har använt Roblox under året och nästan 3 av 10 använder Roblox dagligen.



- Tiktok och Snapchat används också bland lågstadiebarnen, men inte i lika hög utsträckning som Youtube och Roblox. 3 av 10 har använt Tiktok och drygt 1 av 4 har använt Snapchat under året.

### **Hur har användandet av sociala medier bland barn på mellanstadiet utvecklats under åren 2021–2022?**

- Användandet av sociala medier totalt sett har bland mellanstadiebarnen inte förändrats nämnvärt sedan år 2021.
- Förutom Youtube är Tiktok, Snapchat och Roblox de tre plattformar som flest mellanstadiebarn använder – omkring 6 av 10 under det senaste året.
- Drygt 6 av 10 mellanstadiebarn tittar på Youtube varje dag och nära 5 av 10 använder Snapchat och Tiktok dagligen.
- Bland mellanstadiebarnen har användandet av Tiktok minskat jämfört med föregående år. Även användandet av Instagram och Facebook tenderar att minska.

### **Hur har användandet av sociala medier bland barn på högstadiet utvecklats under åren 2021–2022?**

- Användandet av sociala medier totalt sett ligger bland högstadiebarnen kvar på samma nivå som vid år 2021.
- Youtube, Snapchat, Instagram och Tiktok är de plattformar som flest högstadiebarn använder.
- Nästan samtliga högstadiebarn har tittat på Youtube under året och drygt 7 av 10 tittar på Youtube varje dag.
- Omkring 8 av 10 har använt Snapchat, Tiktok eller Instagram under senaste året. Snapchat är det sociala medium som flest använder på daglig basis – drygt 7 av 10 högstadiebarn har använt Snapchat dagligen.
- Bland högstadiebarnen har användandet av Facebook och Twitter minskat jämfört med föregående år. Även användandet av Pinterest och Twitch tenderar att minska.
- Användandet av Tiktok tenderar att öka något bland högstadiebarnen, framförallt det dagliga användandet.

### **Hur har användandet av sociala medier bland gymnasieungdomar utvecklats under åren 2021–2022?**

- Nästan samtliga gymnasieungdomar använder sociala medier och det totala användandet har inte förändrats nämnvärt sedan 2021.
- Snapchat, Youtube och Instagram är de plattformar som flest gymnasieungdomar använder. Först därefter kommer Tiktok och sedan Facebook.

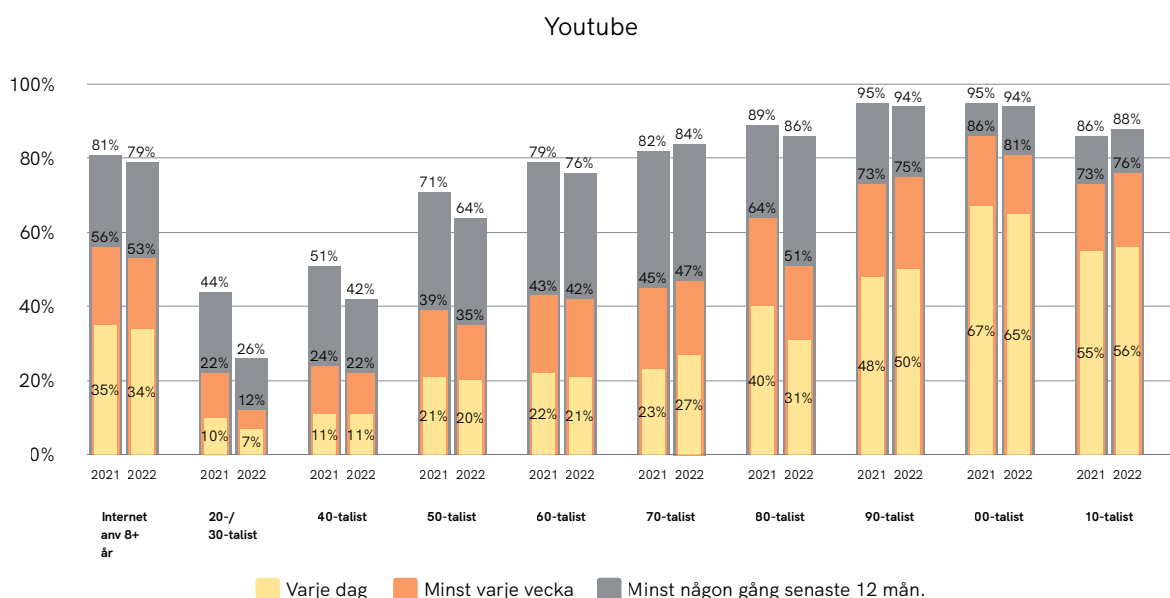
- Nästan samtliga gymnasieungdomar har använt Snapchat under året och nästan 9 av 10 använder Snapchat dagligen.
- Många gymnasieungdomar använder även Instagram och Tiktok dagligen. Nästan 8 av 10 gymnasieelever använder Instagram och 6 av 10 använder Tiktok dagligen.
- Facebook används inte i lika hög grad som andra sociala medieplattformar. Omkring 6 av 10 gymnasieelever har använt Facebook under året, men knappt 2 av 10 använder Facebook på daglig basis.
- Användandet av Tiktok ökar bland gymnasieungdomarna, särskilt det dagliga användandet.
- Den dagliga och veckovisa användningen av Facebook tenderar att minska bland gymnasieungdomarna jämfört med föregående år.

# Youtube

## Användandet av Youtube sjunker i de äldsta generationerna

Diagram 7.3.1 visar hur användandet av Youtube har utvecklats under åren 2021–2022.

Diagram 7.3.1, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna / varje vecka / varje dag? Youtube.  
År 2021–2022 (Studie 2)



### Hur har användandet av Youtube utvecklats under åren 2021–2022?

- Andelen som använder Youtube sjunker något bland internetanvändarna jämfört med föregående år, skillnaderna är dock små.
- Användandet av Youtube minskar i de äldre generationerna födda på 20-, 30-, 40- eller 50-talet. Detta skulle kunna bero på att de äldre generationerna på olika sätt påverkades mycket under det första pandemiåret, där man bland annat såg en ökad användning av digitala tjänster.
- Personer födda på 80-talet använder Youtube något mer sällan jämfört med år 2021. Det totala användandet under året ligger däremot kvar på samma nivå som vid föregående år, då förändringarna ligger inom felmarginalen.
- I övriga generationer sker inga nämnvärda förändringar i användningen av Youtube.

## Youtube används främst för underhållning eller för att titta på instruktionsfilmer

Diagram 7.3.2 visar vad användarna brukar göra på Youtube.

Diagram 7.3.2a, Bas: Använt Youtube senaste 12 månaderna 8+ år, Fråga: Vad av följande brukar du göra på Youtube? Notera att svarsalternativen har kortats ned och att alternativen "annat" och "vill ej uppge" inte redovisas i diagrammet, se frågeformulär för fullständiga formuleringar. År 2021-2022 (Studie 2) \*) Nytt alternativ 2022

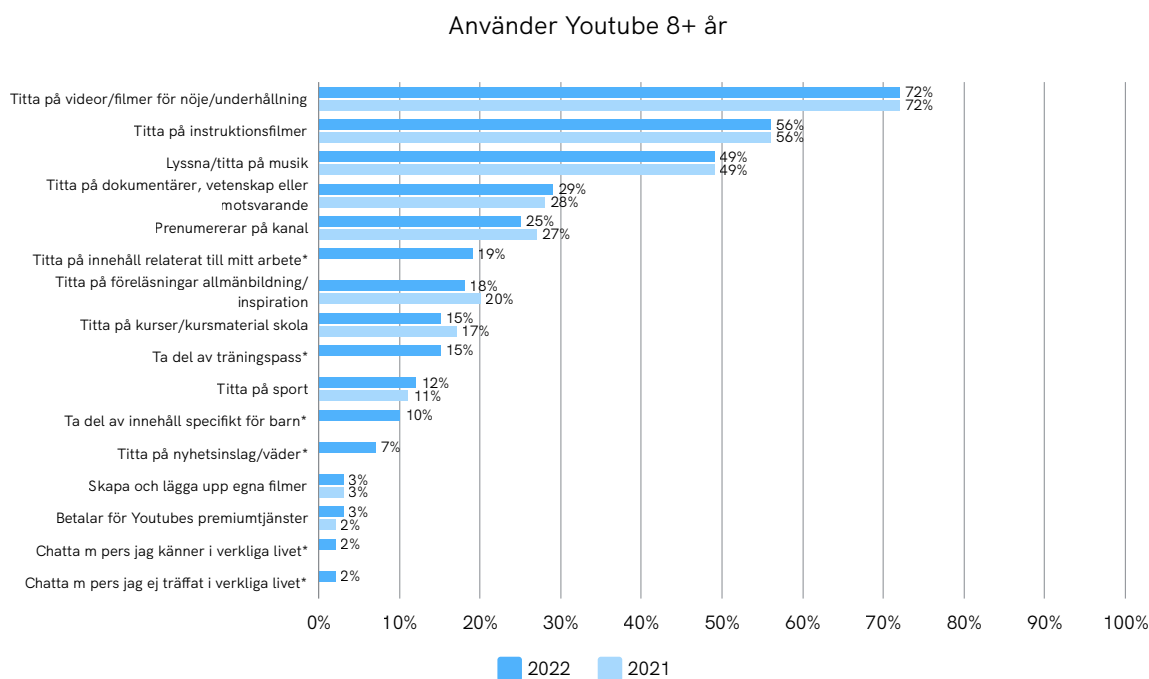
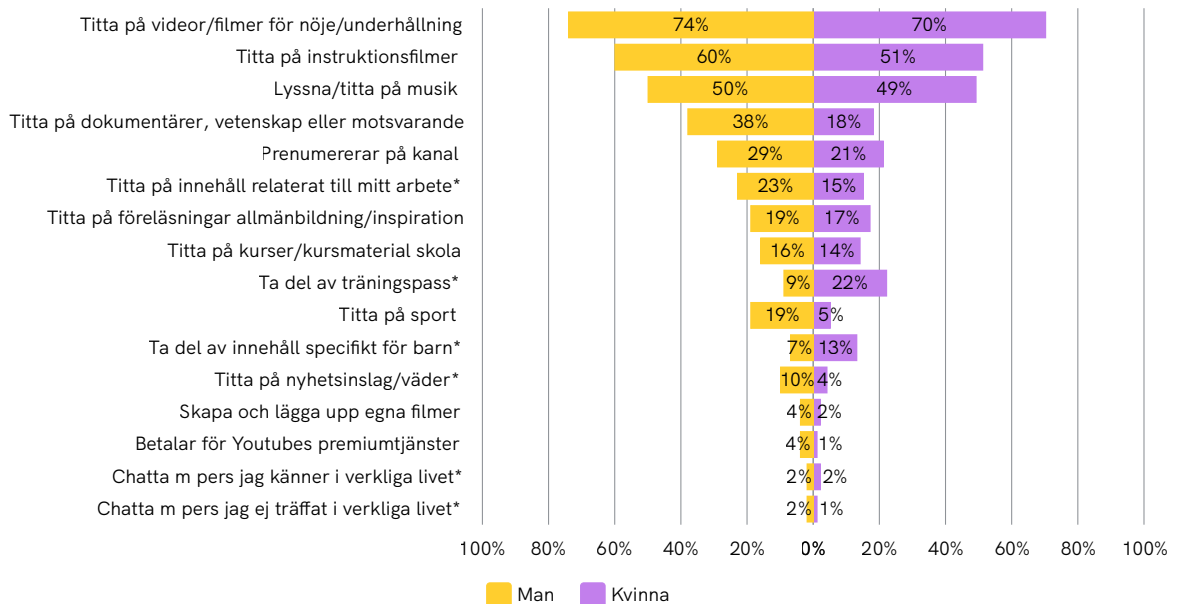


Diagram 7.3.2b, Bas: Använt Youtube senaste 12 månaderna 8+ år, Fråga: Vad av följande brukar du göra på Youtube? Notera att svarsalternativen har kortats ned och att alternativen "annat" och "vill ej uppge" inte redovisas i diagrammet. Se frågeformulär för fullständiga formuleringar. År 2022 (Studie 2) \*) Nytt alternativ 2022



### Vad gör svenskarna på Youtube?

- Det sker inga nämnvärda förändringar i hur Youtube används jämfört med föregående år.
- Youtube används i första hand för att titta på videoklipp för underhållning, följt av instruktionsfilmer. Omkring hälften av användarna använder även Youtube för att lyssna på musik.
- Bara ett fåtal av användarna (3 procent) lägger upp egna filmer.
- Män använder Youtube i högre grad än kvinnor för att titta på instruktionsvideor, titta på dokumentärer/vetenskap, innehåll relaterat till arbetet, titta på sport och titta på nyhetsinslag. Det är även vanligare bland män att prenumerera på någon kanal jämfört med kvinnor.
- Kvinnor använder Youtube i högre grad än män för att ta del av träningspass och ta del av innehåll specifikt för barn.

## Fler barn än vuxna prenumererar på en kanal på Youtube

Diagram 7.3.3 visar vad vuxna respektive barn gör brukar göra på Youtube.

Diagram 7.3.3a, Bas: Använt Youtube senaste 12 månaderna 18+ år, Fråga: Vad av följande brukar du göra på Youtube? Notera att svarsalternativen har kortats ned och att alternativen "annat" och "vill ej uppge" inte redovisas i diagrammet. Se frågeformulär för fullständiga formuleringar. År 2021-2022 (Studie 2) \*) Nytt alternativ 2022

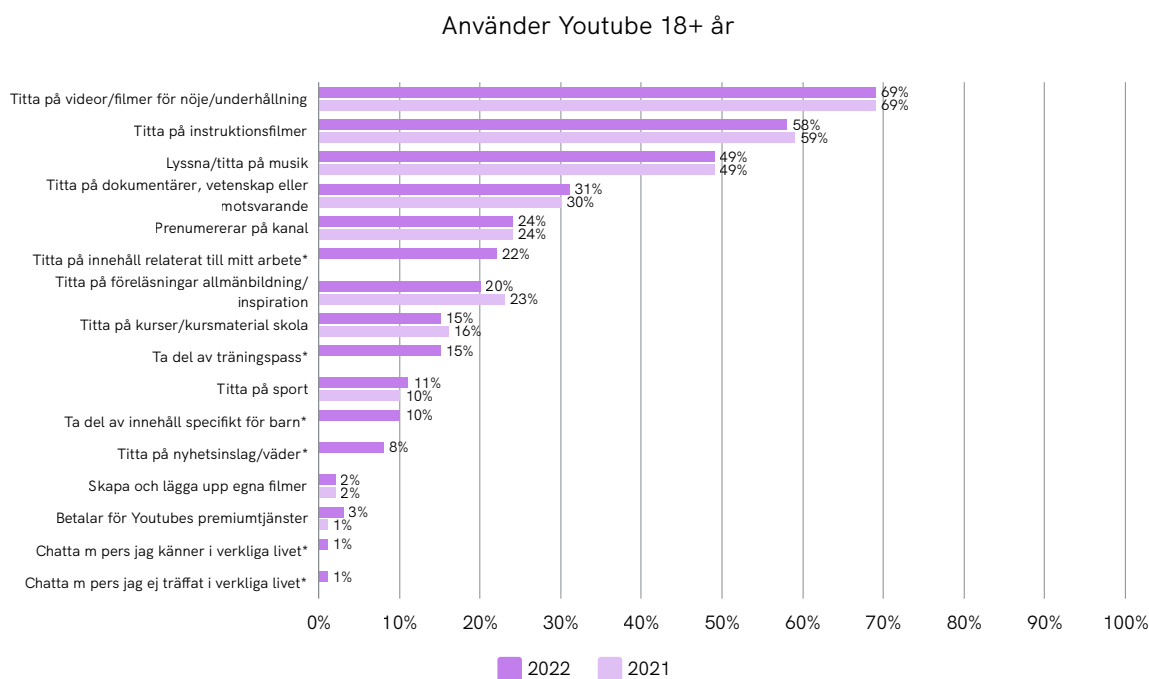
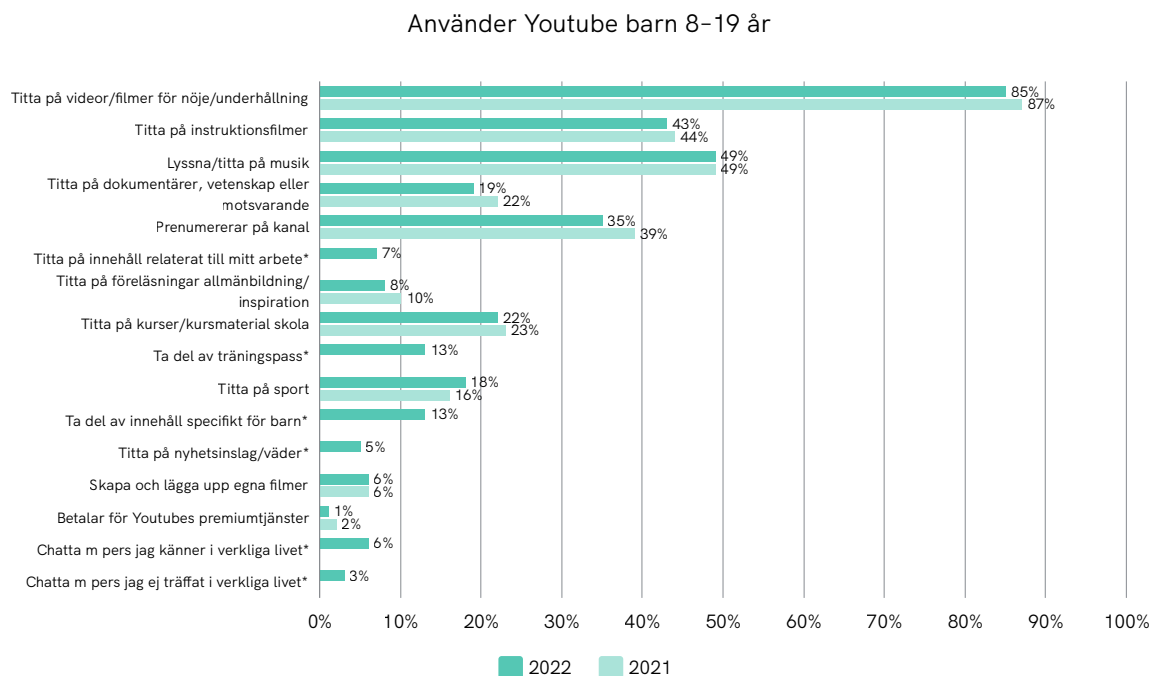


Diagram 7.3.3b, Bas: Använt Youtube senaste 12 månaderna, barn 8-19 år, Fråga: Vad av följande brukar du göra på Youtube? Notera att svarsalternativen har kortats ned och att alternativen "annat" och "vill ej uppge" inte redovisas i diagrammet, se frågeformulär för fullständiga formuleringar. År 2021-2022 (Studie 2) \*) Nytt alternativ 2022



### Hur skiljer sig barn och vuxnas användning av Youtube?

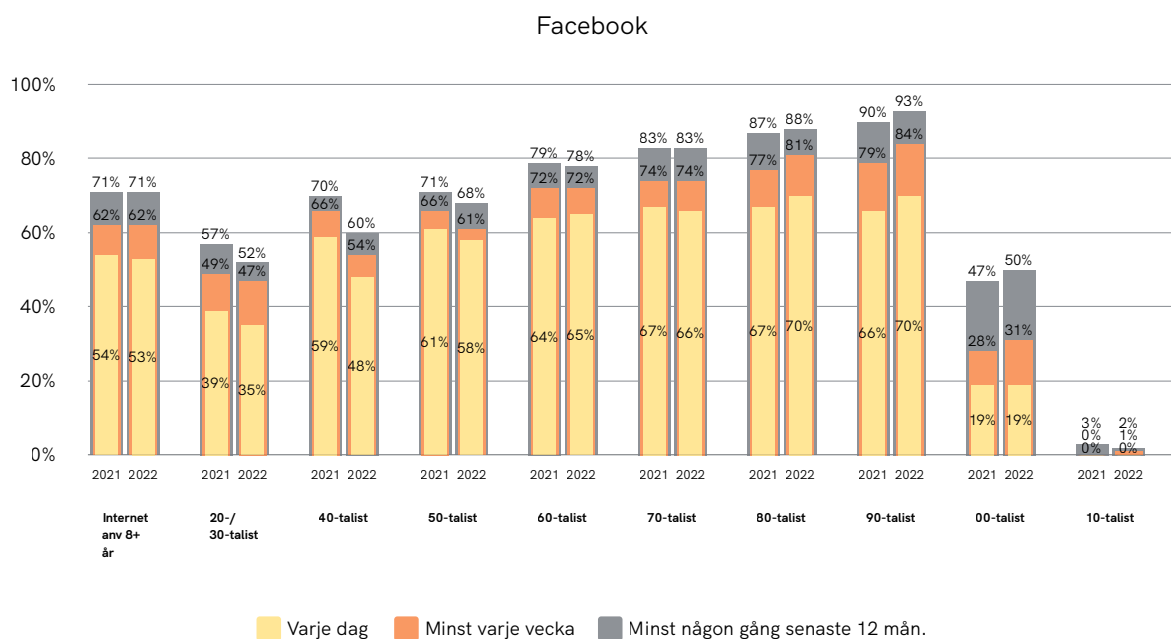
- Både barn och vuxna använder Youtube i första hand för att titta på videoklipp för underhållning. Bland barn är det däremot ännu vanligare att titta på underhållningsfilmer (85 procent) jämfört med vuxna (69 procent).
- Bland vuxna är det vanligare att använda Youtube för att titta på instruktionsfilmer, vilket närmare 6 av 10 gör. Det är däremot en stor andel barn, omkring 4 av 10, som också tittar på instruktionsfilmer på Youtube.
- Vuxna använder Youtube i högre grad än barn för att titta på dokumentärer/vetenskap, innehåll relaterat till arbetet och föreläsningar för allmänbildning/inspiration.
- Barn prenumererar på kanaler i högre grad än vuxna, och använder även Youtube i högre grad för att titta på kurser/material för skola och titta på sport.
- Bland vuxna sker inga nämnvärda skillnader vad man använder Youtube till jämfört med föregående år.
- Bland barn finns en tendens till att något färre prenumererar på kanaler jämfört med föregående år. Utöver det sker inga väsentliga skillnader.

# Facebook

## 80- och 90-talister använder Facebook mest frekvent

Diagram 7.4.1 visar hur användandet av Facebook har utvecklats under åren 2021–2022.

Diagram 7.4.1, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna / varje vecka / varje dag? Facebook.  
År 2021–2022 (Studie 2)



### Hur har användandet av Facebook utvecklats under åren 2021–2022?

- Andelen internetanvändare som använder Facebook har inte förändrats jämfört med föregående år.
- Användandet av Facebook är som störst bland personer födda på 70-, 80- och 90-talet. Användandet sjunker sedan kraftigt bland 00-talisterna, där endast drygt 5 av 10 använt Facebook under det senaste året och knappt 2 av 10 använder plattformen på daglig basis.
- Användandet av Facebook minskar bland personer födda på 40-talet.
- I övriga generationer sker inga nämnvärda förändringar i användningen av Facebook.



## Personer födda på 50-, 60- och 70-talet är mest aktiva i att lägga upp egna inlägg på Facebook

Diagram 7.4.2 visar vad användarna brukar göra på Facebook.

Diagram 7.4.2a, Bas: Använt Facebook senaste 12 månaderna 8+ år, Fråga: Vad av följande brukar du göra på Facebook? Notera att svarsalternativen har kortats ned och att alternativen "annat" och "vill ej uppge" inte redovisas i diagrammet, se frågeformulär för fullständiga formuleringar. År 2022 (Studie 2)

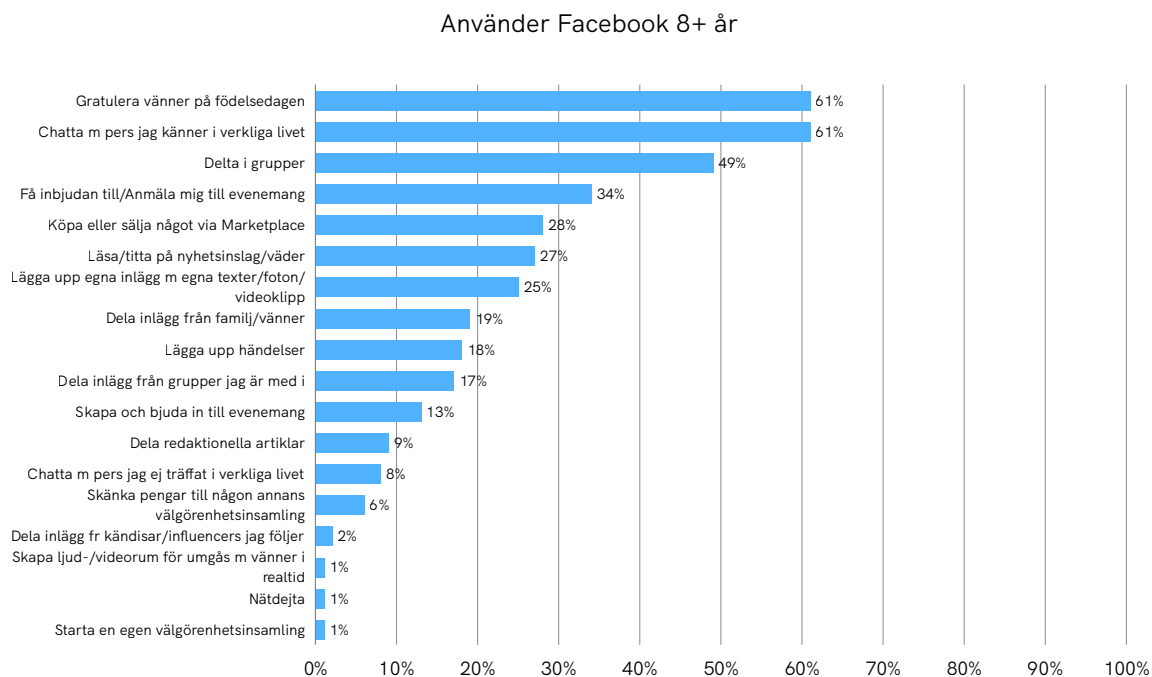
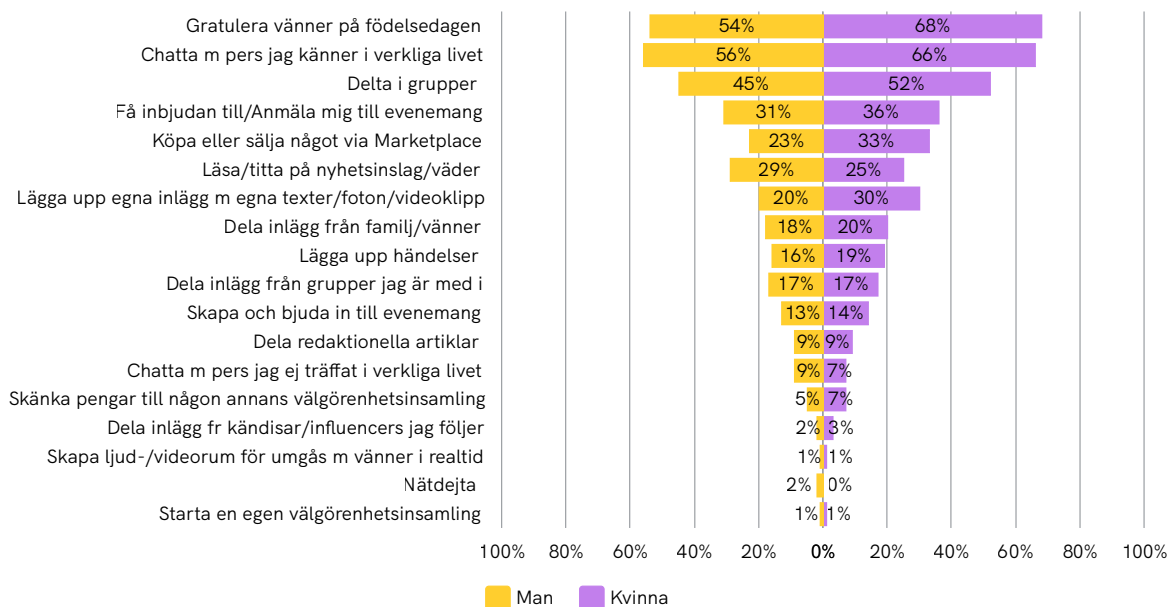


Diagram 7.4.2b, Bas: Använt Facebook senaste 12 månaderna 8+ år, Fråga: Vad av följande brukar du göra på Facebook? Notera att svarsalternativen har kortats ned och att alternativen "annat" och "vill ej uppge" inte redovisas i diagrammet, se frågeformulär för fullständiga formuleringar. År 2022 (Studie 2)



### Vad gör användarna på Facebook?

- De vanligaste aktiviteterna som användarna gör på Facebook är att gratulera sina vänner på födelsedagen och chatta med personer man känner. Hälften av användarna brukar även delta i olika grupper.
- Det är något vanligare bland personer med någon funktionsvariation att chatta med personer som de känner (70 procent) och personer som de inte känner (16 procent) på Facebook jämfört med Facebookanvändarna i genomsnitt. \*)
- Kvinnor använder generellt Facebook på fler olika sätt än män. Det är bland annat fler kvinnor som använder Facebook för att gratulera vänner på födelsedagen, chatta med personer de känner samt köpa och sälja saker på Marketplace. Det är även fler kvinnor än män som lägger upp egna inlägg med texter, foton eller videoklipp.

### Vad gör olika generationer på Facebook?

Tabellen nedan visar hur några av de vanligaste användningsområdena på Facebook skiljer sig mellan olika generationer. I *tabellbilagan* går det att ta del av samtliga alternativ.

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

Bas: Använt Facebook senaste 12 månaderna 8+ år, Vad av följande brukar du göra på Facebook? Notera att svarsalternativen har kortats ned. Se frågeformulär för fullständiga formuleringar, År 2022 (Studie 2)

	20-/30-/40-talist	50-talist	60-talist	70-talist	80-talist	90-talist	00-talist
Gratulerar på födelsedag	71%	71%	74%	73%	57%	49%	33%
Chatta m. personer jag känner	39%	44%	60%	64%	65%	83%	46%
Delta i grupper	34%	50%	52%	52%	51%	53%	38%
Få inbjudan/ anmäla till evenemang	18%	23%	31%	39%	35%	48%	29%
Köpa/sälja via Marketplace	13%	19%	24%	35%	42%	33%	18%
Titta på nyhetsinslag	42%	31%	27%	27%	23%	24%	18%
Lägga upp egna inlägg m. text/ foto/videoklipp	23%	35%	42%	36%	22%	11%	7%
Dela inlägg från familj/vänner	40%	36%	25%	20%	11%	7%	8%
Lägga upp händelser	19%	23%	33%	27%	12%	5%	5%
Dela inlägg från grupper	33%	31%	24%	21%	10%	5%	7%
Skapa/bjuda in till evenemang	3%	4%	7%	15%	16%	27%	7%

- De yngsta användarna, födda på 00-talet, använder betydligt färre funktioner på Facebook jämfört med äldre personer. De yngsta använder Facebook främst för att chatta med personer de känner, delta i olika grupper, gratulera vänner på födelsedagen eller få inbjudningar och anmäla sig till evenemang.
- Bland personer födda på 90-talet är det betydligt vanligare att chatta med personer man känner, få inbjudningar och anmäla sig till evenemang och själva skapa och bjuda in till evenemang.
- Personer födda på 50-, 60- och 70-talet är de som i högst utsträckning lägger upp egna inlägg på Facebook. Bland 60- och 70-talister är det också vanligare att lägga upp så kallade händelser (Stories).
- De äldsta användarna, födda på 20-, 30-, 40- och 50-talet, delar inlägg från familj och vänner eller olika grupper i högre grad än yngre användare.

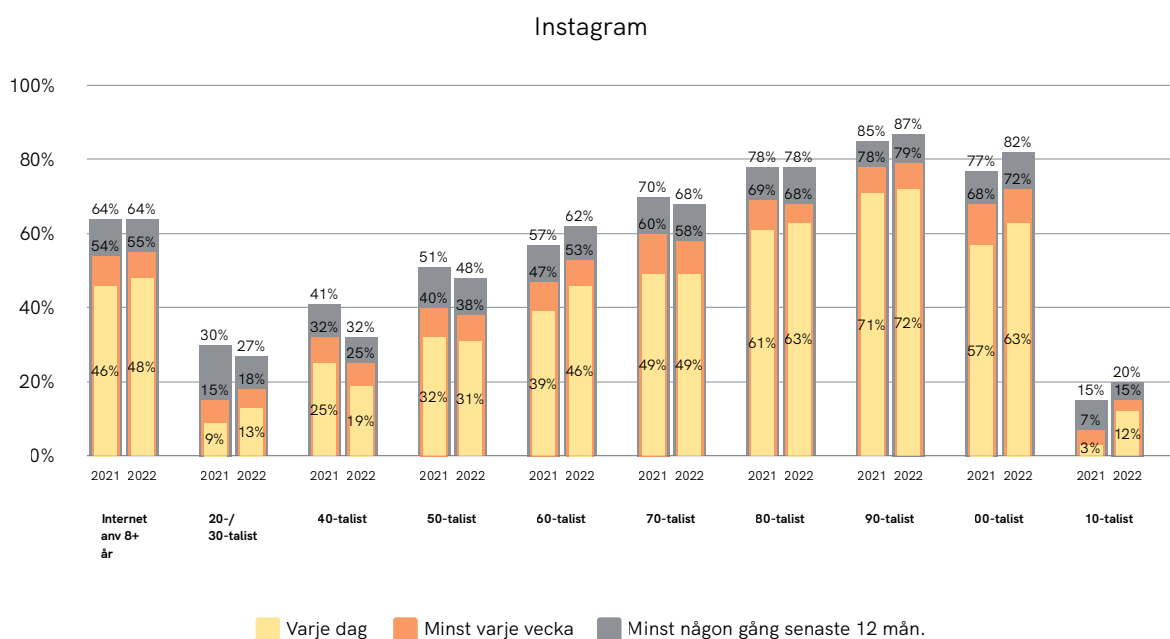
\*) För mer information, se *tabellbilaga*

# Instagram

## Personer födda på 80-, 90- och 00-talet använder Instagram i högst utsträckning

Diagram 7.5.1 visar hur användandet av Instagram har utvecklats under åren 2021-2022.

Diagram 7.5.1, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna / varje vecka / varje dag? Instagram.  
År 2021-2022 (Studie 2)



### Hur har användandet av Instagram utvecklats under åren 2021-2022?

- Andelen internetanvändare som använder Instagram har inte förändrats jämfört med föregående år.
- Användandet av Instagram är som störst bland personer födda på 80-, 90- och 00-talet. Därefter sjunker det successivt i de äldre generationerna.
- Det är få 10-talister som använder Instagram. Detta beror sannolikt på att Instagram har en åldersgräns på 13 år för att skapa eget konto. Yngre barn behöver därför skapa konto tillsammans med en vuxen enligt Instagrams riktlinjer. Däremot ökar användandet av Instagram bland de allra yngsta, 10-talisterna. En möjlig förklaring till det är att barnen i undersökningen födda på 10-talet har blivit ett år äldre jämfört med föregående år.

- Användandet av Instagram ökar även bland 00-talister, men tenderar att minska något i de äldre generationerna födda på 20-, 30- och 40-talet.
- I övriga generationer sker inga nämnvärda förändringar i användningen av Instagram.

## Närmare hälften av de som använder Instagram lägger upp egna inlägg i kanalen

Diagram 7.5.2 visar vad användarna brukar göra på Instagram.

Diagram 7.5.2a, Bas: Använt Instagram senaste 12 månaderna 8+ år, Fråga: Vad av följande brukar du göra på Instagram? Notera att alternativen "annat" och "vill ej uppge" inte redovisas i diagrammet. År 2022 (Studie 2)

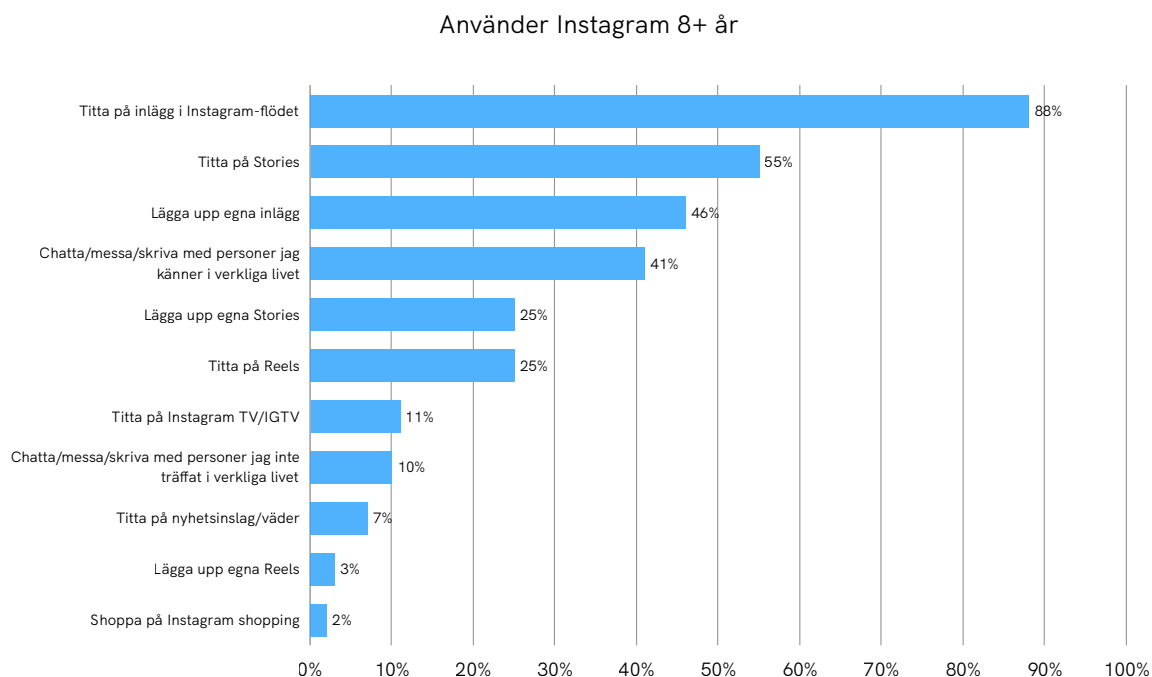
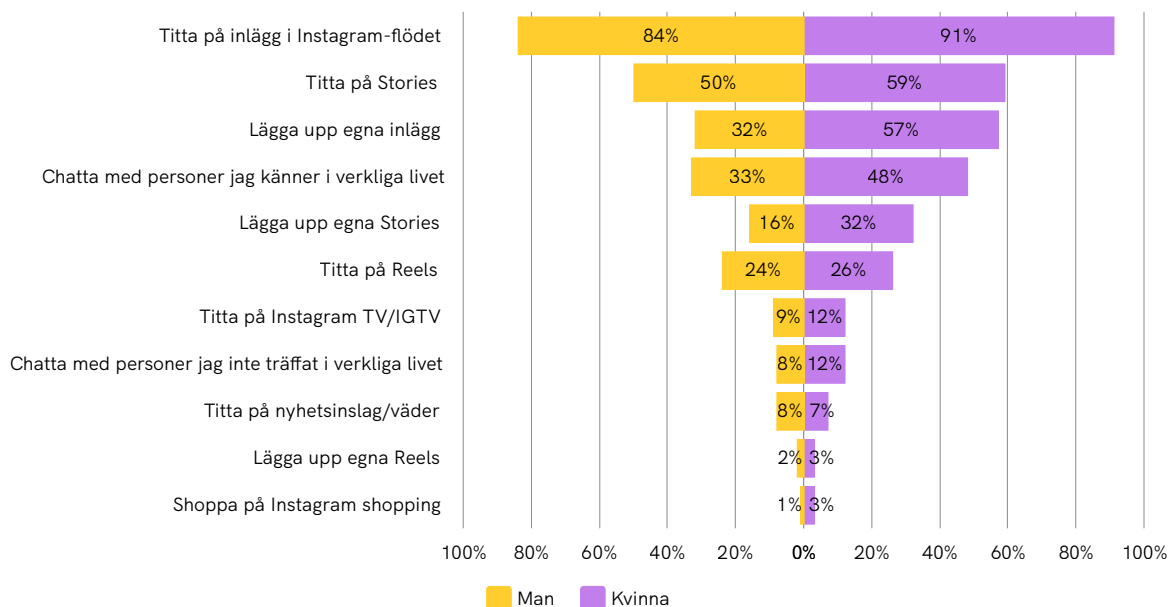


Diagram 7.5.2b, Bas: Använt Instagram senaste 12 månaderna 8+ år, Fråga: Vad av följande brukar du göra på Instagram? Notera att alternativen "annat" och "vill ej uppge" inte redovisas i diagrammet. År 2022 (Studie 2)



### Vad gör användarna på Instagram?

- Nästan samtliga som använder Instagram brukar titta på inlägg i flödet och över hälften tittar på händelser (Stories). Det är även vanligt att användarna lägger upp egna inlägg, vilket närmare hälften gör.
- Kvinnor använder generellt Instagram på fler olika sätt än män. Det är bland annat fler kvinnor som använder Instagram för att titta på inlägg i flödet, titta på händelser (Stories) samt chatta med personer man känner.
- Det är även betydligt vanligare att kvinnor lägger upp egna inlägg (57 procent jämfört med 32 procent bland män) och egna händelser/Stories (32 procent jämfört med 16 procent bland män).
- Det är betydligt vanligare bland användare med någon funktionsvariation att chatta med personer man inte känner på Instagram, vilket 28 procent har gjort jämfört med 10 procent av användarna i genomsnitt. \*)

### Vad gör olika generationer på Instagram?

Tabellen nedan visar hur användningsområdena skiljer sig mellan olika generationer.

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

Bas: Använt Instagram senaste 12 månaderna 8+ år, Fråga: Vad av följande brukar du göra på Instagram? År 2022 (Studie 2)

	20-/30-/40-talist	50-talist	60-talist	70-talist	80-talist	90-talist	00-talist
Titta på inlägg i Instagram-flödet	83%	86%	86%	87%	87%	93%	87%
Titta på Stories	9%	11%	33%	52%	66%	78%	75%
Lägga upp egna inlägg	27%	36%	47%	49%	53%	51%	43%
Chatta m. personer jag känner	24%	31%	30%	36%	44%	56%	48%
Lägga upp egna Stories	2%	3%	11%	20%	36%	38%	30%
Titta på Reels	8%	6%	16%	21%	27%	34%	38%
Titta på Instagram TV/IGTV	5%	4%	5%	11%	11%	15%	16%
Chatta m. personer jag inte känner	1%	3%	6%	8%	12%	16%	14%
Titta på nyhetsinslag/väder	13%	8%	4%	8%	5%	9%	10%
Lägga upp Reels	0%	1%	3%	1%	3%	3%	4%
Shoppa på Instagram shopping	5%	1%	2%	2%	1%	2%	2%

- I samtliga generationer tittar användarna på inlägg i Instagram-flödet.
- Yngre generationer födda på 80-, 90- och 00-talet tittar i högre grad än andra på händelser (Stories) och på så kallade Reels. Bland dessa personer är det också vanligare att själva lägga upp egna Stories.
- Bland personer födda på 80-, 90- och 00-talet är det också vanligare att chatta på Instagram med personer som man känner.

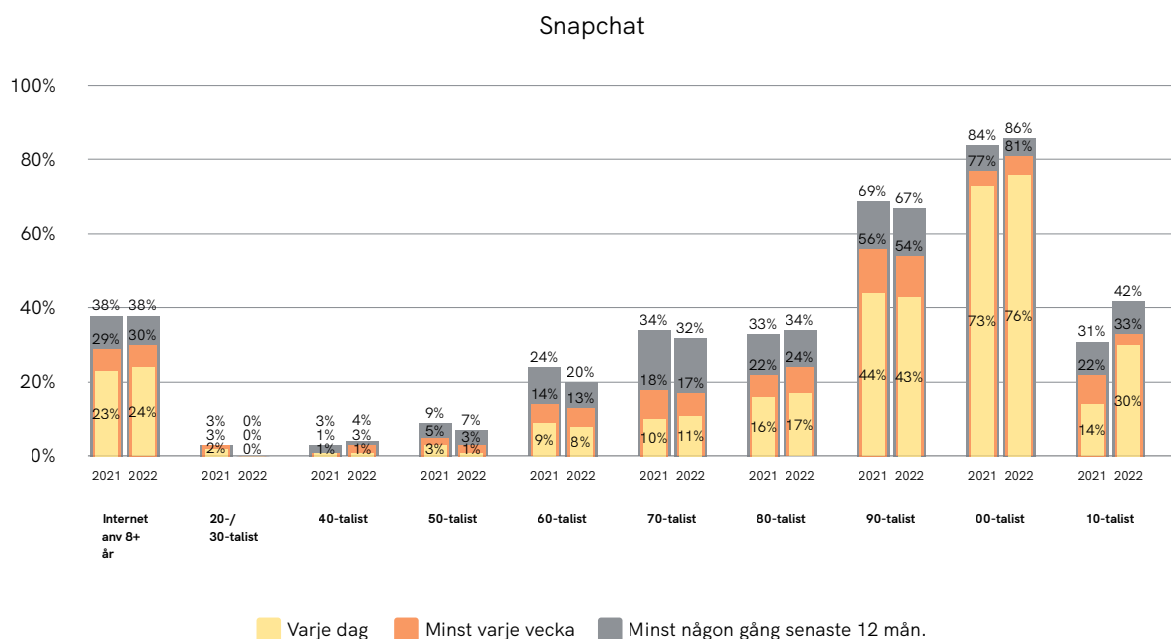


# Snapchat

## Snapchat ökar bland de yngsta barnen födda på 10-talet

Diagram 7.6.1 visar hur användandet av Snapchat har utvecklats under åren 2021–2022.

Diagram 7.6.1, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna / varje vecka / varje dag? Snapchat.  
År 2021–2022 (Studie 2)



### Hur har användandet av Snapchat utvecklats under åren 2021–2022?

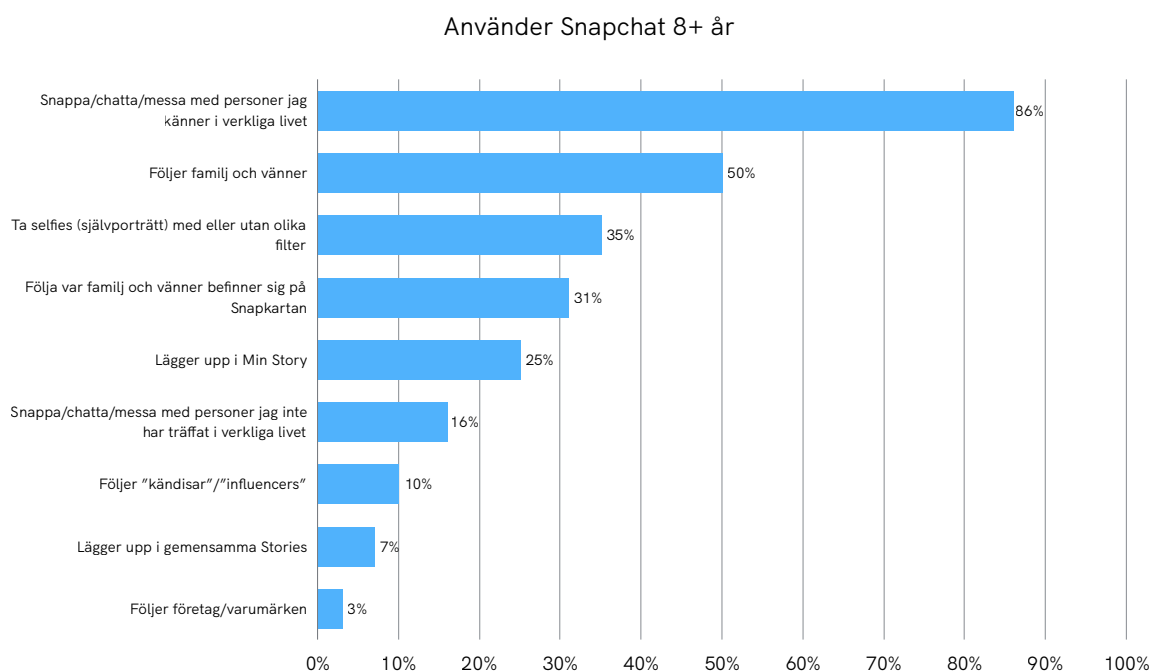
- Andelen som använder Snapchat totalt sett har inte ändrats jämfört med föregående år.
- Användandet av Snapchat är som störst bland 00-talister, där närmare 8 av 10 använder Snapchat dagligen.
- Även 90-talister använder Snapchat i jämförelsevis hög utsträckning. Därefter sjunker användandet snabbt i de äldre generationerna.
- Bland de yngsta, 10-talisterna, är användningen fortfarande ganska låg i jämförelse med 90- och 00-talisterna. Däremot har användningen av Snapchat ökat markant bland 10-talisterna jämfört med föregående år. Snapchat är den sociala medieplattform där användningen ökar mest bland barn födda på 10-talet.

- Andelen 60-talister som använt Snapchat under året tenderar att minska något.
- I övriga generationer sker inga nämnvärda förändringar i användningen av Snapchat.

## Snapchat används främst för att snappa/chatta med personer man känner i verkliga livet

Diagram 7.6.2 visar vad användarna brukar göra på Snapchat.

Diagram 7.6.2, Bas: Använt Snapchat senaste 12 månaderna 8+ år, Fråga: Vad av följande brukar du göra på Snapchat? Notera att alternativen "annat" och "vill ej uppge" inte redovisas i diagrammet. År 2022 (Studie 2)



### Vad gör användarna på Snapchat?

- 9 av 10 användare skickar meddelanden genom att snappa, chatta och messa med personer som de känner i verkliga livet.
- Hälften av användarna följer vänner och familj på Snapchat och drygt en tredjedel av användarna tar självporträtt (selfies) med eller utan olika filter.
- Kvinnor/flickor använder Snapchat i högre grad än män/pojkar för att följa familj och vänner, liksom för att följa var familj och vänner befinner sig på den så kallade Snapkartan. \*)
- Det är också betydligt vanligare att kvinnor/flickor tar selfies med eller utan olika filter och det är fler kvinnor/flickor som lägger upp material i "Min story".

\*) För mer information, se *tabellbilagan*

- Det är betydligt vanligare bland användare med funktionsvariation att chatta med personer man inte känner, vilket 36 procent har gjort jämfört med 16 procent av användarna i genomsnitt. \*)

### Vad gör olika generationer på Snapchat?

Tabellen nedan visar hur användningsområdena skiljer sig mellan olika generationer. I tabellen visas endast användningen bland personer födda på 60-talet eller yngre generationer. Det beror på att användningen i de äldre generationerna är för låg och därmed inte går att analysera.

Bas: Använt Snapchat senaste 12 månaderna 8+ år, Fråga: Vad av följande brukar du göra på Snapchat? År 2022 (Studie 2)

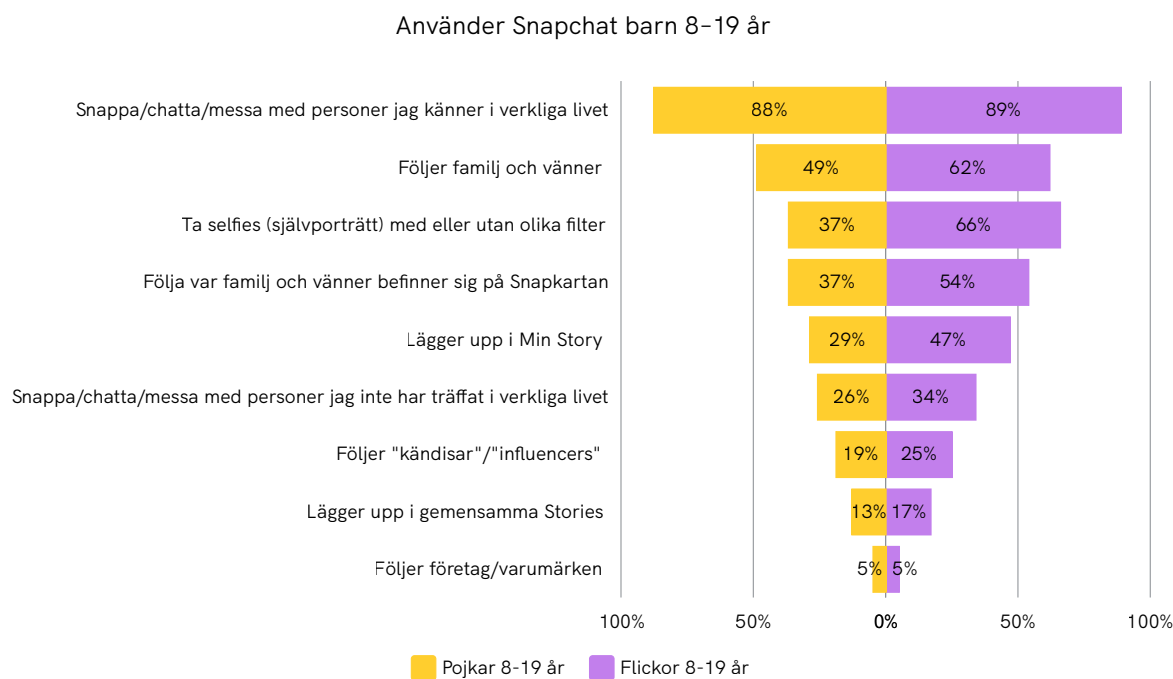
	60-talist	70-talist	80-talist	90-talist	00-talist	10-talist
Snappa/chatta m. personer jag känner	77%	70%	82%	93%	93%	81%
Följer vänner och familj	55%	51%	49%	42%	57%	43%
Ta selfies med eller utan filter	20%	32%	27%	28%	50%	49%
Följa familj och vänner på Snapkartan	15%	29%	16%	25%	49%	25%
Lägger upp i Min story	12%	11%	24%	23%	38%	31%
Snappa/chatta m. personer jag inte känner	1%	4%	8%	13%	33%	8%
Följer kändisar / influencers	2%	2%	4%	6%	21%	13%
Lägger upp i gemensamma Stories	2%	3%	3%	3%	13%	12%
Följer företag/varumärken	0%	0%	2%	1%	6%	2%

- 00-talisterna använder Snapchat i högst utsträckning och de använder också flest funktioner på plattformen.
- I de yngre generationerna, 00- och 10-talisterna, är det betydligt vanligare att ta selfies med eller utan filter på Snapchat. Dessa generationer är också nästan ensamma om att lägga upp innehåll i funktionen "gemensamma Stories", vilket nästan ingen i de äldre generationerna gör.
- Nästan hälften av 00-talisterna följer familj och vänner på Snapkartan, vilket är betydligt fler än i övriga generationer.

## Två tredjedelar av flickor i åldern 8–19 år brukar ta selfies med eller utan filter på Snapchat

Diagram 7.6.3 visar vad flickor respektive pojkar i ålder 8–19 år brukar göra på Snapchat.

Diagram 7.6.3, Bas: Använt Snapchat senaste 12 månaderna 8–19 år, Fråga: Vad av följande brukar du göra på Snapchat? Notera att alternativen "annat" och "vill ej uppge" inte redovisas i diagrammet. År 2022 (Studie 2)



### Vad gör flickor och pojkar på Snapchat?

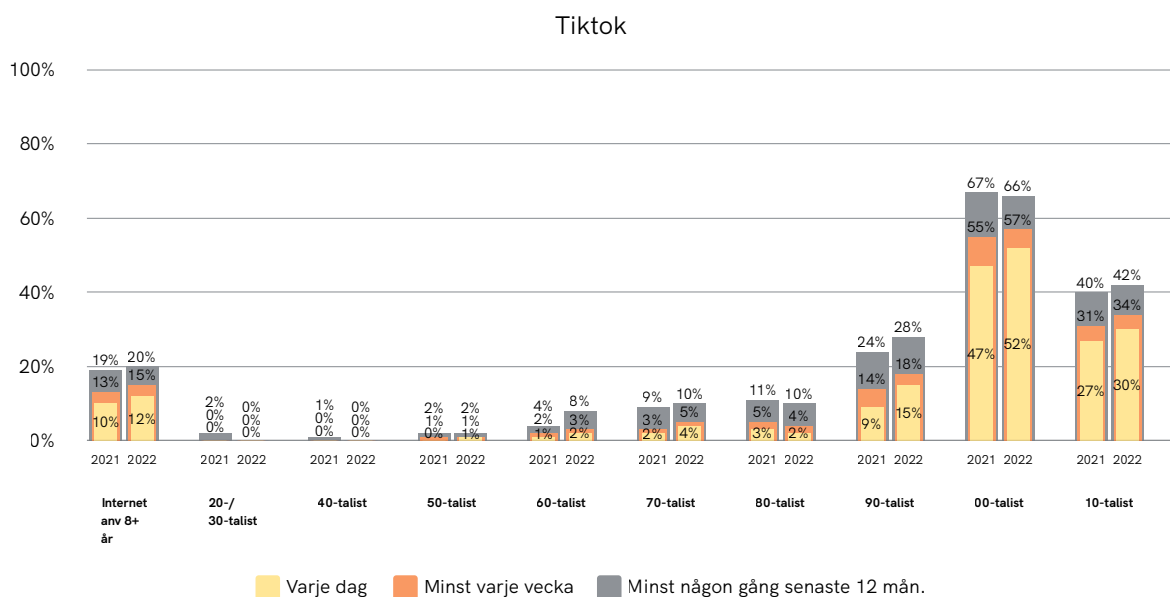
- Lika många flickor som pojkar brukar snappa, chatta och messa med personer de känner i verkliga livet på Snapchat.
- 2 av 3 flickor i åldern 8–19 år brukar ta selfies med eller utan filter på Snapchat, jämfört med endast 1 av 3 pojkar i samma ålder.
- Fler flickor än pojkar följer var vänner och familj befinner sig på Snapkartan och följer kändisar.
- Det är också en större andel flickor som lägger upp eget material i "Min story". Nästan 5 av 10 flickor i åldern 8–19 år lägger upp innehåll i "Min story" jämfört med cirka 3 av 10 pojkar.

# Tiktok

## Hälften av 00-talisterna använder Tiktok dagligen

Diagram 7.7.1 visar hur användandet av Tiktok har utvecklats under åren 2021-2022.

Diagram 7.7.1, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna / varje vecka / varje dag? Tiktok. År 2021-2022 (Studie 2)



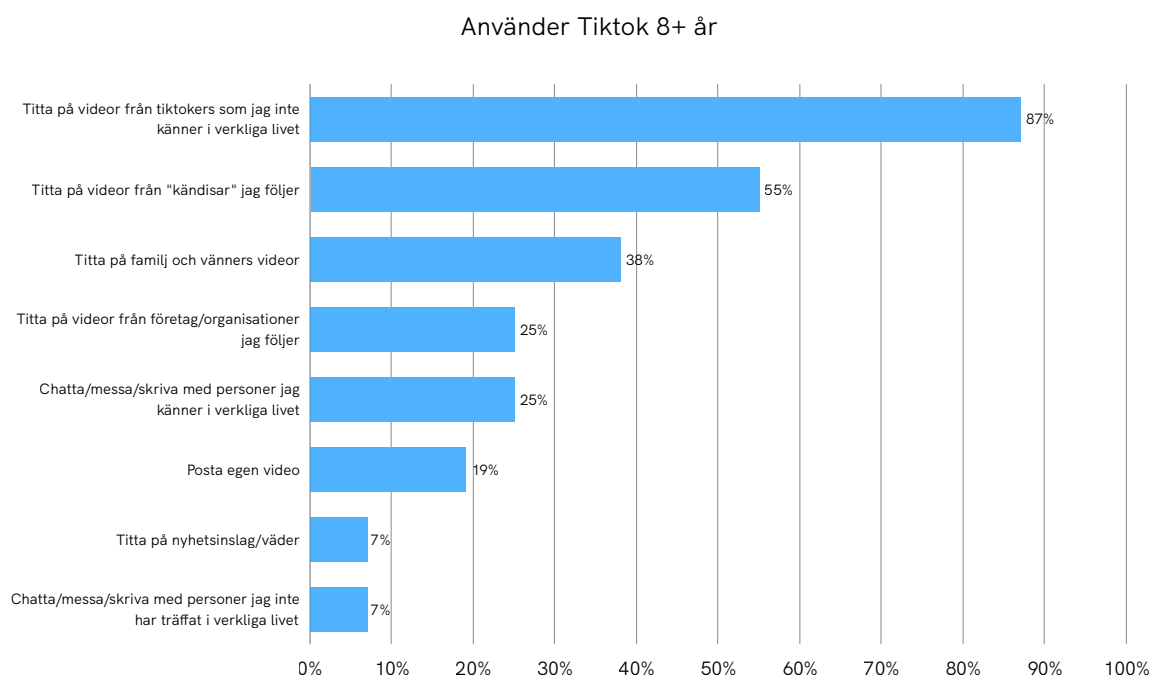
### Hur har användandet av Tiktok utvecklats under åren 2021-2022?

- Det dagliga användandet av Tiktok visar små tendenser på att öka. Det totala användandet under året ligger däremot kvar och har inte ändrats jämfört med föregående år.
- Användandet av Tiktok är som störst bland 00-talister - drygt hälften av dem använder Tiktok dagligen. Tiktok används även i hög grad av 10-talister, där 4 av 10 använt plattformen under året och 3 av 10 är dagliga användare.
- Även 90-talister använder Tiktok i viss utsträckning. Bland dem tenderar användandet av Tiktok dessutom att öka jämfört med föregående år, framförallt det dagliga användandet. Därefter sjunker användandet snabbt i de äldre generationerna.
- Det finns även tendenser som tyder på att det dagliga användandet bland 00-talister ökar.
- I övriga generationer sker inga nämnvärda förändringar i användningen av Tiktok.

## 9 av 10 Tiktokanvändare tittar på videor från "tiktokers" som de inte känner

Diagram 7.7.2 visar vad användarna brukar göra på Tiktok.

Diagram 7.7.2, Bas: Använt Tiktok senaste 12 månaderna 8+ år, Fråga: Vad av följande brukar du göra på Tiktok? Notera att alternativen "annat" och "vill ej uppge" inte redovisas i diagrammet. År 2022 (Studie 2)



### Vad gör användarna på Tiktok?

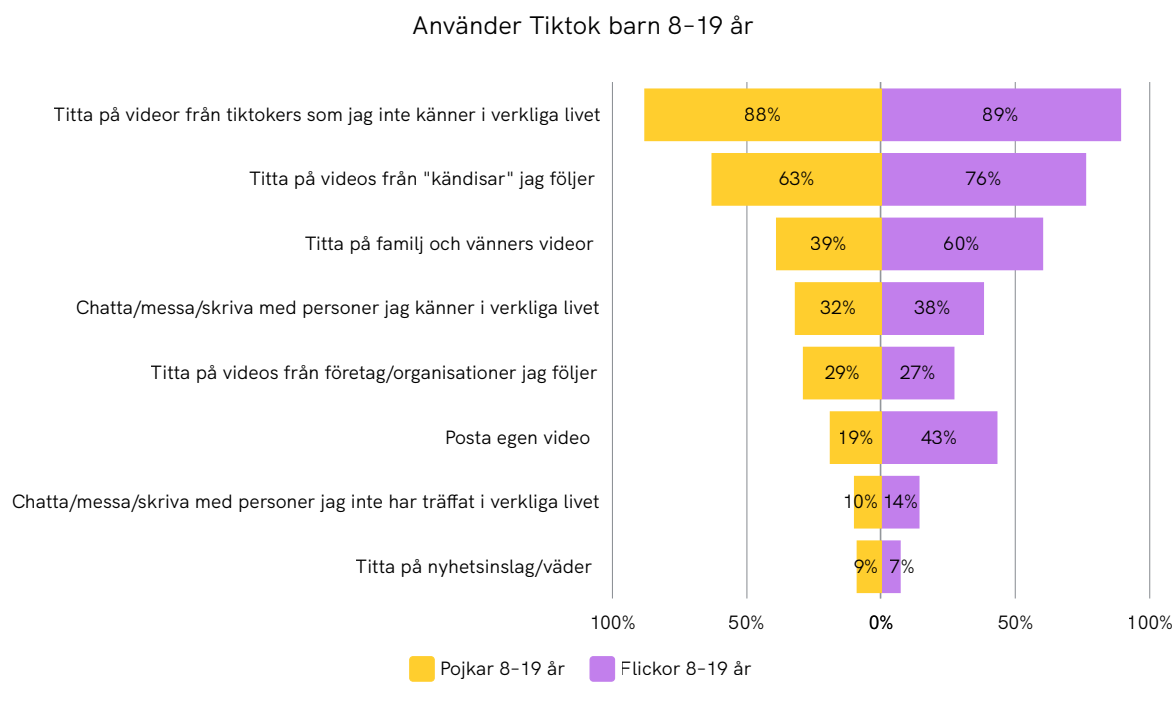
- Nästan samtliga som använder Tiktok tittar på videor från "tiktokers" som de inte känner i verkliga livet.
- Hälften av användarna tittar på videor från kändisar som de följer. Fler kvinnor/flickor (61 procent) än män/pojkar (47 procent) följer kändisar på Tiktok. \*)
- Det är också betydligt vanligare bland kvinnor/flickor att titta på vänner och familjs videor (47 procent jämfört med 28 procent bland män/pojkar) och posta egna videor (25 procent jämfört med 11 procent bland män/pojkar). \*)

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## Dubbelt så många flickor i åldern 8–19 år postar egna videor på Tiktok jämfört med pojkar i samma ålder

Diagram 7.7.3 visar vad flickor respektive pojkar i ålder 8–19 år brukar göra på Tiktok.

Diagram 7.7.3, Bas: Använt Tiktok senaste 12 månaderna 8–19 år, Fråga: Vad av följande brukar du göra på Tiktok? Notera att alternativen "annat" och "vill ej uppge" inte redovisas i diagrammet. År 2022 (Studie 2)



### Vad gör flickor och pojkar på Tiktok?

- Lika många flickor som pojkar tittar på videor från "tiktokers" som de inte känner.
- Fler flickor än pojkar följer kändisar och tittar på videor som vänner och familj lägger upp.
- Det är också en större andel flickor som lägger upp eget material. Fler än 4 av 10 flickor postar egna videor på Tiktok medan endast 2 av 10 pojkar gör det.

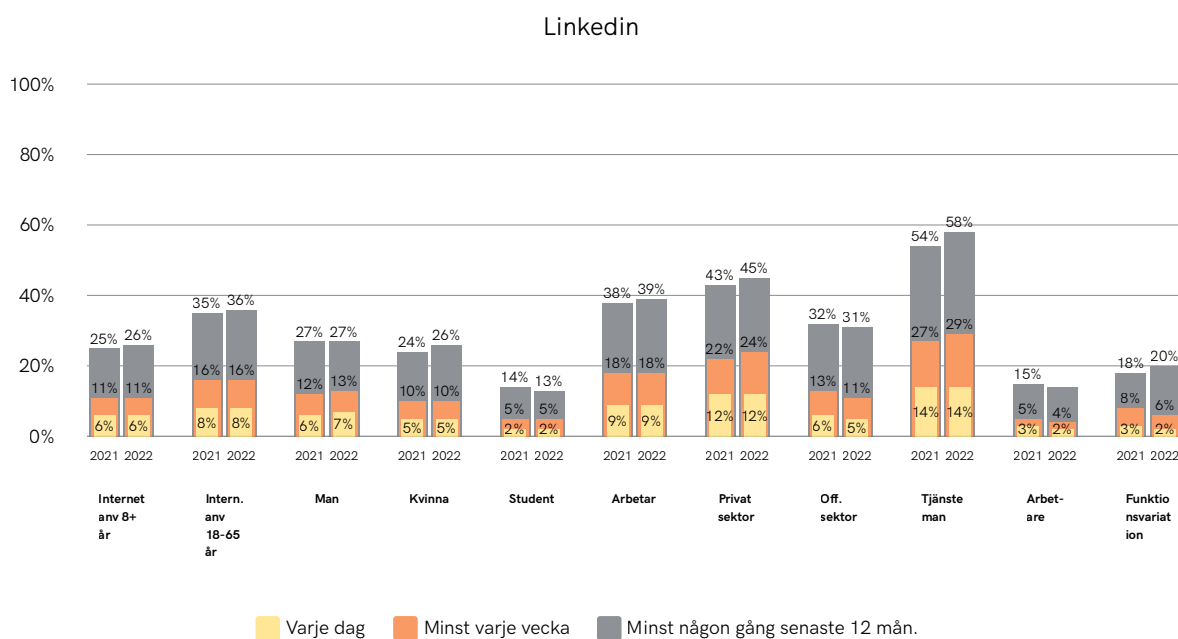


# LinkedIn

## Närmare 6 av 10 tjänstemän har använt LinkedIn under det senaste året

Diagram 7.8.1 visar hur användandet av LinkedIn har utvecklats under åren 2021–2022.

Diagram 7.8.1, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna / varje vecka / varje dag? LinkedIn. År 2021–2022 (Studie 2)



### Hur har användandet av LinkedIn utvecklats under åren 2021–2022?

- Den totala andelen som använder LinkedIn har inte ändrats jämfört med föregående år.
- LinkedIn användare består nästan enbart av personer i åldern 18–65 år och det är framförallt personer födda från 60-talet till och med 90-talet, det vill säga i åldern 32–62 år.
- Användandet av LinkedIn är särskilt stort bland tjänstemän, där närmare 6 av 10 har använt LinkedIn under det senaste året.
- Bland tjänstemän tenderar andelen som använt LinkedIn under det senaste året att öka något, skillnaderna är dock små. I övrigt sker inga nämnvärda förändringar i användningen av plattformen.

## 3 av 10 av Linkedins användare brukar marknadsföra sig själva på kanalen

Diagram 7.8.2 visar vad användarna brukar göra på LinkedIn.

Diagram 7.8.2a, Bas: Använt LinkedIn senaste 12 månaderna 8+ år, Fråga: Vad av följande brukar du göra på LinkedIn? Notera att alternativen "annat" och "vill ej uppge" inte redovisas i diagrammet. År 2022 (Studie 2)

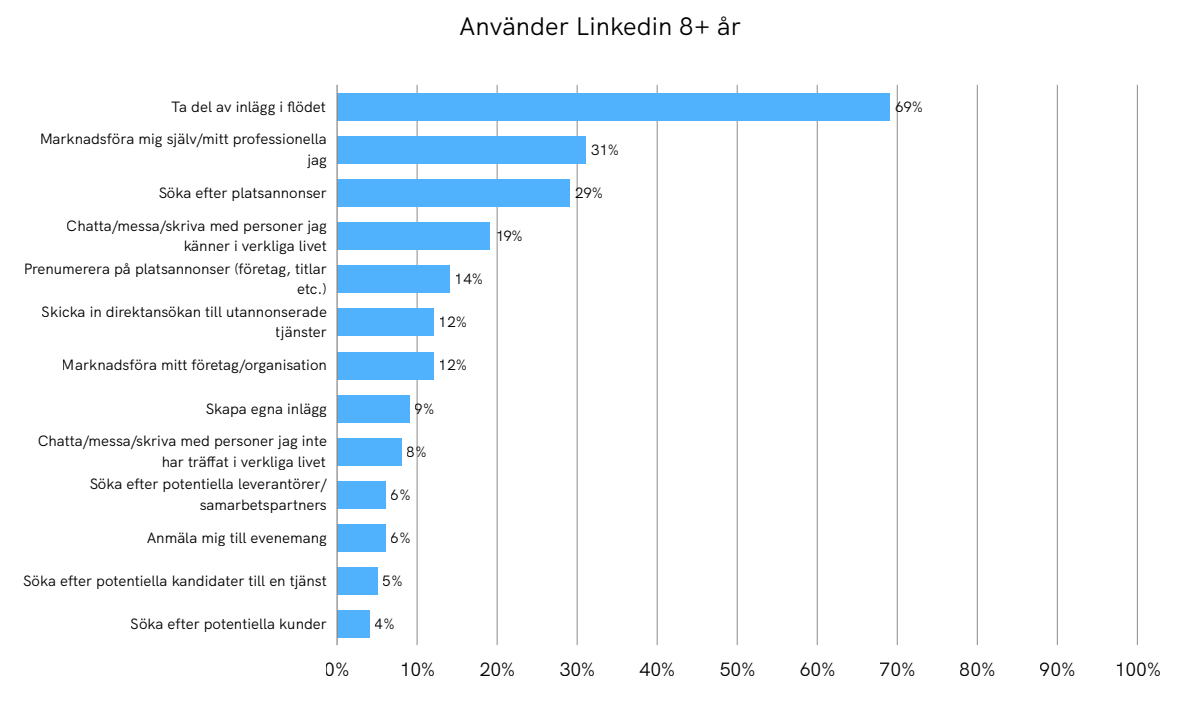
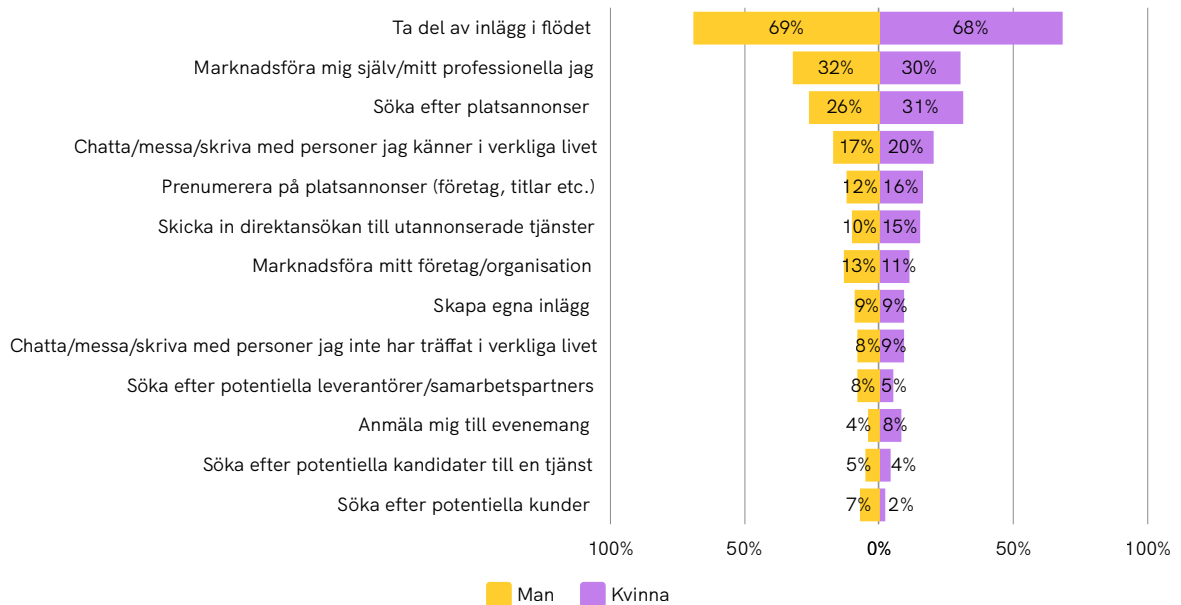


Diagram 7.8.2b, Bas: Använt LinkedIn senaste 12 månaderna 8+ år, Fråga: Vad av följande brukar du göra på LinkedIn? Notera att alternativen "annat" och "vill ej uppge" inte redovisas i diagrammet, År 2022 (Studie 2)



### Vad gör användarna på LinkedIn?

- 7 av 10 brukar ta del av inlägg i flödet på LinkedIn.
- Omkring 3 av 10 brukar marknadsföra sig själva eller sitt professionella jag och ungefär lika många brukar söka efter platsannonser.
- 2 av 10 använder LinkedIn för att chatta med personer de känner i verkliga livet.
- Drygt 1 av 10 marknadsför sitt företag/organisation och lika många brukar skicka direktansökan till utannonserade tjänster.
- Knappt 1 av 10 brukar skapa egna inlägg.
- Det är nästan inga skillnader mellan vad kvinnor respektive män gör på LinkedIn.

## Hur skiljer sig användandet av LinkedIn mellan olika grupper?

Tabellen nedan visar hur användningsområdena skiljer sig mellan olika grupper.

Bas: Använt LinkedIn senaste 12 månaderna 8+ år, Fråga: Vad av följande brukar du göra på LinkedIn? År 2022 (Studie 2)

	Student	Arbetar	Privat sektor	Offentlig sektor	Tjänstemän	Arbetare
Ta del av inlägg i flödet	57%	71%	73%	69%	74%	56%
Marknadsför mig/ mitt professionella jag	42%	31%	33%	25%	30%	37%
Söka efter platsannonser	37%	28%	27%	29%	26%	44%
Chatta m. personer jag känner	2%	20%	22%	17%	22%	12%
Prenumerera på platsannonser	18%	14%	12%	19%	13%	20%
Skicka direktansökan till utannonserade tjänster	22%	11%	12%	8%	10%	16%
Marknadsföra mitt företag/organisation	2%	15%	18%	9%	16%	10%
Skapa egna inlägg	5%	11%	12%	9%	11%	7%
Chatta m. personer jag inte träffat i verkliga livet	3%	9%	11%	4%	9%	9%
Söka potentiella leverantörer/ samarbetspartners	2%	7%	9%	3%	7%	7%
Anmäla mig till evenemang	2%	7%	7%	7%	8%	3%
Söka efter potentiella kandidater till en tjänst	0%	6%	8%	2%	6%	5%
Söka efter potentiella kunder	2%	5%	7%	1%	5%	6%

- Bland studerande är det fler som marknadsför sig själva, söker efter platsannonser och skickar direktansökan till utannonserade tjänster jämfört med personer som arbetar.
- Bland personer som arbetar är det bland annat fler som tar del av inlägg i flödet, marknadsför sitt företag/organisation och som skapar egna inlägg.
- Det är betydligt vanligare att marknadsföra sitt företag/organisation bland personer som jobbar i privat sektor jämfört med offentlig sektor.

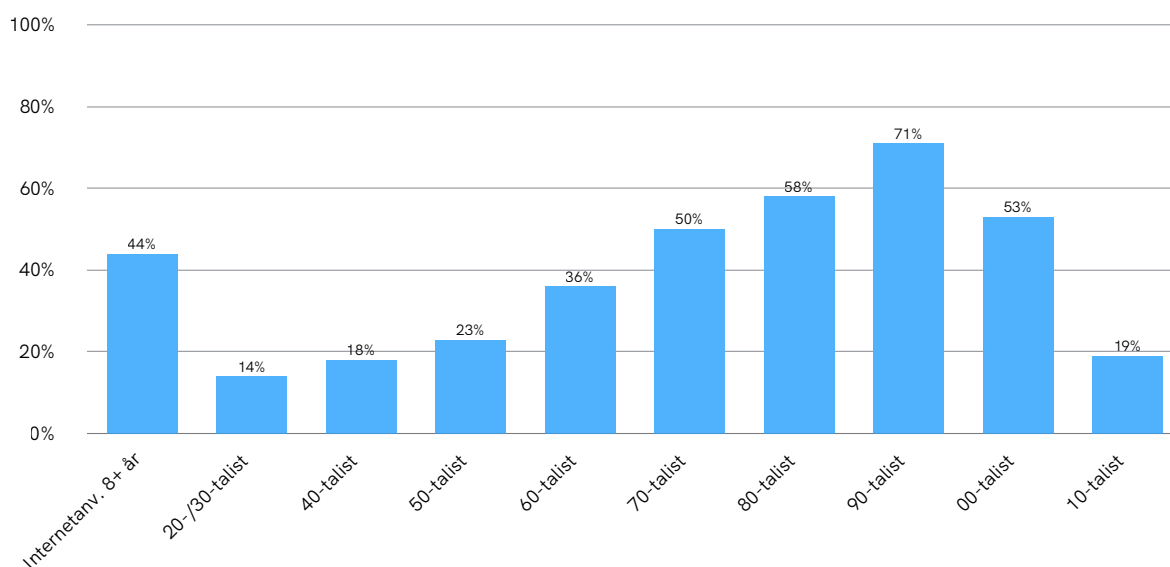
- Bland tjänstemän är det vanligare att ta del av inlägg i flödet, chatta med personer man känner och att marknadsföra sitt företag/organisation jämfört med personer med arbetaryrken.
- Bland personer med arbetaryrken är det vanligare att söka efter platstjänster jämfört med tjänstemän.

# Följa varumärken på sociala medier

## Fler än 4 av 10 följer varumärken eller företag i sociala medier

Diagram 7.9.1 visar hur stor del av internetanvändarna som följer olika varumärken eller företag i sociala medier.

Diagram 7.9.1, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Följer du några varumärken eller företag i sociala medier? År 2022 (Studie 2)



### Vilka generationer följer varumärken eller företag på sociala medier?

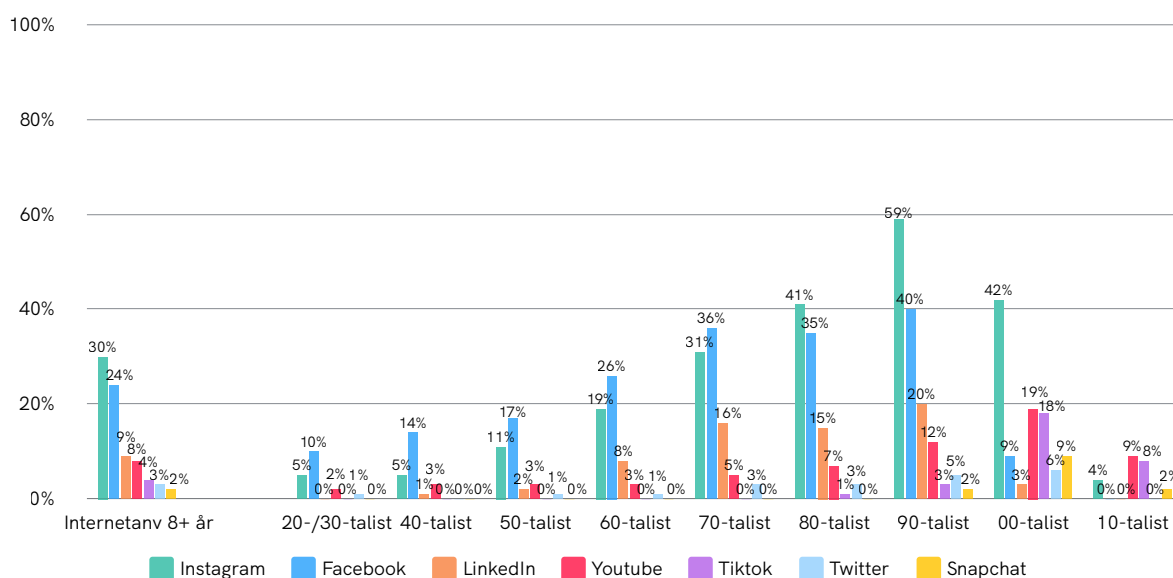
- Drygt 4 av 10 internetanvändare följer varumärken eller företag i sociala medier.
- 90-talister är den generation där det är vanligast att följa varumärken eller företag, vilket 7 av 10 gör.
- Det är även många, minst hälften, av personer födda från 70-talet till och med 00-talet som följer varumärken eller företag.
- Något fler kvinnor (48 procent) än män (40 procent) följer varumärken eller företag på sociala medier. Det är även något vanligare bland personer med högskoleutbildning (51 procent). \*)

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## 6 av 10 födda på 90-talet följer varumärken eller företag på Instagram

Diagram 7.9.2 visar hur stor del av internetanvändarna som följer olika varumärken eller företag i olika sociala medieplattformar, samt hur det skiljer sig mellan generationer.

Diagram 7.9.2, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Följer du några varumärken eller företag i sociala medier? År 2022 (Studie 2)



### På vilka plattformar är det vanligast att följa varumärken eller företag?

- Instagram är den sociala medieplattform där flest följer varumärken eller företag, vilket 3 av 10 internetanvändare gör.
- Närmare 6 av 10 90-talister följer varumärken eller företag på Instagram. Andelen följare är däremot stor även bland personer födda på 80-talet och 00-talet, där drygt 4 av 10 följer varumärken eller företag på Instagram.
- En fjärdedel av internetanvändarna följer varumärken eller företag på Facebook.
- 70-, 80- och 90-talister är de som i högst grad följer varumärken eller företag på Facebook, vilket närmare 4 av 10 gör.
- Knappt 1 av 10 följer varumärken eller företag på LinkedIn och Youtube. I övriga sociala medier (Tiktok, Twitter och Snapchat) följer endast några få procent varumärken eller företag.
- Personer födda på 00-talet följer i högre grad varumärken eller företag på Youtube eller Tiktok jämfört med övriga generationer.

# Kapitel 8: Gaming och influencers





# En majoritet av barnen umgås med vänner på spelplattformar

Det här kapitlet visar hur många som brukar spela nöjesspel på digitala enheter och vilka som brukar titta på andra som spelar spel på nätet. Vi undersöker hur olika spelplattformar används för att umgås med vänner och inte bara för att spela spel. Sist men inte minst visar kapitlet vilka som följer influencers, youtubers eller streamers. Här presenteras även vilka personer som är mest populära att följa och hur det skiljer sig bland vuxna samt flickor och pojkar i ålder 8-19 år.

Vi ser bland annat följande:

- Andelen som spelar nöjesspel (ej om pengar) på mobil, surfplatta, dator eller spelkonsol tenderar att öka jämfört med föregående år. Nöjesspelandet är som störst bland de allra yngsta och sjunker sedan successivt med åldern. Det är generellt fler män än kvinnor som spelar nöjesspel. I de äldre generationerna, födda från 1920- till och med 60-talet, råder däremot det motsatta; fler äldre kvinnor spelar nöjesspel jämfört med män i motsvarande ålder.
- Spelplattformar är inte bara ett forum för att spela spel utan används också i hög grad för umgänge. Närmare 3 av 10 har umgåtts med vänner på olika spelplattformar under året. Bland barn och ungdomar i åldern 8-19 år är det betydligt vanligare, drygt 7 av 10. Det är också vanligare att män/pojkar umgås på spelplattformar jämfört med kvinnor/flickor.
- Roblox är en särskilt populär plattform för både spel och umgänge med vänner bland yngre barn som går på låg- eller mellanstadiet. Andra populära spelplattformar bland de yngre barnen är Minecraft och Fortnite.
- En tredjedel av internetanvändarna i åldern 8 år eller äldre följer influencers, youtubers eller streamers på nätet. Detta är något vanligare bland kvinnor än män, förutom bland barn födda på 2010-talet. Där följer istället fler pojkar än flickor influencers, youtubers eller streamers på nätet.

- Det är särskilt vanligt bland barn i åldern 8-19 år att följa influencers, youtubers eller streamers, vilket två tredjedelar gör. Vilka personer barnen följer skiljer sig en del mellan flickor och pojkar. Bland flickor är Therese Lindgren, Bianca Ingrosso och Jocke och Jonna populära namn. Bland pojkar är istället IJustWantToBeCool, Mr Beast och Tomu de personer som flest följer.

## Innehåll

### Gaming och nöjesspel

- 8.1a Spelat nöjesspel – fördelat på generation (år 2021-2022)
- 8.1b Spelat nöjesspel, barn 8-19 år – fördelat på skolstadium (år 2021-2022)
- 8.2 Spelat nöjesspel – fördelat på kön och generation
- 8.3a Tittat på andra som spelar spel på nätet – fördelat på generation (år 2021-2022)
- 8.3b Tittat på andra som spelar spel på nätet, barn 8-19 år – fördelat på skolstadium (år 2021-2022)
- 8.4 Tittat på andra som spelar spel på nätet – fördelat kön och generation

### Spelplattformar som umgängesplats

- 8.5 Umgås med vänner i spelplattformar – fördelat på kön och studerar/arbetar/pensionär
- 8.6a Umgås med vänner i spelplattformar – fördelat på generation
- 8.6b Umgås med vänner i spelplattformar, barn 8-19 år – fördelat på skolstadium
- 8.7 Umgås med vänner i spelplattformar – fördelat på kön och generation
- 8.8a Specifika spelplattformar som används för umgänge
- 8.8b Specifika spelplattformar som används för umgänge – fördelat på generation
- 8.9a Specifika spelplattformar som används för umgänge, barn 8-19 år – fördelat på skolstadium
- 8.9b Specifika spelplattformar som används för umgänge, barn 8-19 år – fördelat på kön

### Influencers, youtubers och streamers

- 8.10a Följa influencers, youtubers eller streamers – fördelat på kön och studerar/arbetar/pensionär
- 8.10b Följa influencers, youtubers eller streamers, barn 8-19 år – fördelat på skolstadium (år 2021-2022)
- 8.11 Följa influencers, youtubers eller streamers – fördelat på kön och generation
- 8.12a Populäraste influencers, youtubers och streamers bland vuxna (ordmoln)
- 8.12b Populäraste influencers, youtubers och streamers bland flickor respektive pojkar i ålder 8-19 år (ordmoln)

# Gaming och nöjesspel

## Närmare 6 av 10 har spelat nöjesspel senaste året

Diagram 8.1 visar hur stor andel av internetanvändarna 8 år eller äldre som har spelat nöjesspel på mobil, surfplatta, dator eller spelkonsol under senaste året.

Diagram 8.1a, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna ägnat dig åt något av följande? Spelat spel (ej om pengar) på mobil, surfplatta, dator eller spelkonsol\*. År 2021-2022 (Studie 2) \*) Spelkonsol fanns inte med i frågan 2021

Andel som har spelat nöjesspel (ej om pengar) under året

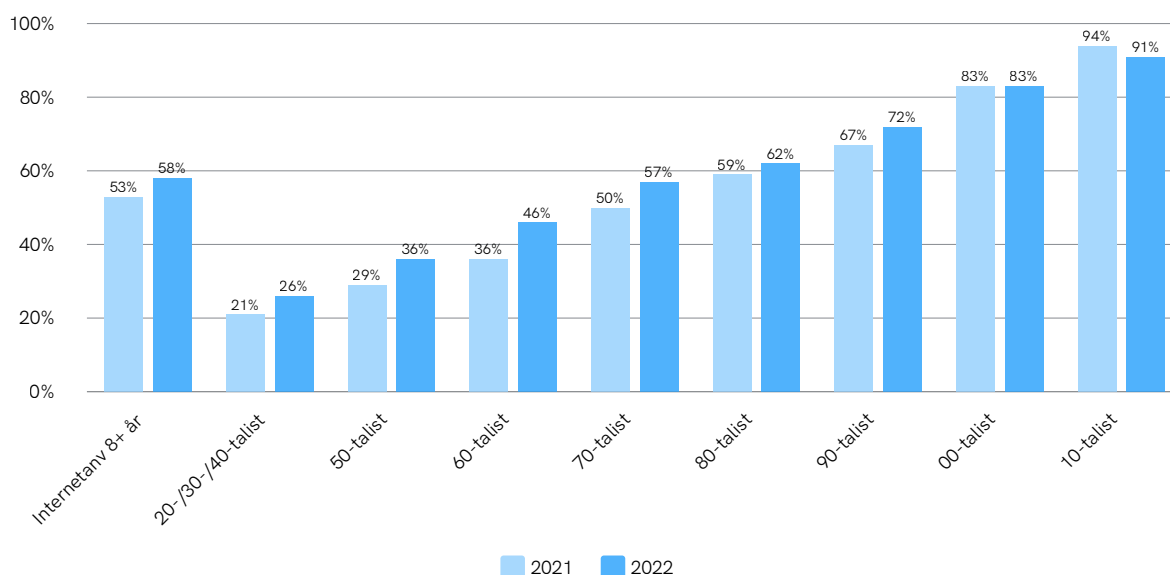
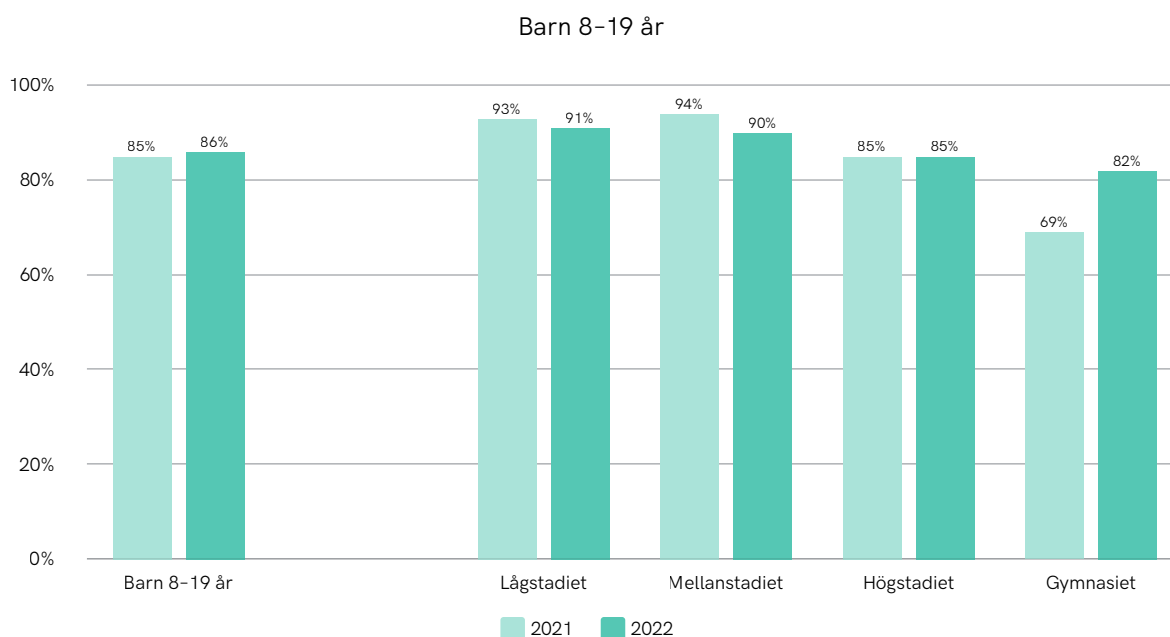


Diagram 8.1b, Bas: Barn 8-19 år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna ägnat dig åt något av följande? Spelat spel (ej om pengar) på mobil, surfplatta, dator eller spelkonsol\*. År 2021-2022 (Studie 2) \*) Spelkonsol fanns inte med i frågan 2021



### Vilka spelar nöjesspel?

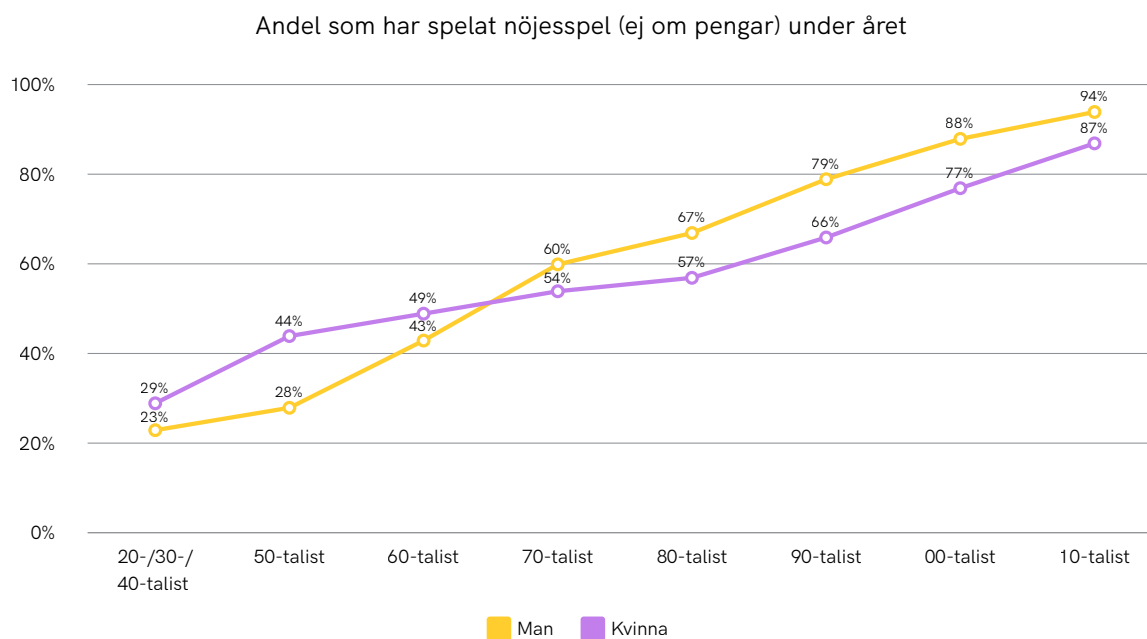
- Under året har nästan 6 av 10 internetanvändare i åldern 8 år eller äldre spelat nöjesspel på mobil, surfplatta, dator eller spelkonsol. Andelen ökar jämfört med föregående år, det kan delvis bero på att frågan i år har specificerats med att även innehålla spelkonsol som exempel.
- Andelen som spelar nöjesspel är som störst i de yngsta generationerna, men sjunker sedan med åldern.
- Bland de allra yngsta 10-talisterna spelar nästan samtliga, 9 av 10, nöjesspel.
- Bland personer födda utanför Sverige är det mindre vanligt att spela nöjesspel (49 procent jämfört med genomsnittet på 58 procent). \*)
- Andelen gymnasieungdomar som har spelat nöjesspel ökar jämfört med föregående år.

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## Vanligare att kvinnor än män i de äldre generationerna spelar nöjesspel på digitala enheter

Diagram 8.2 visar hur stor andel män respektive kvinnor i olika generationer har spelat nöjesspel på mobil, surfplatta, dator eller spelkonsol under senaste året.

Diagram 8.2, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna ägnat dig åt något av följande? Spelat spel (ej om pengar) på mobil, surfplatta, dator eller spelkonsol\*. År 2022 (Studie 2) \*) Spelkonsol fanns inte med i frågan 2021



### Hur skiljer sig nöjesspelandet mellan män och kvinnor?

- Bland personer födda på 70-talet eller senare är det en större andel män än kvinnor som spelat nöjesspel på mobil, surfplatta eller spelkonsol under året. Skillnaden är som störst bland personer födda på 80-, 90- och 00-talet.
- I de äldre generationerna är förhållandet mellan män och kvinnor det motsatta. Andelen som spelar nöjesspel är större bland kvinnor i generationer födda på 60-talet eller tidigare. Skillnaden är som störst bland 50-talisterna där betydligt fler kvinnor (44 procent) spelar nöjesspel jämfört med män (28 procent).

## Drygt 1 av 5 har tittat på andra som spelar spel på nätet

Diagram 8.3 visar hur stor andel av internetanvändarna 8 år eller äldre som under året har tittat på andra som spelar spel på nätet.

Diagram 8.3a, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna ägnat dig åt något av följande? Tittat på andra som spelar spel på nätet (t ex på Twitch, Youtube eller e-sportplattformar). År 2021-2022 (Studie 2)

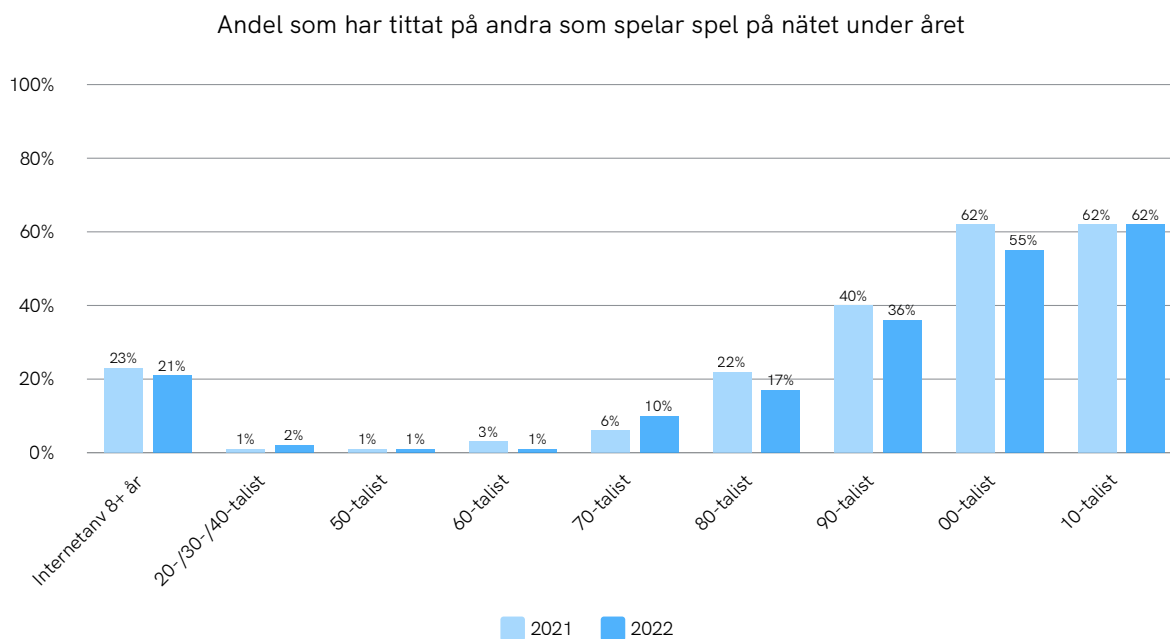
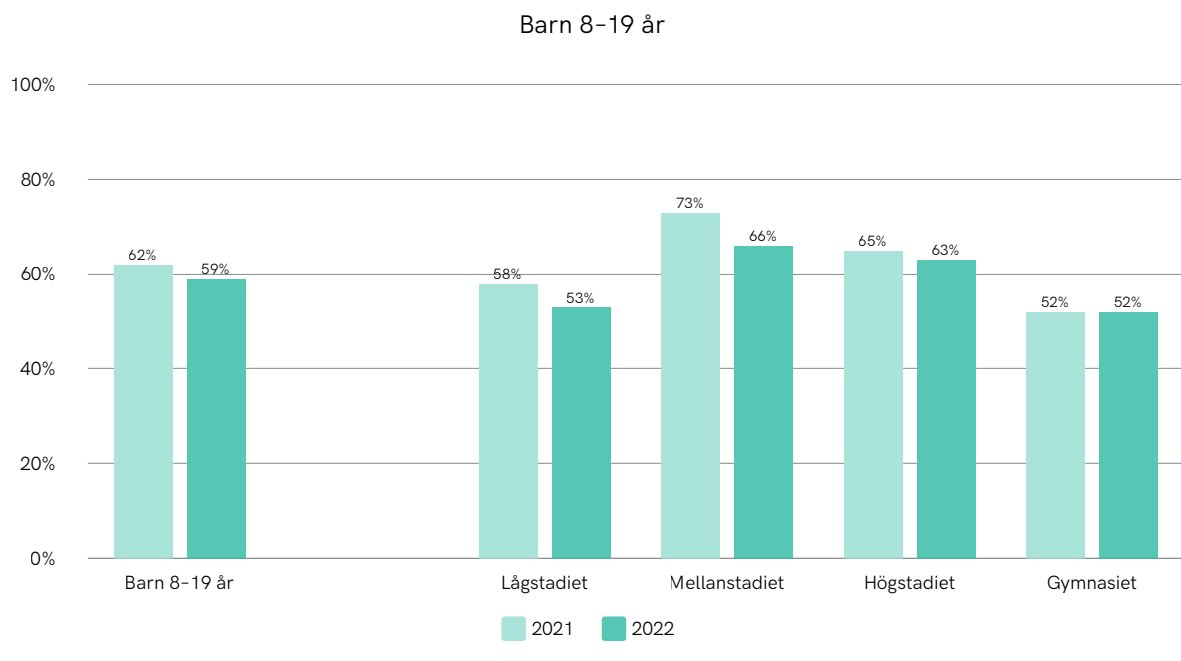


Diagram 8.3b, Bas: Barn 8-19 år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna ägnat dig åt något av följande? Tittat på andra som spelar spel på nätet (t ex på Twitch, Youtube eller e-sportplattformar). År 2021-2022 (Studie 2)



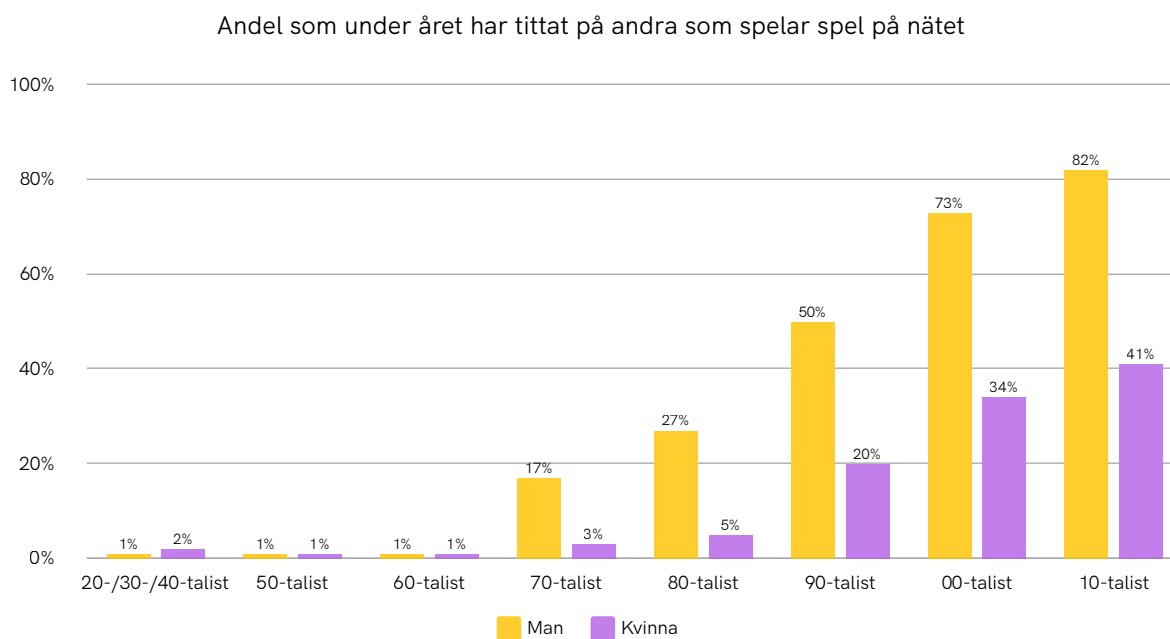
### Vilka tittar på andra som spelar spel på nätet?

- Under året har drygt 1 av 5 internetanvändare i åldern 8 år eller äldre tittat på andra som spelar spel på nätet. Andelen som tittar på andra som spelar på nätet minskar något jämfört med föregående år, men skillnaderna är små. Andelen minskar framförallt bland 00-talister.
- Andelen som tittar på andra som spelar spel på nätet är som störst i de yngre generationerna (00- och 10-talister), men sjunker sedan kraftigt med åldern. Bland personer födda på 60-talet eller tidigare är andelen nästan obefintlig.
- Bland de allra yngsta, 10-talisterna, har drygt 6 av 10 tittat på andra som spelar spel på nätet. Bland 10-talisterna sker inga förändringar jämfört med föregående år.
- Bland barn som går i mellanstadiet och högstadiet är det något vanligare att titta på andra som spelar spel på nätet, jämfört med barn i yngre och äldre åldrar.

## Drygt 8 av 10 pojkar födda på 10-talet har under året tittat på andra som spelar spel på nätet

Diagram 8.4 visar hur stor andel män respektive kvinnor som har spelat nöjesspel på mobil, surfplatta, dator eller spelkonsol under senaste året.

Diagram 8.4, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna ägnat dig åt något av följande? Tittat på andra som spelar spel på nätet (t ex på Twitch, Youtube eller e-sportplattformar? År 2022 (Studie 2)



### Hur skiljer sig andelen som tittar på andra som spelar spel på nätet mellan män och kvinnor?

- Det är betydligt vanligare bland män än kvinnor att titta på andra som spelar spel på nätet. Det enda undantaget är i de äldre generationerna (födda på 60-talet eller tidigare), där nästan ingen tittar på andra som spelar spel på nätet, varken kvinnor eller män.
- Det är dubbelt så många pojkar födda på 10-talet som tittar på andra som spelar spel på nätet jämfört med flickor i samma ålder.

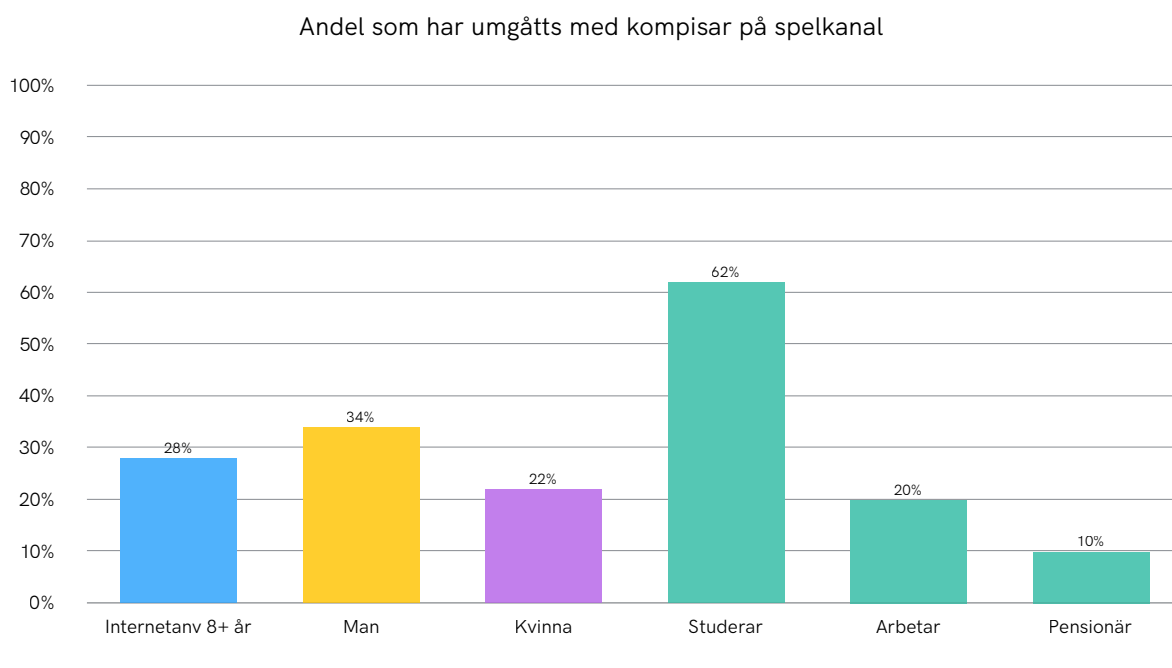


# Spelplattformar som umgängesplats

## Närmare 3 av 10 har umgåtts med vänner på någon spelplattform under året

Diagram 8.5 visar hur stor andel av internetanvändarna 8 år eller äldre som har umgåtts med vänner i digitala spel under det senaste året.

Diagram 8.5, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Har du umgåtts/hängt med kompisar/vänner i digitala spel under de senaste 12 månaderna, och i så fall vilka? Andel som har umgåtts på spelkanal (netto). År 2022 (Studie 2)



### Vilka umgås med vänner på spelplattformar?

- Under året har nästan 3 av 10 internetanvändare i åldern 8 år eller äldre umgåtts med vänner i digitala spel på nätet.
- Det är en större andel män (34 procent) jämfört med kvinnor (22 procent) som har umgåtts med vänner i digitala spel under året.
- Det är betydligt vanligare bland studerande att umgås med vänner på spelplattformar jämfört med personer som arbetar eller är pensionärer. Detta beror på att det i första hand är unga som umgås med vänner i digitala spel.

## Drygt 7 av 10 barn i åldern 8-19 år har umgåtts med vänner på digitala spelplattformar det senaste året

Diagram 8.6 visar hur stor andel bland internetanvändare i åldern 8 år eller äldre som har umgåtts med vänner i digitala spel under det senaste året.

Diagram 8.6a, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Har du umgåtts/hängt med kompisar/vänner i digitala spel under de senaste 12 månaderna, och i så fall vilka? Andel som har umgåtts på spelkanal (netto). År 2022 (Studie 2)

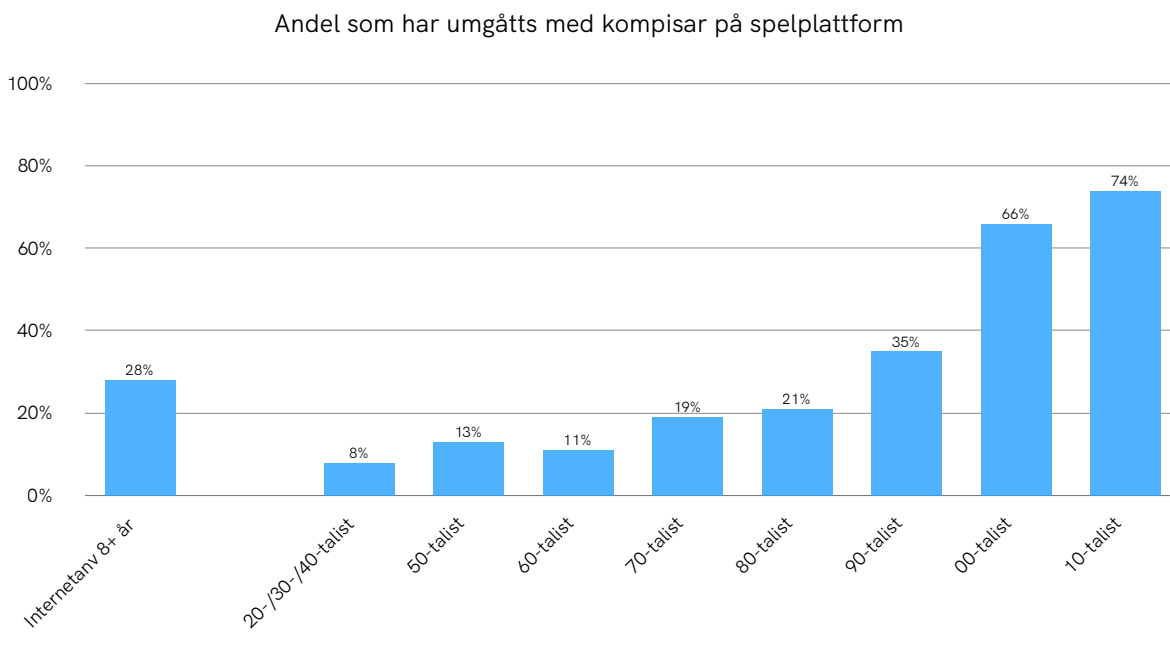
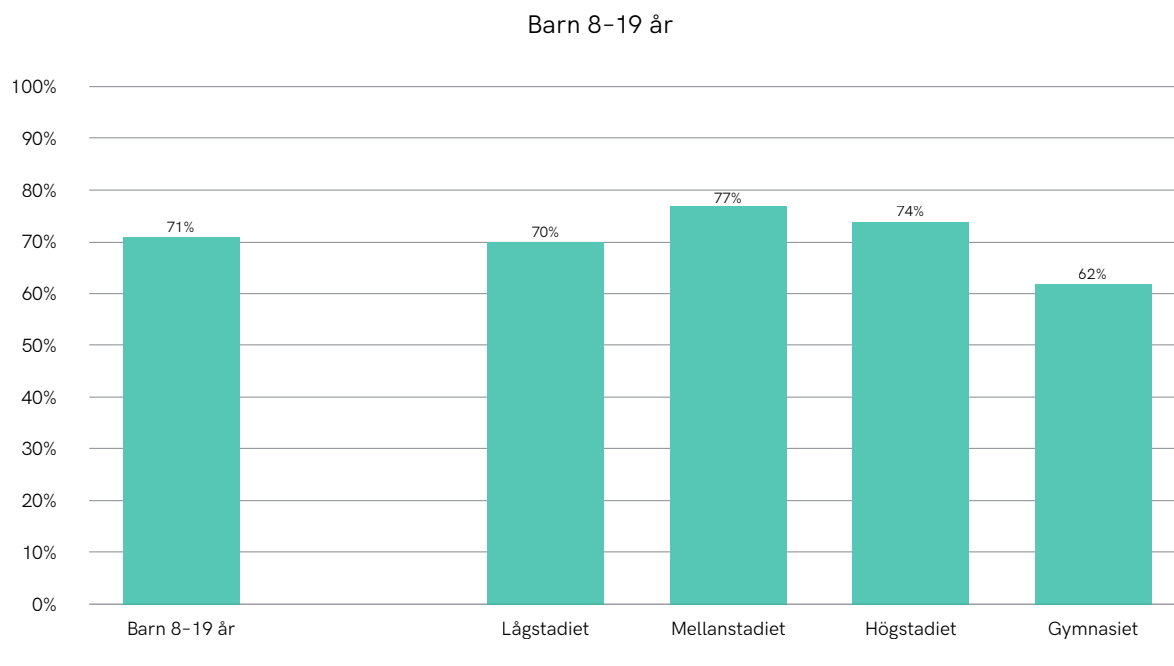


Diagram 8.6b, Bas: Barn 8-19 år, Fråga: Har du umgåtts/hängt med kompisar/vänner i digitala spel under de senaste 12 månaderna, och i så fall vilka? Andel som har umgåtts på spelkanal (netto). År 2022 (Studie 2)



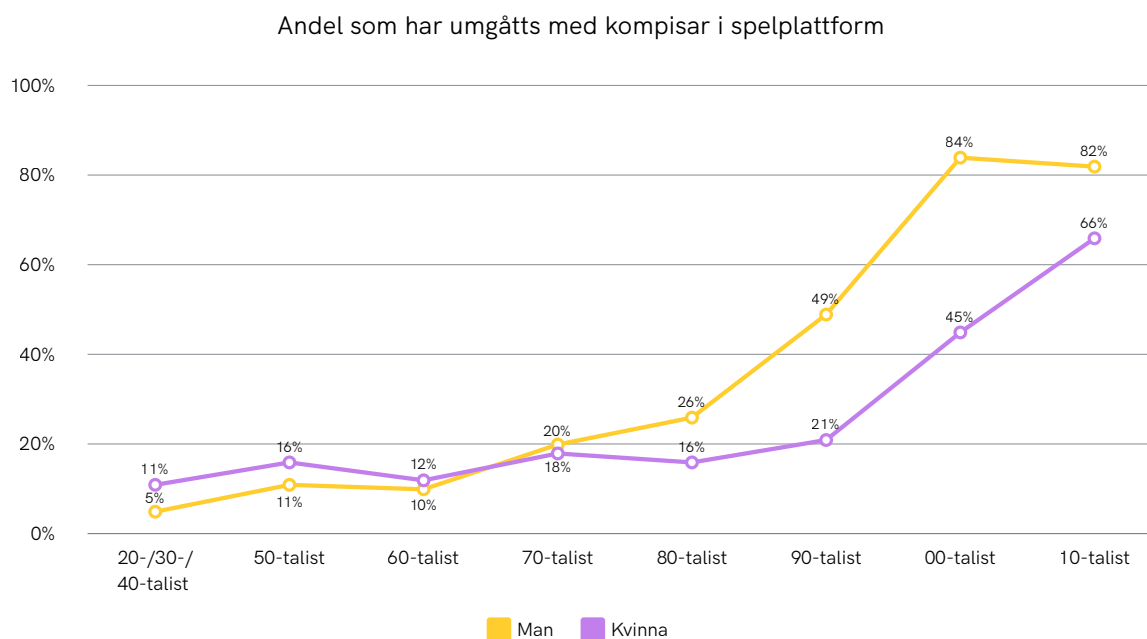
### Vilka generationer och åldrar umgås med vänner på spelplattformar?

- Det är betydligt vanligare att umgås med vänner på spelplattformar i de yngre generationerna.
- Bland de allra yngsta, 10-talisterna, har omkring 3 av 4 umgåtts med vänner på spelplattformar och bland 00-talisterna är motsvarande andel cirka 2 av 3. Därefter sjunker andelen kraftigt bland de äldre generationerna.
- Bland barn i grundskolan har mer än 7 av 10 umgåtts med vänner på digitala spelplattformar.
- Bland gymnasieungdomar är det en något mindre andel som har umgåtts med vänner på spelplattformar under året jämfört med barn i yngre åldrar.

## Nästan dubbelt så många pojkar födda på 00-talet har umgåtts med vänner på digitala spelplattformar jämfört med flickor i samma ålder

Diagram 8.7 visar hur andelen som har umgåtts med vänner i digitala spel skiljer sig mellan män och kvinnor i olika generationer.

Diagram 8.7, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Har du umgåtts/hängt med kompisar/vänner i digitala spel under de senaste 12 månaderna, och i så fall vilka? Andel som har umgåtts på spelkanal (netto). År 2022 (Studie 2)



### Hur skiljer det sig vilka som umgås med vänner på spelplattformar mellan män och kvinnor?

- Det är betydligt vanligare att män umgås med vänner i digitala spel än kvinnor. \*)
- Bland personer födda på 80-talet eller senare är det en större andel män än kvinnor som umgås med vänner på digitala spelplattformar. Skillnaden är som störst bland 90- och 00-talister.
- Bland personer födda på 70-talet eller tidigare är skillnaderna mellan män och kvinnor små eller nästan obefintliga. I dessa generationer är det däremot betydligt färre som har umgåtts med vänner i digitala spel, både bland män och kvinnor.

Men vilka spelplattformar umgås man på? Det ska vi titta vidare på i *diagram 8.8*.

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## Minecraft är den plattform som flest använt för att umgås med vänner i digitala spel

Diagram 8.8 visar vilka spelplattformar som används för att umgås med vänner. Det övre diagrammet visar andelen som umgåtts på respektive plattform bland internetanvändarna 8 år eller äldre. Det nedre diagrammet visar hur användningen av digitala spelplattformar skiljer sig i de yngre generationerna.

Diagram 8.8a, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Har du umgåtts/hängt med kompisar/vänner i digitala spel under de senaste 12 månaderna, och i så fall vilka? År 2022 (Studie 2)

\*Obs! Skala 70%

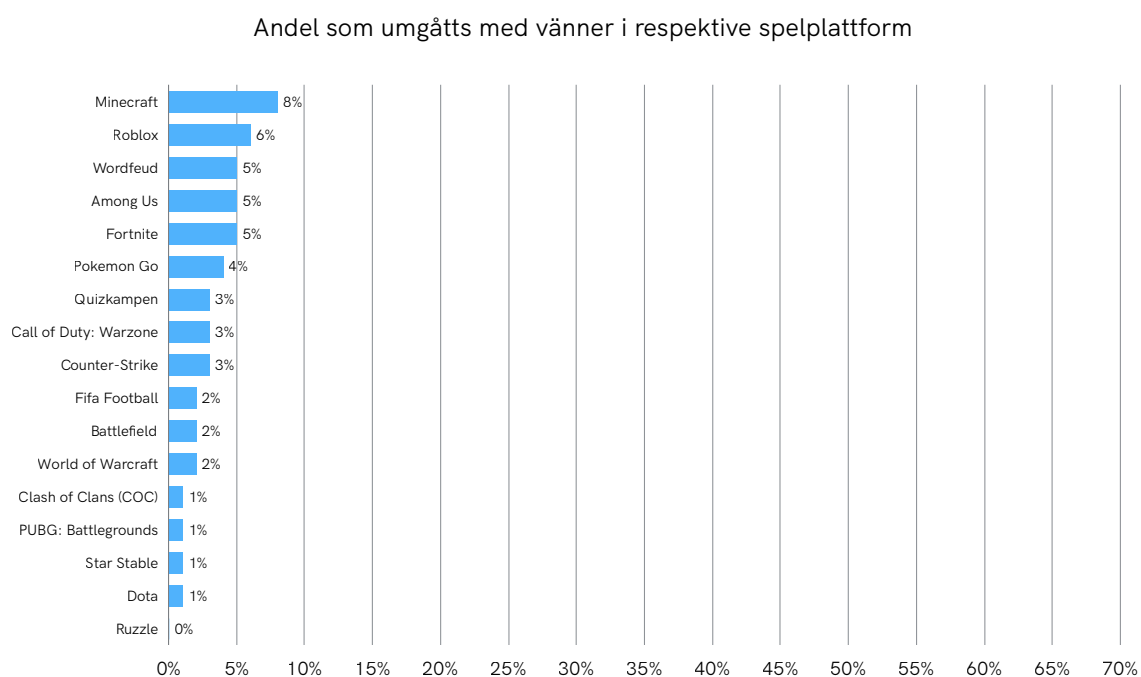
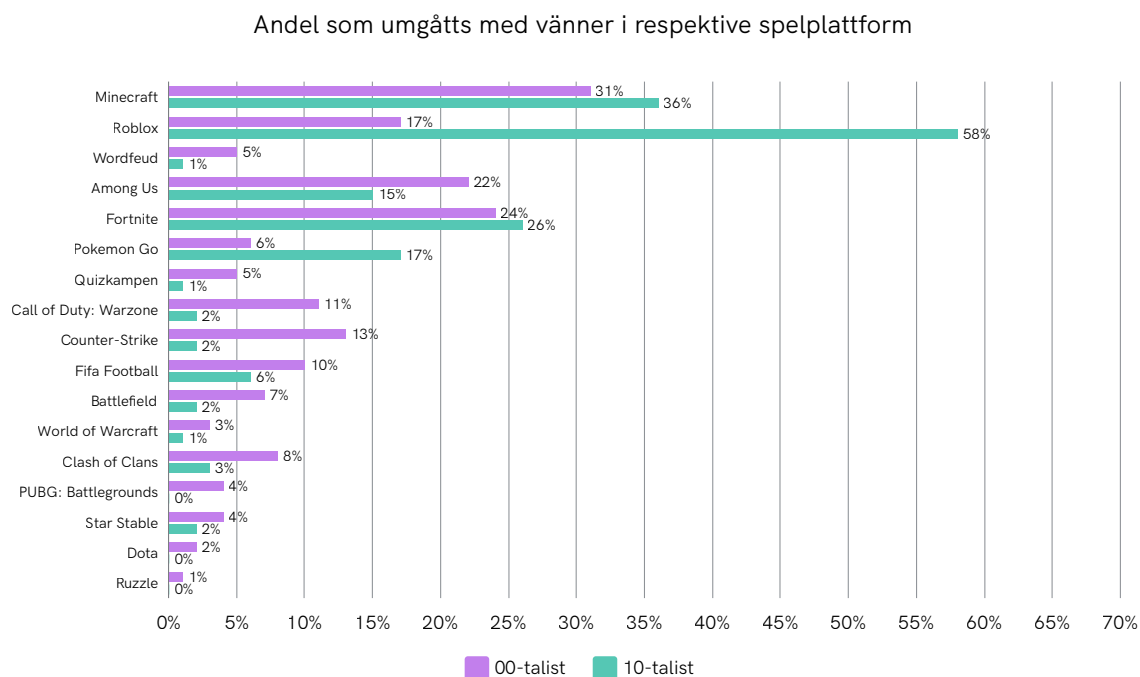


Diagram 8.8b, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Har du umgåtts/hängt med kompisar/vänner i digitala spel under de senaste 12 månaderna, och i så fall vilka? År 2022 (Studie 2)  
\*Obs! Skala 70%



### På vilka spelplattformar umgås man i olika generationer?

Minecraft är det digitala spel där flest internetanvändare har umgåtts med vänner under året. Skillnaderna är däremot mycket stora mellan olika generationer.

- 00-talister och 10-talister umgås med vänner i Minecraft i ungefär lika hög grad. Bland 80- och 90-talister umgås bara några få procent i Minecraft. \*)
- Bland de allra yngsta, barn födda på 10-talet, är Roblox den spelplattform där i särklass flest har umgåtts med vänner under året. Nästan 6 av 10 barn födda på 10-talet har umgåtts med vänner i Roblox under året.
- Bland 00-talister umgås många i digitala spel som Minecraft, Fortnite, Among Us och Roblox. Det är också vanligare bland 00-talister att umgås i spel som Counter-Strike, Call of Duty: Warzone och Fifa Football.

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## Nästan 6 av 10 låg- och mellanstadiebarn har umgåtts med vänner i Roblox under året

Diagram 8.9 visar vilka spelplattformar barn i åldern 8-19 år använder för att umgås med vänner. Det övre diagrammet visar vilka spelplattformar som används i olika skolstadier och det nedre diagrammet visar vilka spel som pojkar respektive flickor i ålder 8-19 år använder för att umgås med vänner.

Diagram 8.9a, Bas: Barn 8-19 år, Fråga: Har du umgåtts/hängt med kompisar/vänner i digitala spel under de senaste 12 månaderna, och i så fall vilka? År 2022 (Studie 2)

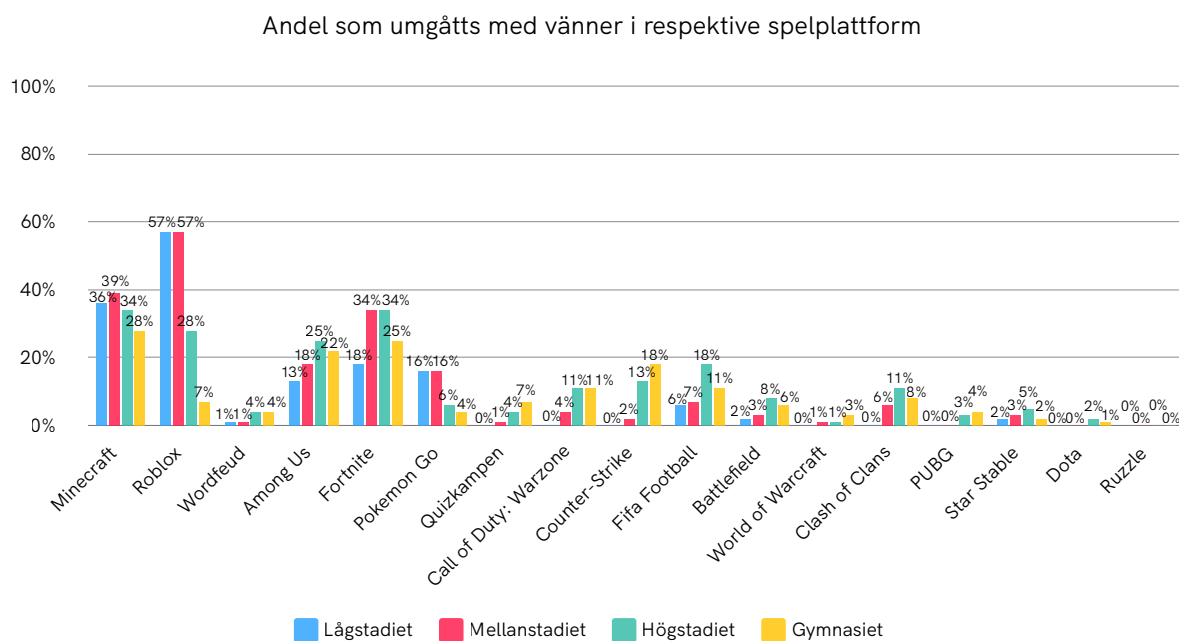
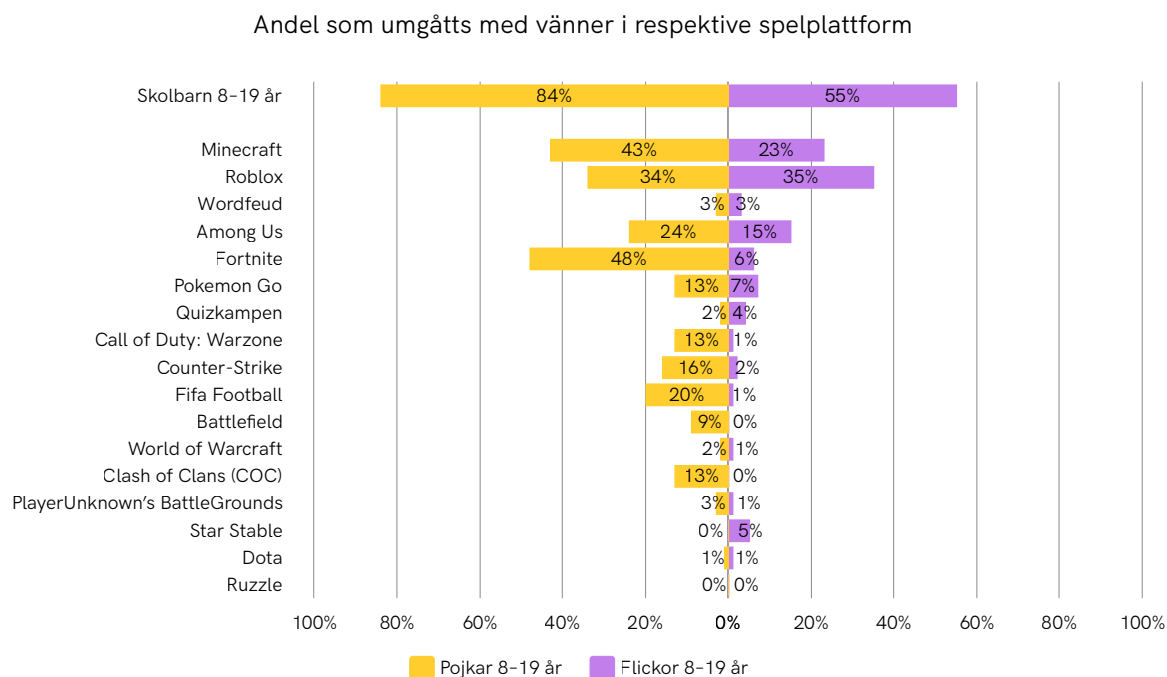


Diagram 8.9b, Bas: Barn 8-19 år, Fråga: Har du umgåtts/hängt med kompisar/vänner i digitala spel under de senaste 12 månaderna, och i så fall vilka? År 2022 (Studie 2)



### Vilka spelplattformar umgås barn på?

Vilka spelplattformar som barnen använder för att umgås med vänner skiljer sig mellan de yngre och äldre barnen.

- Bland barn som går på låg- eller mellanstadiet umgås flest med vänner i Roblox. Närmare 6 av 10 barn i låg- och mellanstadiet har umgåtts med vänner i Roblox under året.
- Det är också vanligt bland låg- och mellanstadiet barn att umgås med vänner i Minecraft vilket närmare 4 av 10 har gjort.
- Även äldre barn och ungdomar umgås i Minecraft i förhållandevis hög utsträckning. Drygt en tredjedel av högstadiet barnen och närmare 3 av 10 gymnasieelever har umgåtts med vänner på denna spelplattform.
- Fortnite är mest populärt bland barn i mellan- och högstadiet. Omkring en tredjedel av barnen i dessa åldrar har umgåtts i Fortnite. Men Fortnite är förhållandevis populärt även bland yngre barn och ungdomar. Bland lågstadiet barn har cirka en sjättedel umgåtts med vänner i Fortnite och en fjärdedel av gymnasieeleverna har gjort detsamma.
- Among Us är också ett digitalt spel där barn i olika åldrar umgås med vänner. Vanligast är att äldre barn och ungdomar på högstadiet och gymnasiet använder Among Us för att umgås med vänner. Men även yngre barn träffar sina vänner på denna spelplattform.



- Bland äldre barn på högstadiet och gymnasiet är det vanligare att umgås i digitala spel som Counter-Strike, Fifa Football och Call of Duty: Warzone. Bland de yngre barnen är det ovanligt att umgås på någon av dessa spelplattformar.

### **Umgås flickor och pojkar på olika spelplattformar?**

- Det är fler pojkar än flickor som umgås med vänner i digitala spel. Fler än 8 av 10 pojkar umgås med vänner på olika spelplattformar och drygt 5 av 10 flickor i åldern 8-19 år.
- Roblox är den enda spelplattform där lika stor andel flickor och pojkar har umgåtts med vänner under det senaste året.

# Influencers, youtubers och streamers

## En tredjedel av internetanvändarna följer influencers, youtubers eller streamers på nätet

Diagram 8.10 visar hur stor andel av internetanvändarna 8 år eller äldre som under det senaste året har följt någon så kallad influencer, youtuber eller streamer på nätet.

Diagram 8.10a, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Följer du idag några influencers, youtubers eller streamers på internet? År 2022 (Studie 2)

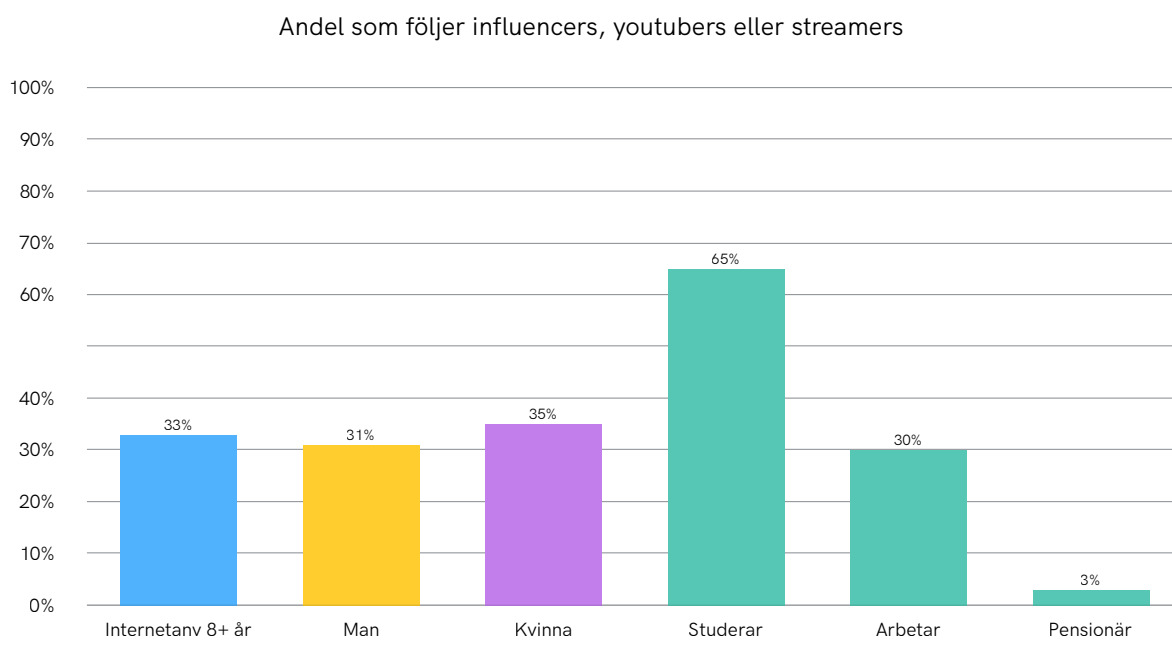
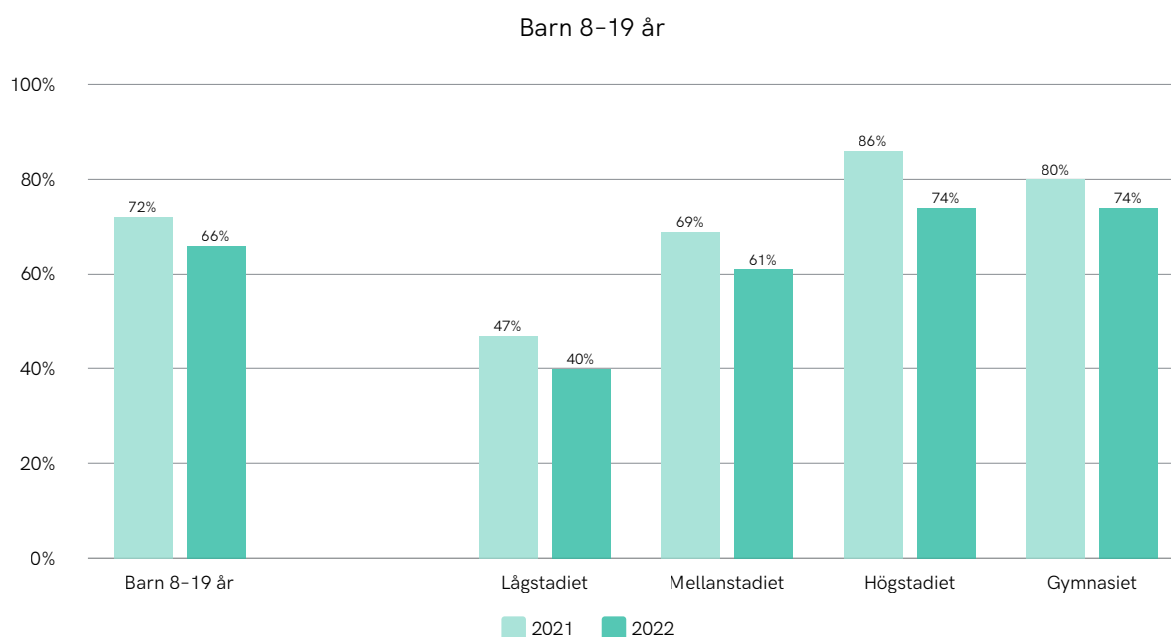


Diagram 8.10b, Bas: Barn 8-19 år, Fråga: Följer du idag några influencers, youtubers eller streamers på internet? År 2021-2022 (Studie 2)



### Vilka följer influencers, youtubers eller streamers på nätet?

Under året har en tredjedel av alla internetanvändare i åldern 8 år eller äldre följt minst någon influencer, youtuber eller streamer på nätet.

Notera att frågan tidigare enbart ställts till barn i åldern 8-19 år. Därför finns inga jämförelsetal för samtliga internetanvändare från år 2021. Andelen barn som följer någon influencer, youtuber eller streamer har däremot minskat något jämfört med föregående år.

- Något fler kvinnor (35 procent) än män (31 procent) följer influencers, youtubers eller streamers på nätet, men skillnaden är inte särskilt stor.
- Det är betydligt vanligare bland studerande att följa influencers, youtubers eller streamers jämfört med personer som arbetar eller är pensionärer. Detta beror på att unga i betydligt högre grad följer någon influencer, youtuber eller streamer.
- Det är något vanligare att personer i storstäder följer influencers, youtubers eller streamers (37 procent) jämfört med personer på landsbygd (30 procent). \*)
- Det är vanligare bland äldre barn och ungdomar på högstadiet och gymnasium att följa influencers, youtubers eller streamers jämfört med yngre barn.

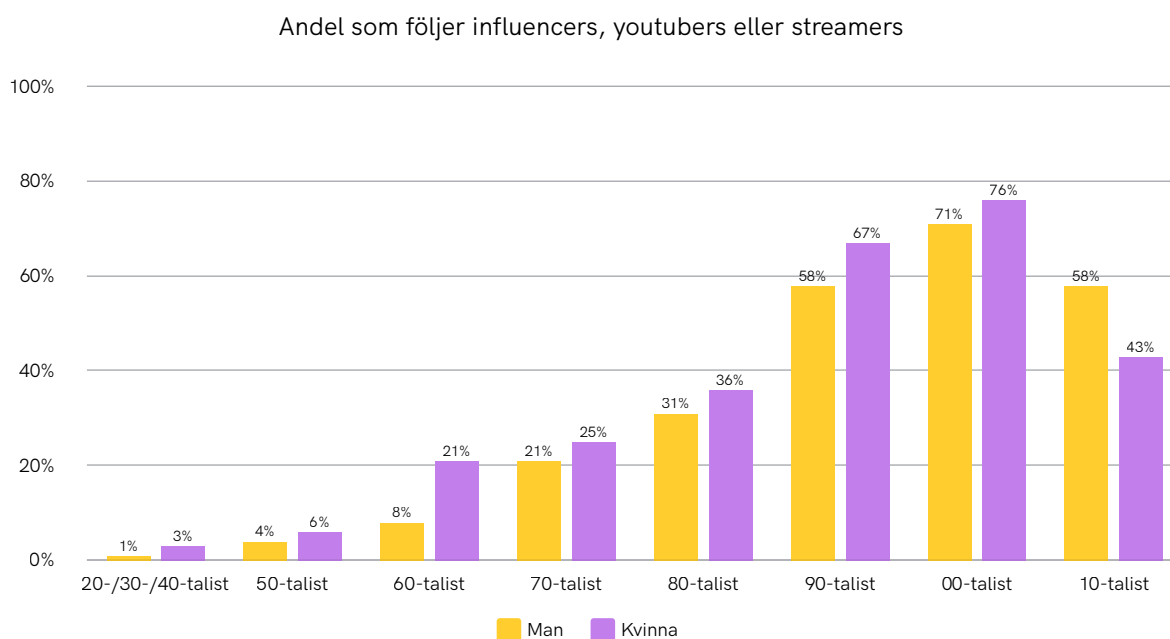
Finns det skillnader mellan hur män och kvinnor i olika generationer följer influencers, youtubers och streamers? Det ska vi titta närmare på i *diagram 8.11*.

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## Närmare 6 av 10 pojkar födda på 10-talet följer influencers, youtubers eller streamers på nätet

Diagram 8.11 visar hur andelen som följer influencers, youtubers eller streamers skiljer sig mellan män och kvinnor i olika generationer.

Diagram 8.11, Bas: Internetanvändare 8+ år, Fråga: Följer du idag några influencers, youtubers eller streamers på internet? År 2022 (Studie 2)



### Hur stor andel kvinnor och män följer influencers, youtubers eller streamers i olika generationer?

- Det är något vanligare att kvinnor totalt sett (35 procent) följer influencers, youtubers eller streamers på nätet jämfört med män (31 procent), men skillnaden är inte särskilt stor – det visar tidigare *diagram 8.10a*.
- Det är vanligast att följa influencers, youtubers eller streamers bland personer födda på 90- och 00-talet. Det är något vanligare bland kvinnor än män i dessa generationer.
- Det är också vanligt att barn födda på 10-talet följer influencers, youtubers eller streamers. Här är det däremot betydligt vanligare bland pojkar (58 procent) jämfört med flickor (43 procent).

Vilka influencers, youtubers eller streamers följer man helst? Det ska vi titta på i *diagram 8.12a* och *diagram 8.12b*.



Diagram 8.12b, Bas: Barn 8-19 år som följer influencers, youtubers eller streamers, Fråga: Ange gärna vilka tre influencers, youtubers eller streamers som är dina favoriter. År 2022 (Studie 2)

Mest populära influencers, youtubers och streamers - flickor 8-19 år



Mest populära influencers, youtubers och streamers - pojkar 8-19 år



### **Vilka influencers, youtubers eller streamers är populärast?**

Internetanvändarna följer en mycket stor mängd influencers, youtubers eller streamers och i ordmolnen ovan listas några av favoriterna. Vilka favoriter man följer skiljer sig i hög grad både utifrån ålder och kön.

- Therese Lindgren och Bianca Ingrosso är populära både bland vuxna och barn. Vilka influencers, youtubers och streamers man följer spretar annars mycket, i synnerhet bland vuxna.
- Bland flickor i åldern 8-19 år är de mest populära profilerna Therese Lindgren, Bianca Ingrosso samt Jocke och Jonna. Men listan är mycket lång.
- Bland pojkar i åldern 8-19 år är de mest populära namnen Ijustwanttobecool, Mr Beast och Tomu. Även här är listan mycket lång.

# Kapitel 9: Det uppkopplade hemmet och framtidens smarta prylar





# ***“Nya smarta prylar kommer att förenkla och effektivisera vår vardag - och ge oss besvärsfrihet!”***

I det här kapitlet undersöker vi hur uppkopplade vi är i hemmen. Fortsätter vi att använda våra hem som arbetsplats och i så fall i vilken utsträckning? Vi undersöker också vilka smarta prylar befolkningen har i sina hem och om det finns någon oro kring dessa prylar som gör att vissa avstår från dem. Vi tar också reda på hur uppkopplade vi tror att vi kommer att vara om fem år. Vilka smarta prylar tror vi har utvecklats då och hur kommer de att påverka våra liv?

Vi ser bland annat följande:

- Fler har börjat arbeta hemifrån, främst personer inom offentlig sektor och i arbetaryrken. I privat sektor och bland tjänstemän är andelen som arbetar hemifrån oförändrad, men de arbetar inte hemma lika många dagar per arbetsvecka längre.
- Så kallade smarta prylar finns idag i 3 av 4 hem. Den vanligaste uppkopplade prylen är en smart-tv, följt av en uppkopplad spelkonsol och en smartklocka. Fler har i år skaffat sig en uppkopplad strömbrytare och andelen som har en röststyrd högtalare har minskat.
- Uppkopplade prylar väcker oro hos några och vissa avstår från dem. Äldre avstår främst av rädsla för att bli bestulna eller att få bank- eller kortuppgifter hackade. Yngre avstår framförallt av oro för att bli avlyssnade eller filmade i sitt hem, eller att personlig data ska samlas in om dem.
- Svenskarna tror framförallt att nya smarta prylar kommer att göra framtiden bättre. De spås förenkla vår vardag, göra oss mer klimatsmarta, hjälpa oss att förebygga sjukdom och ensamhet, ge ökad trafiksäkerhet, ökat lärande, smidigare arbetsliv, ökad virtuell gemenskap och underhålla oss på helt nya nivåer.

**Arbete hemifrån**

- 9.1a Arbetar hemifrån - fördelat på heltid/deltid
- 9.1b Arbetat hemifrån antal dagar per vecka - fördelat på sektor/yrkesroll

**Smarta prylar**

- 9.2 Olika uppkopplade prylar i hemmen - jämförelse år 2021-2022
- 9.3 Har uppkopplad pryl i hemmet - fördelat på generation
- 9.4a Undviker smarta prylar för att skydda integritet - fördelat på generation
- 9.4b Undviker smarta prylar av rädsla för att bli hackad - fördelat på generation
- 9.5a Avstår från smarta prylar av olika skäl - fördelat på innehav eller ej
- 9.5b Avstår från smarta prylar av olika skäl - fördelat på generation

**Den smarta framtiden**

- 9.6 Hur kommer den smarta framtiden att utvecklas och vilka smarta prylar kommer om fem år

# Arbete hemifrån

## Fler har arbetat hemifrån men inte lika många dagar

De här två diagrammen visar hur många som har arbetat hemifrån under 2021 respektive 2022 samt hur många veckodagar de i genomsnitt arbetat utanför den ordinarie arbetsplatsen. Det övre diagrammet (9.1a) visar hur många som arbetat hemifrån totalt sett bland alla som arbetar, såväl heltid som deltid. Det nedre diagrammet (9.1b) visar antal veckodagar i genomsnitt (0-5) som heltidsarbetande har arbetat hemifrån.

Diagram 9.1a, Bas: Arbetar, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna arbetat hemifrån digitalt minst någon dag under en genomsnittlig arbetsvecka? Med hemifrån avses ditt hem, sommarstuga eller annan plats som inte är arbetsrelaterad. År 2021-2022 (Studie 1)

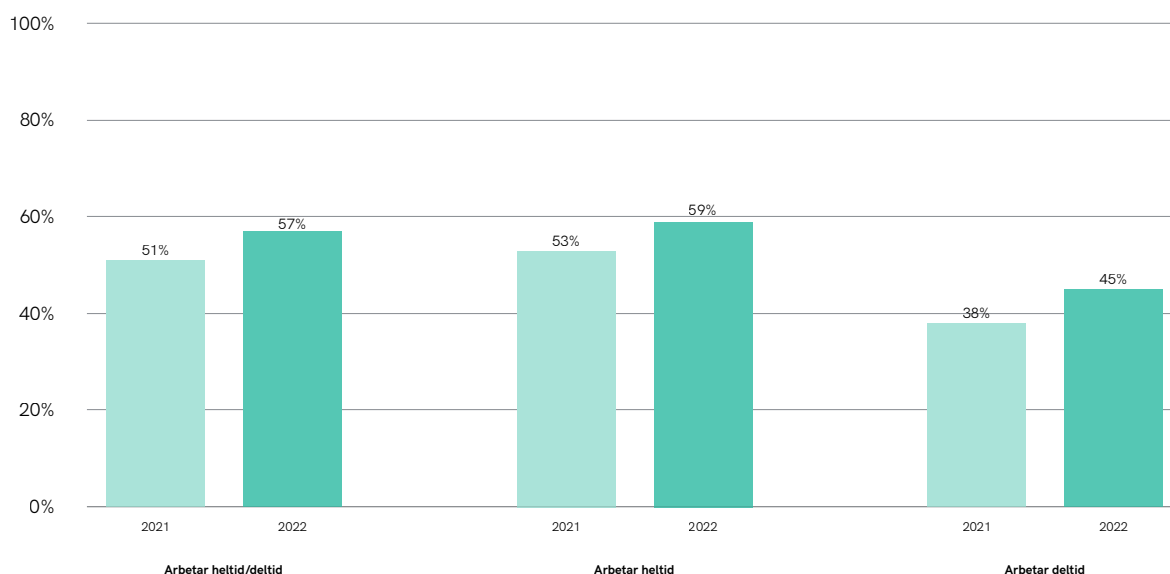
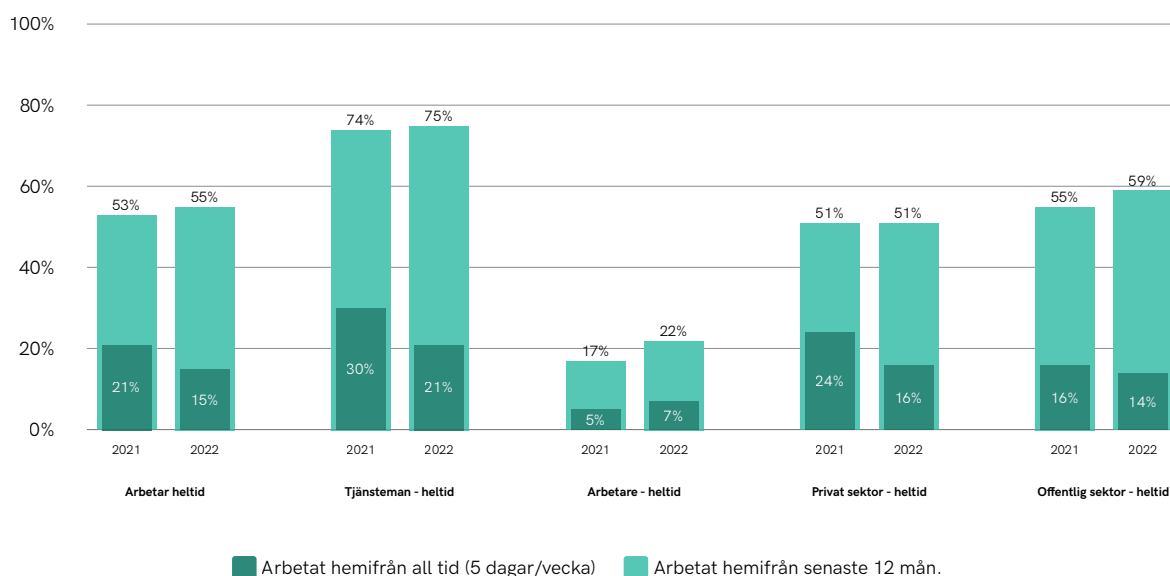


Diagram 9.1b, Bas: Arbetar heltid, Fråga: Under de senaste 12 månaderna, hur många arbetsdagar per vecka har du i genomsnitt arbetat hemifrån digitalt? År 2021–2022 (Studie 1)



### Har arbete hemifrån ökat eller minskat?

- Bland både heltids- och deltidsarbetande har arbete hemifrån ökat det senaste året – sammantaget från 51 procent till 57 procent.
- Det tenderar vara fler i arbetaryrken och de som arbetar inom offentlig sektor som har arbetat hemifrån i år jämfört med föregående år.
- Färre heltidsarbetande har arbetat hemifrån digitalt alla dagar i veckan – det har minskat från 21 procent till 15 procent.
- Tjänstemän och de inom privat sektor har i princip arbetat hemifrån i lika stor utsträckning som föregående år. Dock är det färre bland dem som i år har arbetat hemifrån på heltid.
- Det genomsnittliga antalet arbetsdagar hemifrån bland heltidsarbetande har minskat från 3,5 dagar per vecka år 2021 till 3,2 dagar per vecka år 2022. \*)

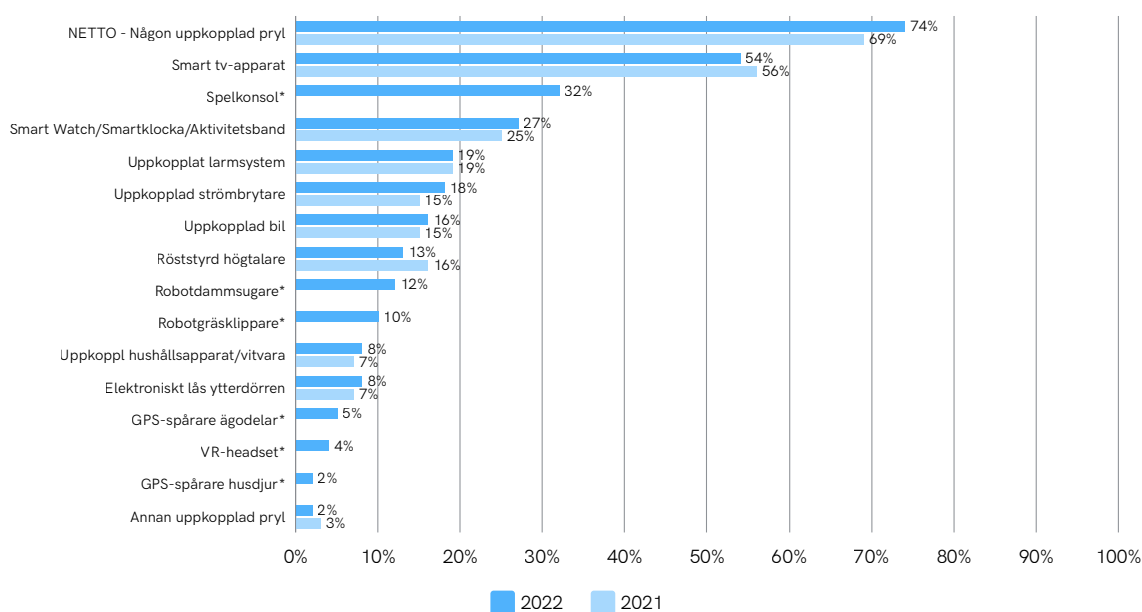
\*) För mer information, se *tabellbilaga*

# Smarta prylar

## Färre har röststyrda högtalare i sina hem i år

Det här diagrammet visar vilka uppkopplade prylar vi har i våra hem idag jämfört med föregående år. Flera svar har varit möjliga och man har kunnat ange andra uppkopplade prylar i fritext.

Diagram 9.2, Bas: Samtliga 16+ år, Fråga: Vilka uppkopplade prylar har du tillgång till i ditt hem? Med uppkopplade prylar avses vardagsföremål (ej datorer, mobiltelefoner, surfplattor) som har inbyggd elektronik och internetuppkoppling, vilket gör att de kan styras via internet. År 2021-2022 (Studie 1) \*) Svartalernativet fanns ej med 2021



## Hur har vårt innehav av smarta prylar utvecklats åren 2021-2022?

3 av 4 har i år en smart pryl i sitt hem. Det är en ökning med 5 procentenheter sedan föregående år. Detta kan dock delvis bero på att vi exemplifierat med fler smarta prylar i år vilka respondenterna kanske inte spontant tänkt på och därmed inte angivit som fritextsvar tidigare.

- Andelen uppkopplade strömbrytare har ökat mest
- Andelen röststyrda högtalare har minskat mest

### Vilka smarta prylar är mest vanligt förekommande i svenska hem?

Vi har listat 14 svarsalternativ och även haft med ett öppet alternativ för fritextsvar. Ha i åtanke att det kan finnas andra uppkopplade prylar i hemmet som respondenterna inte spontant tänkt på. Nedan följer topp fem utifrån hur frågan är ställd samt en kort summering av fritextsvaren.

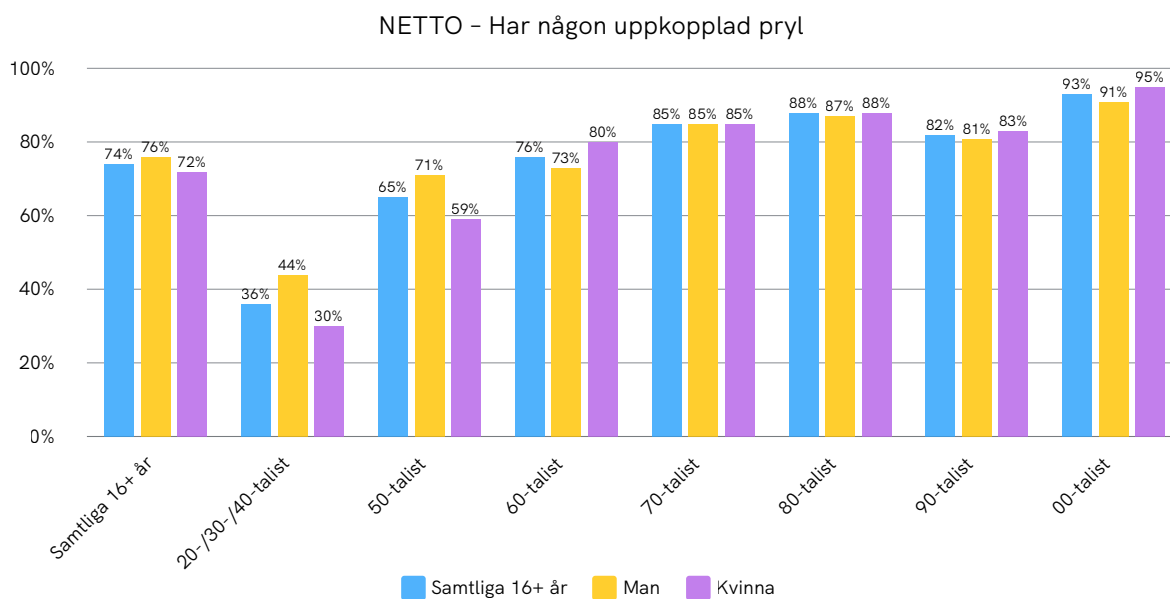
1. Mer än hälften har en *smart-tv*
2. Var tredje har en *uppkopplad spelkonsol*
3. Drygt var fjärde har ett *uppkopplat armbandsur*
4. Var femte har ett *uppkopplat larmsystem*
5. Nära var femte har en *uppkopplad strömbrytare*

Andra uppkopplade prylar som angetts i fritextsvar är framförallt Chromecast, kameror och ljudsystem/högtalare för musik (ej röststyrda), men också skrivare samt uppkopplade solceller/solcellsanläggningar.

## Nästan alla födda på 2000-talet har smarta prylar i sina hem

Det här diagrammet visar hur många som har någon uppkopplad pryl i sina hem, fördelat på kön och generation.

Diagram 9.3, Bas: Samtliga 16+ år, Fråga: Vilka uppkopplade prylar har du tillgång till i ditt hem? Med uppkopplade prylar avses vardagsföremål (ej datorer, mobiltelefoner, surfplattor) som har inbyggd elektronik och internetuppkoppling, vilket gör att de kan styras via internet. År 2022 (Studie 1)



### Vilka har smarta prylar i sina hem?

- I den yngre halvan av befolkningen har mer än 8 av 10 en uppkopplad pryl i sina hem. Allra mest 00-talisterna varav drygt 9 av 10 har en smart pryl.
- Dubbelt så många som studerar (88 procent) jämfört med pensionärer (45 procent) har en uppkopplad pryl hemma. \*)
- Totalt sett uppger något fler män än kvinnor att de har uppkopplade prylar. Det är dock nästan enbart i de äldsta generationerna som fler män än kvinnor har en uppkopplad pryl.
- Män har fler antal uppkopplade prylar än kvinnor har. De smarta prylar som män och kvinnor har i lika hög utsträckning är smartklocka, robotdammsugare, robotgräsklippare, elektroniskt lås till ytterdörren samt GPS-spårare för husdjur. I övriga kategorier är andelen män större än andelen kvinnor. \*)

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

- Oavsett ålder har fler högutbildade och fler i höginkomsthushåll uppkopplade prylar i sina hem. \*)

### Vilka föredrar olika smarta prylar mer än andra?

Nedan följer en kort summering per smart pryl. De bakgrundsvariabler som inte finns med i diagrammet går att se i tabellbilagan.

- *Smart-tv* innehas av 7 av 10 bland 00-talisterna vilket är mest av alla. Endast var tredje pensionär har en smart-tv. Oavsett ålder är det mer vanligt förekommande med en smart-tv i städer än på landsbygden.
- *Spelkonsol* används av 7 av 10 bland 00-talisterna vilket är mest av alla. I denna kategori är skillnaden som störst mellan män (36 procent) och kvinnor (28 procent). Läs gärna mer om spel och gaming i *kapitel 8*.
- *Smartklocka* innehas av 4 av 10 bland 70-talisterna vilket är mest av alla. Bland 90-talisterna har betydligt fler kvinnor än män en smartklocka. Personer födda utanför Sverige har en smartklocka i högre grad än genomsnittet. Knappt 1 av 10 pensionärer har en smartklocka.
- *Uppkopplat larmsystem* används av drygt var fjärde 70- och 80-talist vilket är mest av alla.
- *Uppkopplad strömbrytare* innehas mest av 80-talisterna. Endast 7 procent av pensionärerna har en uppkopplad strömbrytare.
- *Uppkopplade bilar* innehas mest av 60- och 70-talister. Oavsett ålder är uppkopplade bilar också mer vanligt förekommande bland stadsbor än landsbygdsbor.
- *Röststyrda högtalare* innehas mest av 70- och 80-talister. Endast 4 procent av pensionärerna har en röststyrd högtalare.
- *Robotdammsugare* används mest av 80-talister. Endast 5 procent av pensionärerna har en robotdammsugare.
- *Robotgräsklippare* används mer av landsbygdsbor än stadsbor – och mer ofta i Götaland. Robotgräsklippare är den enda kategori som innehas av fler pensionärer än studerande, vilket sannolikt hänger samman med boendeform och behov.
- *Uppkopplade hushållsapparater och vitvaror* används mer av 70-, 80- och 90-talister och allra mest av personer som lever i höginkomsthushåll.
- *Elektroniskt lås till ytterdörren* innehas mer ofta av 70-talister och 00-talister.
- *GPS-spårare för ägodelar* används av var tionde 00-talist vilket är mest av alla. Även funktionsvarierade använder GPS-spårare för ägodelar i högre grad än genomsnittet.
- *GPS-spårare för husdjur* används mest av kvinnor födda på 70-talet. De är också mer vanligt förekommande på landsbygden än i städerna.
- *VR-headset* används mest av män födda på 70-talet (9 procent).

---

\*) För mer information, se *tabellbilaga*



## Hur skiljer sig användandet av olika smarta prylar mellan de yngsta och de äldsta?

Pensionärer är de som använder smarta prylar i minst utsträckning av alla. De yngsta i sin tur använder smarta prylar mest av alla. Bland de yngsta skiljer det dessutom stort mellan vilka smarta prylar män och kvinnor använder. I tabellen nedan framgår dessa skillnader och vilka deras topp fem mest använda prylar är.

	Män 16-25 år	Topp 5	Kvinnor 16-25 år	Topp 5	Pensionärer	Topp 5
Smart tv-apparat	61%	(2)	67%	(1)	32%	(1)
Spelkonsol	69%	(1)	50%	(2)	3%	
Smartklocka	27%	(3)	36%	(3)	9%	(4)
Uppkopplat larmsystem	12%		18%	(4)	11%	(2)
Uppkopplad strömbrytare	17%		14%	(5)	7%	
Uppkopplad bil	24%	(4)	12%		8%	(5)
Röststyrd högtalare	20%	(5)	11%		4%	
Robot-gräsklippare	11%		10%		10%	(3)

## Äldre kvinnor och yngre män undviker smarta prylar för att skydda sin integritet

Det övre diagrammet (9.4a) visar hur många som undviker att använda uppkopplade prylar för att skydda sin integritet, och det nedre diagrammet (9.4b) visar hur många som undviker att använda smarta prylar av rädsla för att de ska bli hackade.

Diagram 9.4a, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Gör du något av följande på nätet för att skydda din personliga integritet? Ja, undviker att använda smarta, uppkopplade prylar.  
År 2022 (Studie 1)

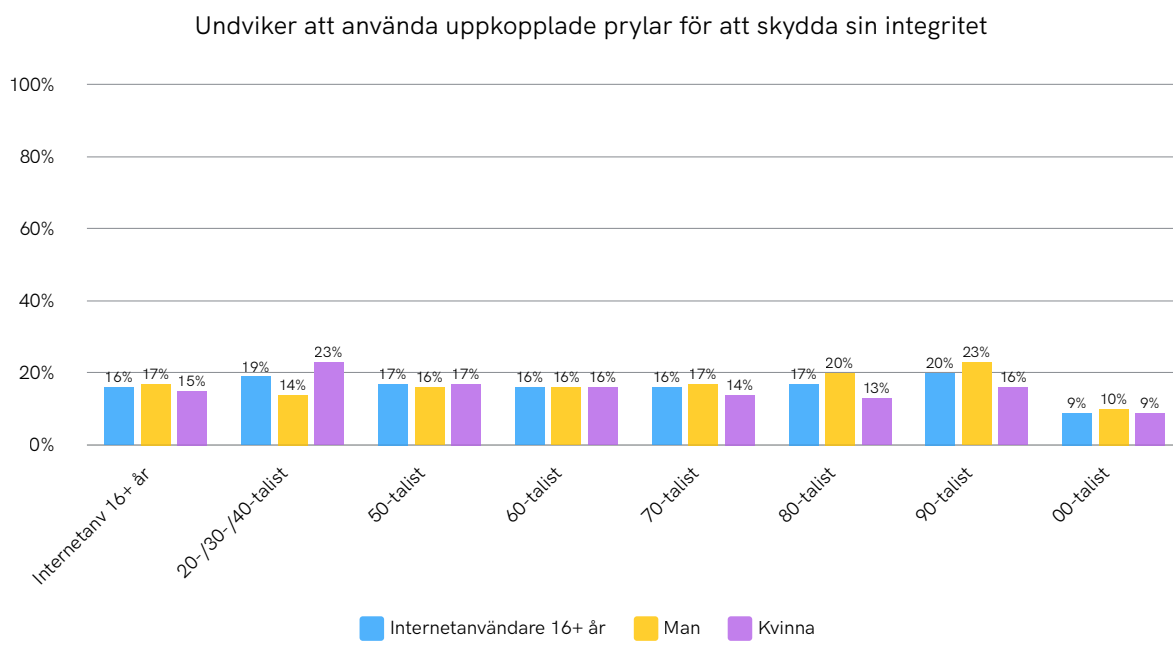
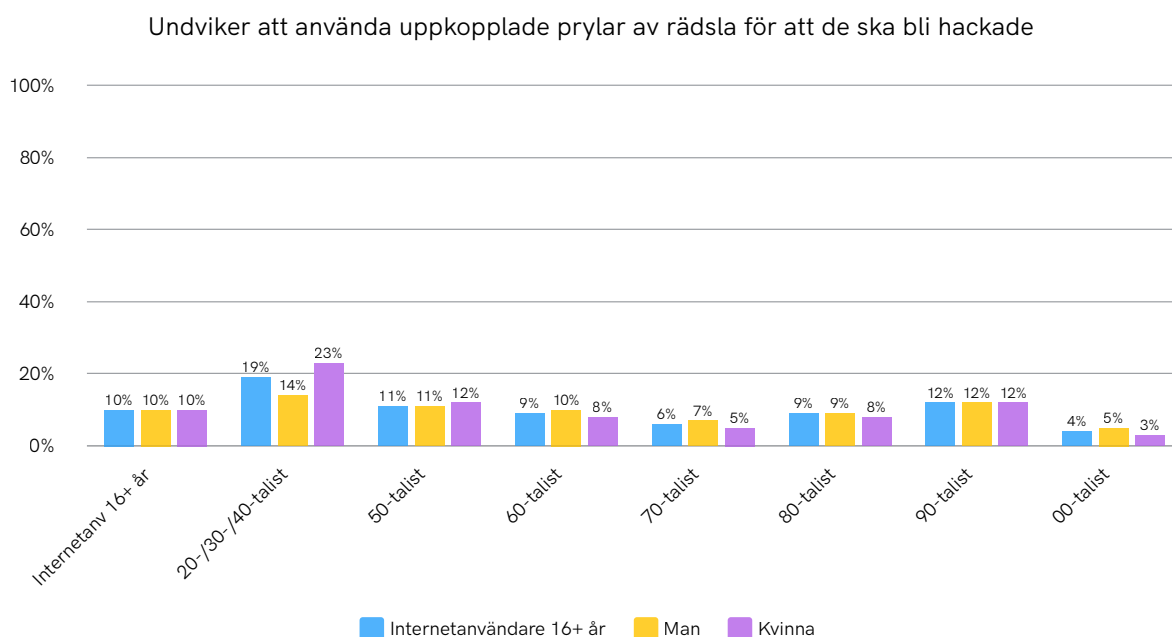


Diagram 9.4b, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: Händer det att du undviker att göra något av följande på nätet på grund av otrygghet? Ja, undviker att använda smarta prylar av rädsla för att de ska bli hackade. År 2022 (Studie 1)



### Vilka undviker att använda smarta prylar?

Det är mer vanligt att internetanvändarna undviker att använda smarta prylar för att skydda sin integritet (16 procent) än av rädsla för att de ska bli hackade (10 procent). I båda fallen är det äldre kvinnor som är mest otrygga och när det gäller att skydda sin integritet delar de den platsen med unga män.

- Nära var fjärde internetanvändande kvinna som är född på 20-, 30- eller 40-talet undviker smarta prylar för att skydda sin integritet eller av rädsla för att de ska bli hackade.
- Drygt var femte ung man född på 80- eller 90-talet undviker smarta prylar för att skydda sin integritet.
- Det är betydligt fler män än kvinnor födda på 70-, 80- och 90-talet som undviker smarta prylar för att skydda sin integritet. När det gäller rädsla för att bli hackade är skillnaden mellan män och kvinnor marginella i dessa åldrar.
- Minst oroliga för både sin integritet och att bli hackade är 00-talisterna, vilka också är de som använder smarta prylar mest av alla (se *diagram 9.3*).

## Var tionde avstår från att använda vissa smarta prylar på grund av oro för att bli avlyssnad eller filmad i sitt hem

Vi har frågat internetanvändarna om de avstår att använda någon eller några smarta prylar på grund av oro. Det övre diagrammet visar samtliga skäl till oro för internetanvändarna totalt sett samt för de som har respektive inte har uppkopplade prylar. Det nedre diagrammet visar tre orsaker till oro fördelat på generation.

Diagram 9.5a, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: När det gäller uppkopplade prylar, avstår du från att använda någon eller några på grund av något av följande? År 2022 (Studie 1)

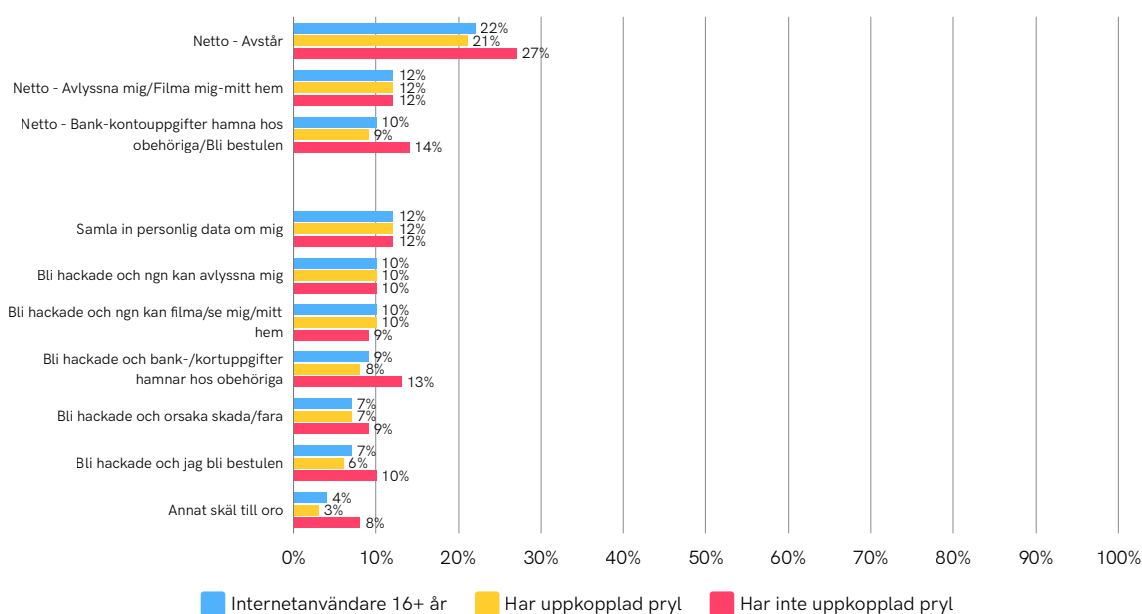
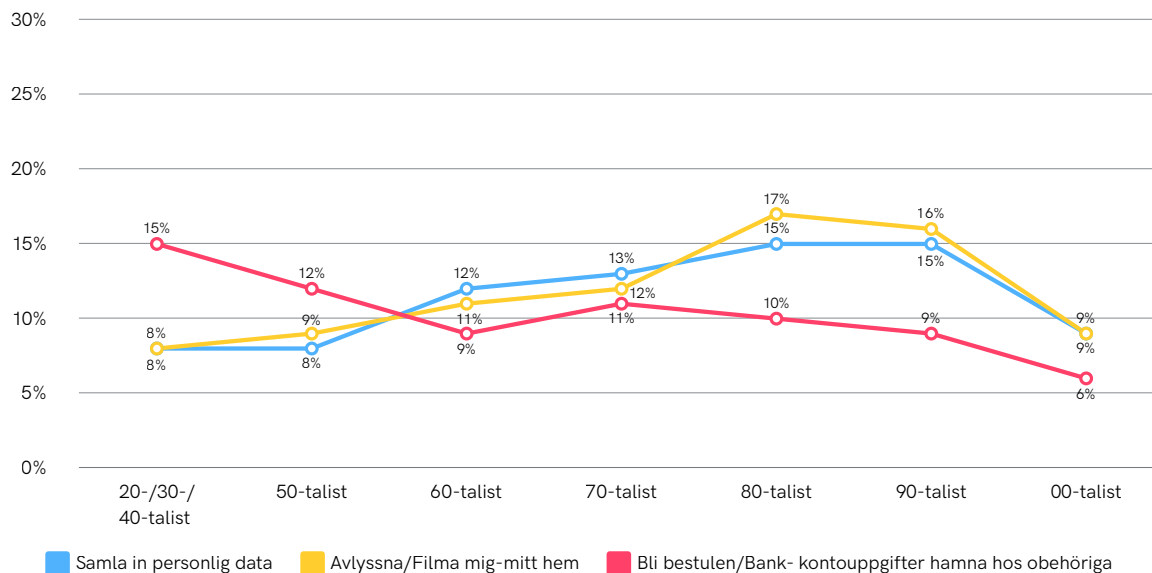


Diagram 9.5b, Bas: Internetanvändare 16+ år, Fråga: När det gäller uppkopplade prylar, avstår du från att använda någon eller några på grund av något av följande? År 2022 (Studie 1)

\*Obs! Skala 30%



### Vilka avstår från att använda smarta prylar?

- Mer än var femte internetanvändare avstår från att använda någon eller några smarta prylar på grund av oro, men de avstår inte från alla.
- Äldre avstår främst av oro för att bli bestulna eller att få bank- eller kortuppgifter hackade, medan yngre främst avstår av oro för att bli avlyssnade eller filmade i sitt hem eller för att personliga data ska samlas in om dem.
- De som inte har någon smart pryl, vilket främst är de äldsta, avstår främst på grund av oro för att bli bestulen eller att konto- eller bankuppgifter ska hamna hos obehöriga.
- 80- och 90-talister är de som mest av alla avstår på grund av oro för att bli avlyssnade eller filmade i sitt hem eller för att personliga data ska samlas in om dem.
- Män avstår i något högre grad än kvinnor av oro för att bli avlyssnade eller filmade i sitt hem eller för att personliga data ska samlas in om dem. \*)

\*) För mer information, se *tabellbilaga*



denna digitala framtid. Därtill har de en större oro och en något mer skeptisk syn på den tekniska utvecklingen. Vi låter deras röster göra sig hörda i ett eget avsnitt.

Ser vi till den totala andelen uttalat negativa svar så består de av endast några få procent. Det betyder inte att resten är uttalat positiva utan de kan också vara neutrala. Det är dock övervägande större andel positiva än negativa svar. Om det kan bero på frågeställningen i sig ska vi låta vara osagt.

Svaren har vi summerat och grupperat enligt innehållsförteckningen nedan – och givetvis tagit med många direktåtergivna citat. Det är viktigt att ha i åtanke att detta är en sammanfattning av över 3 000 respondenters spontana fritextsvar. Spontana svar innebär att de inte fått någon hjälp på traven utan fritt fått skriva ned vad de först kommer att tänka på. Det är den bilden vi förmedlar här.

#### **Våra smarta enheter**

Små enheter med vikbara skärmar  
Röst-, rörelse- och ögonstyrning  
Inopererade chip  
Uppkopplade glasögon

#### **Våra smarta hem**

Hemautomatisering  
Hälsofrämjande prylar  
Robotar och AI  
Självkörande bilar

#### **Vårt smarta samhälle**

Samhällsautomatisering  
Klimatsmarta prylar  
Medier, VR och AR

#### **Vår smarta framtid – bättre eller sämre?**

Smartare och bättre  
Smartare men sämre  
Äldre tycker till

#### **En möjlig bild av Sverige år 2027?**

## Våra smarta enheter

### Små enheter med vikbara skärmar

Våra digitala enheter såsom datorer, mobiler, surfplattor, läsplattor, smarta klockor och deras skärmar kommer att utvecklas och bli smartare. Det är de flesta överens om. I princip "allt" väntas bli trådlöst. Många förutspår att våra skärmar blir vikbara, eller kanske så tunna och mjuka att de går att rulla ihop. Några tror att de även blir genomskinliga. Kanske projiceras de direkt från en smartklocka. Flera menar att våra skärmar, telefoner och andra enheter kommer att ha hologram- och 3D-teknik.

Många tror att vi kommer att ha nya smarta enheter om fem år. Dessa beskrivs som mindre, lättare, smidigare och mer formbara än dagens varianter. Utöver smartklockor så tillkommer kanske andra digitala smycken som smarta halsband, armband och ringar. Det spekuleras i alla fall vissa om. Många nämner också uppkopplade glasögon (läs mer under "Uppkopplade glasögon") som en populär framtida produkt. Några tror att biochip kan ersätta våra smartklockor och smartmobiler på sikt (läs mer under "Inopererade chip").

*"Jag tror att vi kommer ha en enhet som vi inte släpper eller tar av oss, som är mindre än en klocka och inte märks av att vi har den på oss, som håller oss uppkopplade med röstassistent etc."*

Kvinna, 25 år

*"Vikbara skärmar kommer att utvecklas mycket, större skärmyta med bibehållen smidighet"*

Man, 30 år

*"Jag tror att utvecklingen kommer att fortsätta gå mycket fort. Framför allt tror jag att mängden smarta små lättburna prylar kommer att öka, samt att det mesta kommer att gå att styra med mobilen, eller något helt nytt som är mindre och lättare än en mobil."*

Kvinna, 71 år

### Röst-, rörelse- och ögonstyrning

I framtiden kommer vi inte att styra våra digitala enheter som vi gör idag, alltså med skrift och knapptryckningar. Det är de flesta överens om. Istället kommer vi att styra dem med rösten, rörelser eller våra ögon. Röst-, rörelse- och ögonstyrda skärmar behöver helt enkelt inte vidröras längre. Exempelvis kommer smartare skärmar såsom läsplattor att läsa av våra ögonrörelser, registrera var vi läser och automatiskt skrolla vidare.

*"Vi kommer nog ha fler produkter som vi kan söka, göra saker med utan att fysiskt skriva, trycka på knappar etc. utan funkar nog via tal/ögon/tankar.."*

Kvinna, 49 år



*“Radar” i telefonen som känner av t.ex. handrörelser eller gester eller kroppsspråk och därigenom vet vad man vill utan att man behöver skriva eller säga kommandon.”*

Man, 34 år

*“Jag tror vi kommer att sköta / ge kommando till våra apparater via tal istället för tangenter etc. Jag tror att alla kommer ha någon form av digital personlig assistent som man bär med sig alltid och den här personliga assistenten kommer ta hand om allt praktiskt runt våra liv.”*

Kvinna, 55 år

### **Inopererade chip**

En del tror att några enheter, till exempel mobilen, kommer att kunna ersättas av inopererade chip. Dessa biochip kan ha många funktioner som legitimation, kontokort, nycklar och mycket annat. En hel del tror också att de kommer att kunna användas för att mäta och övervaka vår egen hälsa. Chipen sätts i armen (några få tror i hjärnan) och någon nämner “inopererade smartphones”.

Vissa tror att chip kommer att göra det möjligt för oss att med tankens kraft styra våra enheter. Några spår att Elon Musk om fem år kommer att ha både testat och fått godkänt på sina hjärnchip i forskningsprojektet Neuralink. En del tycker chip känns spännande medan andra tycker att blotta tanken är skrämmande.

*“Inopererade chip för att låsa upp dörren, bilen, gå på gym och kanske betala med på affären.”*

Kvinna, 47 år

*“Biotech och brain chip känns ju spännande, att kunna kommunicera med datorer/människor via tankekraft hade ju varit något!”*

Man, 31 år

*“Jag ser det som en naturlig följd av den utveckling vi sett att företag och produktutvecklare kommer gå steget längre för att integrera tekniken i våra kroppar oavsett om konsumentens kropp betraktas som normalt fungerande. Chip är bara början. Personligen tycker jag att den tanken är skrämmande eftersom normala funktioner kan rubbas om de förblir outnyttjade. På så sätt ökar teknikberoendet naturligt i en nedåtgående spiral.”*

Man, 20 år

### Uppkopplade glasögon

Uppkopplade glasögon tror många kommer att slå igenom på bred front. Tekniken finns redan idag men inom fem år spås den ha fått sitt genombrott hos konsumenterna. Glasögonens "bildskärm" kan visa i princip "allt", som tid, sms, avstånd, ansiktsgenkänning och film. Våra uppkopplade glasögon kommer att ha både VR- och AR-teknik (mer om det under "Media, VR och AR"). När glasögonen är etablerade kan uppkopplade ögonlinser vara nästa steg.

*"Digitala glasögon som kan visa info som väder och tid vilket minskar behovet att konstant ta upp, slå på, och titta på mobilen."*

Man, 23 år

*"Glasögon med inbyggd bildskärm kopplad till trådlös hörsnäck. Tekniken finns men är ännu inte konsumentanpassad."*

Man, 71 år

*"Jag tror att AR glasögon kommer, inte säker på varför dem aldrig slog för ett par år sedan"*

Man, 38 år

### Våra smarta hem

#### Hemautomatisering

Att våra hem kommer att fyllas med smarta hushållsprodukter är många överens om. De flesta tror på produkter som ger trygghet och förenklar vardagen. Några höjer också ett varningens finger för att dessa prylar kommer att göra oss lata eller mer sårbara. Mer eller mindre "allt" i våra hem kommer att var uppkopplat, och styras genom appar eller med röst eller rörelse. Vi behöver nog bara säga "koka kaffe" på morgonen eller klappa med händerna för att lamporna ska tändas.

Mycket av hemautomatiseringen kretsar kring köket. Exempelvis en spis som ser till att inget bränns eller kokar över, ugnar som känner av och meddelar när maten är perfekt tillagad och självhandlande kylskåp som håller koll på bäst före-datum och varnar innan något går ut. Kanske har vi till och med 3D-skrivare som skriver ut mat åt oss.

Många tror att våra garderober kommer att bli smartare. Allt från appar som hjälper oss att matcha kläder och minnas när vi använde dem sist och i vilket sammanhang, till digital stöldmärkning av våra plagg. Vi kommer att shoppa kläder online med vår 3D-skannade kroppsprofil i digitala provrum. Kanske kommer det en smart pryl som stryker kläderna åt oss på kommando? Våra skor kommer hålla koll på våra steg, vår hälsa och kanske har vi till och med "flying boots" som får oss att flyga fram i framtiden.

Smarta prylar kommer också att "ta hand" om och värna våra hem på olika sätt. Prylar som känner av om det är smutsigt i huset eller om något behöver lagas. Eller

prylar som håller koll på allt från elförbrukning till om olika livsmedel blivit dåliga. Säkerheten kommer att förbättras med smartare larmsystem och kanske kommer en "skvallerapparat" att varna om någon obehörig filmar oss eller våra hem med drönare. Hushållsrobotar, inte bara i form av dammsugare, kommer sannolikt att finnas i varje hem (mer om robotar under "Robotar och AI").

*"Automatiska beställningar när det är tomt på tvättmedel, mjölk etc. Smartare sätt att hålla koll på sin utekatt, sina nycklar. Klädappar för att kunna kombinera din garderob. Läs av tvättråd mot avläsningsenhet på tvättmaskinen. Automatisk fasadmålning, häckklippning med smarta verktyg bara att ställa in och sen övervaka men slippa göra."*

Kvinna, 54 år

*"Jag tror att det i större utsträckning kommer finnas saker i hemmet som man kan styra någon annanstans ifrån. Typ koka kaffe från sängen och laga mat hemma fast man är på jobbet. Tidsvinnande prylar eftersom att befolkningen överlag är så j-vla stressade. Tror mycket på det som förenklar vardagen, snarare det som "bara" är kul."*

Man, 24 år

*"Mer röststyrda enheter. t ex att man kan säga "släck/tänd lyset" eller kylskåpet skickar en inköpslista till mobilen. Kanske att man kan prata med larmsystemet hemma och fråga vem som är hemma (osv), eller fråga hur varmt/kallt det är inomhus innan man kommer hem från semestern."*

Man, 14 år

*"Jag tror man kan köpa tillbehör till 3D-skrivare så att man kan skriva ut mat direkt i skrivaren. Jag antar att skrivaren på något sätt blandar tillbehören (ingredienserna) åt en. Det finns redan experimentella varianter av skrivare där detta varit möjligt. Designa tårtor, pizzor, bland annat."*

Man, 29 år

*"Elektronisk väggtavla som sätts innanför ytterdörren. Som talar om vad som hänt i hemmet sedan du lämnade det. Som ger de senaste nyheterna, vädret samt nya meddelade till dig på sociala medier, sms och mail. Som ger förslag på maträtter till nästa måltid utifrån vad du kåkade för 3 - 5 veckor sedan (inställbart)"*

Man, 59 år

*"Ett större utbud av robotiserade tjänster för hemmet och bilen, oavsett ålder, kön, språk etc. Den digitala världen hjälper oss hålla reda på våra prylar i hög grad, en så självklar del som personlig stöldmärkning finns då i alla dyra märkeskläder, de "rånsäkras". Borde redan finnas!"*

Kvinna, 73 år

*“Mycket med hur ditt hem “mår”. Dvs att alla saker är uppkopplade så kan du se allt från elförbrukning, till matens kvalitet, till dags att ta ut soporna osv. Också för att ha koll på hur klimatsmart du är (eller inte). Mycket röststyrning också.”*

Man, 25 år

*“Utvecklingen tror jag egentligen bara kommer gå i samma riktning som den vi ser nu, nämligen att mer och mer ska automatiseras på så sätt att människan endast behöver röst för att styra saker, eller att man endast gör det en gång och föremålet sköter resten själv resten av tiden. Vilka smarta prylar som kommer att dyka upp... ja, det räcker väl med att man tittar sig runt i rummet man befinner sig i; det är fönster, lampor (i större utsträckning än det vi redan ser), dörrar, klockor, gardiner, element, kranar, ja till och med väggar och tak, kanske. Alltså, i princip vad som helst kommer människan försöka automatisera, för att förenkla sin vardag. Kommer sluta som karaktärerna i rymdskeppet i filmen Wall-E till slut, för att överdriva det lite.”*

Man, 19 år

### Hälsofrämjande prylar

Många hoppas på smarta prylar som gynnar vår hälsa. Vissa menar att egenmonitorering, det vill säga att själv kunna mäta och kontrollera sin hälsostatus, kan ha blivit önskvärt som en effekt av pandemin. Det spekuleras kring allt från inopererade chip, hälsofokuserade smartklockor till helt nya prylar med sensorer som kan göra hälsokontroller, ställa diagnoser och meddela vad vi behöver. Kanske kan de till och med känna av våra sinnestillstånd och känslor för att hjälpa oss att må bättre.

Några, i synnerhet äldre, tror på nya prylar eller appar som är uppkopplade mot vården med vårt godkännande. Detta skulle göra att läkare kan följa vår hälsostatus vid behov och att vi kan välja om vi vill vårdas i våra hem istället.

Andra exempel på hälsoprylar som förutspås är smarta tandborstar som varnar för karies innan det uppstår, och portabla luftrenare. Kanske kommer smartklockan att kunna mäta luftkvaliteten och varna för föroreningar. Kan träningsutrustningen bli så smart att den känna av vilken nivå av träning som är perfekt för dig just den dagen? Kanske har vi även digitala personliga tränare för träning i hemmet.

*“En kroppsavkännare som talar om vad du behöver idag tex B-vitamin, gå minst 5000 steg, drick inte mjölk, stressnivå, sömnbehov m.m”*

Man, 83 år

*“Implantat som håller koll på hälsomarkörer”*

Kvinna, 27 år

*“Prylar som kan testa om du är sjuk, har virus, bakterieinfektion  
el dyl. Om inte annat hade det tacksamt tagits emot.”*

Kvinna, 44 år

*“Hoppas på fler diagnostest för kroppen via telefon eller smartdevices”*

Man, 44 år

*“Smartklocka som känner när man är ledsen och varnar/hjälper den  
personen. Kanske skickar meddelande till någon närstående.”*

Kvinna, 39 år

*“Hälsa och sjukdomstillstånd. Typ att se sin hälsostatus i nutid som larmar  
om värden eller allmäntillståndet är farligt. Hjärta, puls, blodtryck,  
syresättning hålls koll på per automatik och larm går om nivåerna är fel.”*

Kvinna, 58 år

*“Bättre tjänster för träningsredskap och anpassning för  
individuell träning i hemmet (digital PT).”*

Man, 46 år

### **Robotar och AI**

Robotar är en given del av vår smarta framtid enligt många och hänger nära samman med utvecklingen av artificiell intelligens (AI). Vi kommer att ha hushållsrobotar som städar och tjänar oss i hemmet. De kommer att underlätta och effektivisera vår vardag men också vårt yrkesliv. Robotar lär kunna göra allt från att ersätta monotont och farligt arbete till att arbeta i sjukvården och äldreomsorgen med omsorg och terapi.

Robotarna tros vara människolika. Kanske kommer de att kunna bli våra vänner? “Social” AI är något som nämns av flera, som tror att isolering och ensamhet under pandemin drivit på denna utveckling. Ensamheten, i många fall hos äldre, kanske kan avhjälpas med AI-kompisar? Kanske även robohusdjur utvecklas? Kommer dessa robotar att kunna läsa våra tankar och känna av våra känslor? Sannolikt kommer i alla fall dagens konversationsbaserade röstassistenter som Alexa och Siri att utvecklas stort – eller bli utkonkurrerade av något helt nytt.

*“Med tanke på utvecklingen av AI (Artificiell Intelligens) så kommer vi  
förmodligen att skapa en större fascination för robotar än vad vi redan  
har. Jag tror att det kommer finnas som små tjänstefolk i form av robotar,  
ca 30 cm - 1 meter höga (på hjul). Dessa små robotar kommer kunna  
bädda sängar, hämta mat / dricka från kylar och skåp och städa.”*

Kvinna, 18 år

*“Mer teknik för att förhindra och förebygga ensamhet, exempelvis robotar eller appar som är kompatibla i hemmiljön, som man kan ha intressanta samtal med samtidigt som man lär sig ny information.”*

Kvinna, 24 år

*“Utveckla robothusdjur med viss AI-funktion för sjuka, ensamma och isolerade, funktionsnedsatta personer, som också kommer ha viss assistent-/kompisfunktion. Man kommer att utveckla AI-terapi så att alla som behöver samtalsterapi mot fobier, ångest, ptsd, beroendeproblem, sorgbearbetning etc, kan få hjälp hemma eller var man nu befinner sig.”*

Kvinna, 51 år

*“Mer fungerande AI/Maskininlärning som faktiskt kan stödja oss. I dagsläget fungerar inte det som benämns som AI, exempelvis Alexa eller Siri. Siri kan bara lösa enklare uppgifter. Uppgiften “ta kort när alla ler” eller “ta kort om 4 sekunder” kan ingen av tjänsterna lösa, vilket för oss är fundamentalt enkla uppgifter.”*

Man, 37 år

*“Det går mot att det finns någon typ av AI i allt vi använder. Dess saker och arbetsverktyg lär sig och anpassar sig efter hur vi använder dem. Vi kommer att med tiden förvänta oss att allt vi använder har någon typ av intelligent beteende och anpassning till just mig.”*

Man, 80 år

### **Självkörande bilar**

Den smarta “pryl” som de flesta spontant nämner är självkörande bilar. Dessa finns till viss del redan idag men om fem år tros de vara hos allmänheten, och kanske till och med mer vanliga än de manuellt styrda bilarna. Röststyrning och självnavigering kommer att utvecklas, och inom fem år är kanske de smarta bilarna helt förlärlösa tack vare etablerad och beprövad teknik för detta. Några få spår till och med att våra bilar kan vara flygande eller “flytande”.

Överlag tror man att uppkopplade bilar kommer att ge ökad säkerhet i trafiken. Detta inte bara för att de smarta bilarna har bättre reaktionsförmåga än människor utan även genom andra inbyggda smarta system, exempelvis varningssystem för vilt som är på väg ut på vägen.

*“Självkörande bilar kommer komma i större utsträckning på allmänna vägar. Med utveckling som pågår kommer det bli säkrare än att människor kör själva.”*

Man, 31 år

*“Fordon som kommunicerar med andra fordon för ökad trafiksäkerhet.”*

Man, 52 år

*“En flytande bil för att man har redan gjort en flytande skateboard”*

Man, 12 år

## Vårt smarta samhälle

### Smarta samhällsfunktioner och infrastruktur

Det svenskar spontant nämner kopplat till det smarta samhället om fem år handlar främst om betalning, identifiering, trafik, drönare och prylar som gynnar miljön (mer om det under “Klimatsmarta prylar”). Betalning och identifiering spås ske via fingeravtryck, ögonscanning eller biochip. Kanske blir kryptovalutor mer vanliga. Butiker tros bli helt obemannade och hemleveranser kommer att ske via drönare. Drönarleveranser ses som miljövänliga men att arbetstillfällena förvinner kan också väcka oro.

Många tänker också på trafiken. Nya smarta system som styr om trafiken och ser till att köbildning inte uppstår. Utöver smarta bilar kommer också smarta flyg, smarta tåg och smarta båtar. Allmänna transporter och kollektivtrafik lär bli förarlösa. Likaså kommer varutransporter och andra tunga arbetsfordon att bli helt självkörande och inte behöva någon bakom ratten.

Byggindustrin tros också förenklas genom AR, VR och hologram. AR och VR lär också utveckla våra yrkesliv, studier och vår mediekonsumtion (mer om det under “Media, AR & VR”). En annan sektor som ofta nämns är vården. Mer vård i det egna hemmet med smart övervakning kopplad direkt till vården. Robotar tros också kunna avlasta vården och många andra sektorer (mer om det under “Robotar och AI”).

*“Jag känner viss oro inför den digitala framtid vi går mot. Att exempelvis leveranser börjar ske med hjälp av drönare istället för faktiska människor är något jag ser hända inom 5-10 år då det går mer och mer åt att robotisera arbeten som finns i samhället”.*

Kvinna, 29 år

*“Leveranser med hjälp av drönare vid onlineköp. Pizza, matkasse, kläder etc. Detta då det ger snabbare leverans samt mindre klimatavtryck.”*

Kvinna, 29 år

*“Smarta mobilitetstjänster (bil, kollektivtrafik, elcyklar, mm) och förarlösa hemleveranser i städerna. Landsbygden kommer halka efter med allt detta”.*

Man, 51 år

### Klimatsmarta prylar

Många tror att nya smarta tjänster och prylar kan komma att gynna miljön. Visionen är att dessa smarta lösningar enkelt ska mäta vår klimat- och miljöpåverkan – “vårt

footprint på jorden". De ska också hjälpa oss att minska belastningen på miljön och stötta oss i att leva ett mer miljömedvetet liv.

Många nämner prylar som hjälper oss att effektivisera vår energianvändning och styra vår elkonsumtion. Det kan också vara kylar, frysar och skafferier som håller koll på bäst före-datum och därmed minskar matsvinnet. Eller smarta batterier som håller längre och som laddas via sol eller rörelse. Flera tror på smartare och mer klimatvänliga tjänster för leveranser, som drönare. Tekniken för digitala möten lär utvecklas i rask takt, och bli mer eller mindre norm i yrkeslivet då virtuella möten ger mindre klimatpåverkan. Likaså lär digitala läkarbesök, där så är relevant, öka.

De allra flesta tror att smarta prylar kan göra oss mer klimatsmarta. Några hävdar dock att fler nya prylar, oavsett om de är smarta eller ej, bara är ytterligare en belastning på miljön.

*"Jag tror att alla olika typer av uppkopplade prylar kommer att utvecklas på något sätt. En stor faktor i detta, tror jag, är miljön. Då världen nu jobbar mot ett mer klimatsmart uppbyggt samhälle. Därav tror jag att flera olika prylar från idag kommer att dyka upp om fem år fast mer utvecklade efter miljön. Såsom mobil eller datorer, det vill säga uppkopplade prylar som alla olika åldrar använder dagligen vare sig det är för jobb eller nöje, tex spel."*

Kvinna, 13 år

*"Prylar som gör oss mer miljömedvetna, vilket är motsägelsefullt för slutade vi överkonsumera och dela på våra resurser över världen på ett annat sätt hade det nog sett annorlunda ut. Men det är ju sjukt svårt att ändra en hel värld."*

Man, 41 år

*"Tror det blir mindre uppkopplade "onödiga" prylar och mer prylar som faktiskt har nytta av uppkoppling ex värmesystem etc. Digitaliserad hållbarhet eller hållbarhet genom digitalisering."*

Man, 35 år

*"Det känns som att det borde komma fler prylar som ska spara el eller på något sätt hjälpa till med den pågående klimatkrisen"*

Kvinna, 15 år

*"Oj det är svårt att ens fantisera om. Men jag hoppas att det kommer fler klimatsmarta lösningar. Klimatförändringar, elförsörjning, transporter, konsumtion, psykisk ohälsa bland unga. Kan den digitala världen med fler och nya smarta uppkopplingar hjälpa till att bidra till en mer Hållbar framtid?"*

Kvinna, 52 år

*"Ser just nu inget behov av nya prylar, vare sig uppkopplade eller ej. Klimathänsyn talar för att inte köpa så mycket nytt."*

Man, 76 år



### Media, VR & AR

Många tror att medielandskapet fortsätter att utvecklas i rask takt, i synnerhet med hjälp av VR (Virtual Reality) och AR (Augmented Reality). Flera tror på mer sammankopplade medier och pakettjänster som innehåller fler möjligheter som film, musik och annan underhållning. En del menar att medier till en början lär bli allt mindre textbaserade och istället bestå av mer bild eller ljud. Sedan kommer VR och AR gradvis att ta över i form av nya, kreativa sätt att förmedla nyheter, berättelser och annonser. Medier kommer alltmer att konsumeras via upplevelser.

Sociala medieplattformar antas också utvecklas mot VR och kanske bli mer sociala VR-communities. Några tror att det utvecklas fler alternativa sociala medier som gör att man "får gehör för egna åsikter". Några andra spår att våra profiler på sociala medier blir allt viktigare för att de kan öppna upp eller begränsa möjligheter i den fysiska världen.

Våra digitala kommunikationstjänster kommer också att utvecklas med VR. En del tror att VR-världen kommer få oss att känna fysisk närvaro med andra, som att vi sitter runt samma digitala bord. Inte bara i sociala sammanhang utan också i arbetslivet i form av exempelvis VR-möten från olika hemmakontor eller VR-konferenser. Även skolan kommer att utvecklas med både VR och AR för att öka lärandet.

Att virtuellt titta på film eller tv-serier tillsammans med vänner som inte är i samma rum eller ens i samma stad kommer att bli vardagsmat – ungefär som gamers gör idag när de spelar ihop virtuellt. Spelen tros bli "häftigare" tack vare mer inslag av VR och AR. Likaså väntas kulturupplevelser bli "coolare" och mer tillgängliga för alla. Fysisk träning kommer också att få en skjuts av VR. Det hoppas i alla fall en hel del på. AR och VR kommer helt enkelt att ge starkare upplevelser på bred front i den uppkopplade världen.

*"Media kommer att bestå av mindre text, mer videomaterial. Folk blir latare och latare och orkar inte läsa lika mycket som tidigare, eftersom de inte behöver det - allt finns i videoformat. Bingwatcha serier tillsammans med kompisar fast vi är i olika lägenheter med VR."*

Kvinna, 27 år

*"Vi kommer slippa läsa tidningar och nyheter och uppleva dom med VR istället. AR i mobilen så att jag kan veta allt om allt och lära mig och inte bara för pokémon. VR till gypspalektionerna. Och jag tror att min hund kan bestämma över sin matskål."*

Kvinna, 14 år

*"Det kommer nog fler virtuella chatrum eller liknande, som Facebook föreslår med metaverse."*

Man, 14 år

*“VR kommer kanske få större utrymme inom underhållning, begränsas just nu av kostnad, utbud och fysiskt utrymme. Gamingen kommer bara bli bättre med mer VR. Ev. Uthyrning/subscriptions för Virtuella maskiner som man kopplar sig till från sin egen PC i brist på lokal prestanda. Cyber sec lär ju växa, men om det är något som kommer märkas på «konsument»-sidan vet jag inte.”*

Man, 30 år

*“Digitala hemkontor kommer att utvecklas betydligt mycket mer. Något som påminner om kontorslandskap fast digitalt där vi ser/ kan interagera med kollegor trots att vi arbetar hemifrån.”*

Man, 43 år

*“Jag tror att VR-prylar för att kommunicera på distans kommer att utvecklas, mot att mer efterlikna fysisk närvaro. Även beröring via prylar på distans kommer bli vanligare.”*

Kvinna, 29 år

## Vårt smarta framtid – bättre eller sämre?

### Smartare och bättre

Fler ser positivt än negativt på hur den digitala världen med olika smarta uppkopplade prylar kommer att utvecklas inom de närmaste fem åren. Nya prylar kommer till exempel att förenkla vår vardag, göra oss mer klimatsmarta, hjälpa oss att förebygga sjukdom och ensamhet, ge ökad trafiksäkerhet, ökat lärande, smidigare arbetsliv, ökad virtuell gemenskap och dessutom underhålla oss på helt nya nivåer.

Ytterligare ett positivt inslag är att många tror på både ett mer tillgängligt och inkluderande samhälle tack vare smarta prylar. Vi kommer att utveckla teknik som är mer anpassad för utanförskapsgrupper som äldre, funktionsvarierade och de som talar olika språk. Detta kommer i sin tur göra olika samhällsfunktioner mer tillgängliga för alla.

Vi kommer också att få ett starkare och godare internet enligt många. Säkerheten kommer att öka i takt med att fler prylar blir uppkopplade och risken för hackare kommer att minska. Mer lagar och regler kommer att förbättra integritetsskyddet och faktagranskningen. Internet spås också få förenklade gränssnitt och algoritmer för utveckling av smarta produkter.

*“Jag tror det kommer gå framåt och att det kommer bli säkrare att vara på nätet utan att bli kränkt eller påhoppad”*

Man, 13 år

*“Tror internet kommer bli mer transparent, att vi hittar vägar att avslöja anonyma ryktesspridare m.m.”*

Man, 96 år

*“Prylar som är mer användarvänliga för funktionsnedsatta personer, prylar som är kompatibla med varandra så funktionsnedsatta kan använda dem. Till exempel en tvättmaskin kan styras med en app i telefonen, telefonen kan vara anpassad till en blind person som använder röstkommandon, men själva appen kan inte känna igen röstkommandon. Och därför kan den blinda inte använda tvättmaskinen.*

*Såna saker hoppas jag att man utvecklar och gör tillgängligt för alla.”*

Kvinna, 26 år

*“Virtuella hjälpmedel i 3D med röststyrning både som information, instruktioner och hjälp i kontakter med olika instanser. Kommer att underlätta för alla med språksvårigheter och göra hela samhället mer lättåtkomligt.”*

Man, 63 år

*“IFTTT tror jag kommer utvecklas. Ett mer generaliserat gränssnitt för smarta produkter. Exempelvis att man kan ha “Mitt hus” där larm, lås, värmepump, tvättmaskin mm är samlade i en och samma app. Antingen via ett gränssnitt för en hub eller att tillverkarna har t.ex en QR-kod som är kompatibel med valfri app där alla produkter kan samlas. Hade jag haft någon fantastisk idé på en specifik produkt hade jag ju naturligtvis inte talat om det.”*

Man, 33 år

### Smartare men sämre

Det är bara några få procent som spontant uttrycker något direkt negativt. Det betyder inte att resterande svar är enbart positiva. De kan vara neutrala eller sakna en åsikt. Vi vill här sätta ett strålkastarljus på de farhågor som nämns.

En oro är att smarta prylar kommer att göra oss latare och dummare genom att vi låter tekniken ta över. Man betraktar smarta prylar som onödiga och att fler prylar är dåligt för miljön. Det finns också en rädsla för att vi blir mindre sociala, mindre empatiska och mindre lyckliga ju mer tid vi är uppkopplade. Vissa smarta prylar som inopererade chip och självkörande bilar kan också upplevas som skrämmande.

Man litar inte heller på säkerheten i de smarta prylarna och menar att ökad användning och “beroende” leder till ökad sårbarhet. Rädslan för cyberbrott och att bli utnyttjad av storföretag och myndigheter som “kartlägger våra liv” är också närvarande. Några enstaka är också rädda för att vi utvecklar så intelligenta prylar att de tar över och vi inte längre kan styra dem. Kan dylika domedagsprofetior, hot om cyberbrottslighet och integritetskränkningar till och med avskräcka en del av oss från att använda smarta prylar?

Den snabba tekniska utvecklingen av smarta prylar skapar också en stress över att behöva lära nytt. I synnerhet bland äldre finns en oro för att mer smarta prylar kommer att öka det digitala utanförskapet hos de som inte hänger med i utvecklingen (läs mer under “Äldre tycker till”).

*“Jag hoppas inte det kommer fler smarta prylar, vi människor behöver snarare utveckla vår empati. Det är viktigare.”*

Kvinna, 14 år

*“Jag vet inte. Jag hoppas egentligen att hela internet of things-trenden lägger sig, den skapar bara säkerhetshål, integritetsproblem och resursslöseri.”*

Man, 20 år

*“Oj, bra fråga! Jag är rätt så rädd för utvecklingen med “smarta” prylar. Folk blir dummare, vi behöver inte använda våra hjärnor längre att tänka efter.”*

Kvinna, 31 år

*“Fler och fler prylar kommer att bli tillverkade och utvecklade. Alla kommer bli mer latare och inte orkar göra någonting själva”*

Man, 15 år

*“Tveklöst kommer den digitala utvecklingen att gå vidare framåt. Det finns pengar att tjäna på detta. Tyvärr är jag övertygad om att med en ökad digitalisering, ökar vi även vår sårbarhet. Det krävs allt mindre för att ställa till med mycket. Den digitala terrorn kommer att utvecklas (som vanligt) lite snabbare än den allmänna säkerheten. Företagen idag är angelägna om att sälja alla sina fantastiska digitala tjänster, men man är inte lika angelägen om att bekosta säkerheten i samma grad. Det blir ofta den enskilde som “råkar illa ut” och företagen arbetar i bästa fall reaktivt för att åtgärda problematiken. För den enskilde är skadan dock redan gjord.”*

Kvinna, 50 år

*“Allt kommer bli mer digitaliserat och så även vårt sociala liv. Det kommer byggas upp ett parallellt digitalt samhälle där vi umgås istället för att träffas i verkligheten. Detta kommer spä på den psykiska ohälsan ännu mera!!”*

Man, 29 år

*“Hot från cyberattacker kommer att delvis minska intresset för smarta prylar.”*

Man, 48 år

*“Jag kommer nog även tycka att allt utvecklas för fort och att det kommer uppstå fler klyftor mellan åldrarna eftersom man inte hinner hänga med”.*

Kvinna, 21 år

*“Har ingen aning; jag är ingen “slav” under den digitala världen. Jag är snarare orolig över att den digitala världen kommer att utvecklas på ett sätt där ingen till sist kan styra vad som händer.”*

Kvinna, 74 år

### Äldre tycker till

Här låter vi våra äldre som är 65 år och äldre komma till tals. Samtliga äldre som besvarat denna fråga är internetanvändare. Flera av dem ger insiktsfulla svar som visar att de hänger med lika bra som i övriga åldrar, vilket även framgår av deras citat under föregående rubriker. Här kommer ytterligare två exempel:

*“Våra telefoner idag är för stora och blir mindre i omfång. AI kommer att finnas i robotar-som kan användas både hemma och på arbetet. Bilarna blir smartare. Vi kommer att sluta använda pengar i reell form. De betalkort vi använder idag kommer säkert att bli något som bara finns och vi scannar ögat för att betala mm. Tyvärr så blir samhället ännu sårbarare och i händelse av krig är landet lätt att inta då vi blir helt beroende av det digitala.”*

Kvinna, 66 år

*“Bilar blir alltmer självkörande. Hälsoövervakning för de som behöver det.(puls, blodtryck mm) Ännu bättre larmfunktioner i bostaden. Bärbart överfallsalarm så att men med en knapptryckning kan larma 112, med gps positionering.”*

Man, 73 år

Det är dock en större andel äldre som inte använder internet i samma omfattning eller lika ofta som de yngre och det visar sig i deras svar. Mer ofta än andra svarar de att de inte har “en aning” eller ens kan föreställa sig hur den digitala världen med olika smarta prylar kommer att utvecklas inom fem år. Många påpekar att utvecklingstakten går rasande fort, att det känns svårt att hänga med och att behöva lära om. Här hör vi några av deras röster:

*“Den digitala utvecklingen kommer att öka och jag försöker att “hänga med” så gott det går, känner frustration över hur tekniken hela tiden tar över vardagen. Svårt för oss äldre att hänga med, man känner sig dum och försöker ändå att hålla humöret uppe. Glappet mellan åldrarna blir större och större- tyvärr.”*

Kvinna, 80 år

*“Hoppas att jag slipper lära nått nytt.”*

Kvinna, 74 år

*“Utvecklingen går så fort att fantasin inte hänger med. Jag tror att den digitala utvecklingen inom hälsa- och sjukvård kommer att gå fort framåt med t ex robotar och utökade besök på distans.”*

Kvinna, 65 år

*“Utvecklingen går framåt med stormsteg hela tiden. Det kommer ständigt nya prylar. Hur de kommer att se ut är svårt att säga. Säkert är det kommer att dyka upp prylar som vi idag inte har en aning om att vi behöver, men som vi inte kan klara oss utan när de väl är här.”*

Man, 73 år

*“Vid 92 års ålder följer jag någotsånär aktivt med men mina framtidsfantasier är alltför torftiga!”*

Kvinna, 92 år

Många äldre påpekar också att användarvänligheten i uppkopplade prylar behöver förbättras. De upplevs bland annat som komplexa, krångliga och att de har svårbegripliga facktermer.

*“Vad som kommer att dyka upp har jag ingen uppfattning om, men jag skulle nog önska att datorer av olika slag blev mer lättbegripligare och lättare att använda än vad de är idag.”*

Man, 68 år

*“Jag hoppas att det utvecklas så det blir enklare och självklarare att installera nya funktioner, lägga till nya enheter,.. Köper jag en ny bil, så startar jag den och kör. Jag vet vilka funktioner jag kan vänta mig och ser till att jag vet hur jag gör för att kunna hitta dem. När jag installerar en ny enhet, en ny app får jag frågor, som jag inte förstår och jag vet inte om jag vill lära mig alla dessa förkortningar. Använd tydlig svenska utan fackuttryck!”*

Kvinna, 73 år

*“Smarta prylar är roliga men dålig funktionssäkerhet och krångliga att få igång.”*

Man, 78 år

Betydligt fler äldre än yngre uppger alltså att tekniken är krånglig och att de har svårt att lära sig. Men det finns även de som gillar att lära nytt, eller åtminstone har inställningen att det går om man bara vill, och att det är nödvändigt för att skydda sin integritet på nätet. Några berättar också att de hoppas på att den smarta utvecklingen går framåt med nya hjälpmedel och utbildningar som förenklar för dem.

*“Den digitala världen har stannat för gott. Man måste vara på sin vakt så att man inte utelämnar sig helt. Det är viktigt att veta hur man gör och har lite skydd i sin dator/telefon och att man måste lära sig och tänka framåt. Alla kan lära sig om man vill.”*

Man, 72 år

*“Jag lär mig främmande språk på nätet. Suveränt! Tror att mer folkbildning finns i framtiden på nätet. Sannolikt överhuvud taget mer utbildning digitalt. Rädsla för att “internetnissarna” finner totalt onödiga användningsområden. Koppla upp ditt kylskåp t.ex.”*

Kvinna, 75 år

*“Jag hoppas att det kommer fram hjälpmedel, så att jag kan använda telefon/platta, trots min allt sämre syn. En stor lättnad att använda vid “blipp”, swish osv. Hoppas någon tänker på oss som successivt mister synen.”*

Kvinna, 75 år

*“Vi är bara i början på datoriseringen. Utvecklingen sker i rasande takt, i huvudsak en utveckling till det bättre. Det man kan önska sig som en “senior citizen” är kanske att någon instans i samhället skall kunna hjälpa oss äldre att finna oss tillrätta - någon form av utbildning under lättsamma och trevliga former. Sådant finns ju redan i dag, men kan kanske behöva byggas ut.”*

Man, 76 år

En rädsla hos en del äldre är att samhället ska bli mindre “mänskligt” med fler uppkopplade prylar, i synnerhet för dem själva. De vill värna om den fysiska kontakten och upplevelser bortom skärmarna. Sådär uttrycker de sig:

*“Tyvärr går vi mot allt mindre mänsklig kontakt och mer chatrobotar. Samtidigt hoppas jag att medvetandet om vikten av den fysiska kontakten och beredskapen för att klara sig utan nät eller el under perioder ökar.”*

Kvinna, 65 år

*“Att man får prata med en intelligent robot istället för att sitta timmevis i telefonkö! Pensionärer får robotsällskap i brist på människor!! 🤖”*

Kvinna, 75 år

*“Förhoppningsvis avtar intresset för att vara uppkopplad. Människor blir mer selektiva när det gäller att sitta framför en skärm. Vistelser i det riktiga livet kommer att överglänsa.”*

Man, 68 år

Säkerhet är en av de viktigaste frågorna för många äldre. Några tror att smarta prylar kommer att öka säkerheten medan än fler har farhågor om allt från integritet till hackare. Såhär väljer några att sätta ord på sina tankar:

*“Säkerhet. Mer prylar för att övervaka egendom, t ex hus, båt, bil, traktor, 4-hjuling etc. Ligor far ju ständigt omkring.”*

Man, 81 år

*“Är orolig för att jag inte kan få vara privat när jag vill det. Bryr mej inte om övervakningskameror på allmän plats, men vill ej ha drönare över mitt hus, eller kamera i mitt rum på äldreboendet. Integritetsskydd är viktigt!”*

Kvinna, 71 år

*“Inga av de här prylarna är intressanta för mig med ytterligare utveckling så länge säkerheten på nätet är så DÅLIG. Man vågar - kan ju inte ens använda de som finns, de är inte så smarta när man inte kan använda sig av dem utan att bli lurad eller bedragen.”*

Kvinna, 79 år

*“Den kommer utvecklas till mer elände. AI kan var mycket bra men kräver samtidigt ett helt nytt samhälle. Självkörande bilar tveksamt. Vem har ansvar vid olyckor? Vilka smarta prylar som kan komma är nog helt omöjligt att förutse men jag hoppas på att samhällsviktiga funktioner får ett helt eget Internet.”*

Man, 68 år

*“Jag tror att massor av digitala smarta lösningar kommer att dyka upp hela tiden och att samtliga av de, som blir kvar kommer att missutnyttjas på allehanda sätt. Tror därför också att debatten om friheten på nätet kommer att stramas åt under vilda protester.”*

Man, 76 år

Kort summerat så har internetanvändande äldre mer ofta än andra ingen uppfattning om hur den digitala världen med olika smarta prylar kommer att utvecklas de kommande fem åren. Många anser att den tekniska utvecklingstakten går för fort för dem och att de behöver kämpa för att hänga med. Flera äldre oroar sig också för att den digitala världen gör oss mindre sociala och att robotar ska ersätta mänsklig kontakt.

Säkerhetsfrågor som rör både integritet och hackare väcker också oro och är en av de viktigaste frågorna för de äldsta. Men det finns också en spirande optimism bland de äldre att utvecklingen av smarta prylar kommer att medföra bättre tekniska hjälpmedel anpassade för dem. Likaså att det kommer att utvecklas smarta prylar som gör både den verkliga och digitala världen till en säkrare och bättre plats.



Låt oss reflektera över denne mans kloka och fina ord om hur han ser att internet kan bidra till en bättre värld:

*“Jag hoppas och tror att gemene man genom att avge sin röst kan komma att demokratiskt påverka olika viktiga frågor och ej enbart politiska. Till en början kanske mera lokalt - men drömmen är att även så kan ske globalt när alla i världen fått tillgång till internet. Jag tror att förståelse mellan människor i världen skulle öka och att orsaker till fatala missförstånd och krig skulle minska. Vi kunde hjälpa varandra mera om man först enas i den digitala världen.”*

Man, 79 år

### En möjlig bild av Sverige år 2027?

Här följer en kort sammanfattning av framtidens Sverige utifrån våra respondenters svar. Kanske är det såhär vardagen i Sverige kommer att se ut?

Om fem år är smarta prylar norm och de effektiviserar och förenklar vår vardag. Vi behöver inte ta upp mobilen för att kolla klockan eller läsa sms för det gör vi direkt i våra smarta glasögon. Det är heller inte längre nödvändigt att trycka på någon knapp eller skriva i våra enheter utan de är röst-, rörelse- och ögonstyrda. Vi har vikbara skärmar på våra mobiler och dessutom har nya, mindre enheter lanserats, som kan projicera hologram i 3D. Med ett chip i armen identifierar vi oss, gör betalningar, låser upp dörren och övervakar vår egen hälsa.

Vår hushållsrobot håller det helt uppkopplade hemmet rent och passar upp på oss. Kylan håller koll på bäst före-datumen så att vi inte har något matsvinn och beställer också själv hem maten som levereras av en klimatsmart drönare. Vi har full koll på vår egen klimatpåverkan och nya smarta prylar hjälper oss att leva miljövänligt. En klädapp tipsar oss om vad vi ska ha på oss och vi behöver inte känna oss ensamma för vi har alltid vår AI-kompis eller vårt robohusdjur som håller oss sällskap.

Ute på vägarna skjutsas vi fram i självkörande bilar och det bildas inga köer tack vare smarta sammankopplade trafiksystem. I de flesta arbetsmöten sitter vi i samma virtuella konferensrum som kollegorna trots att vi jobbar från hemmakontoret. Med VR kollar vi även film ihop med kompisar i olika städer om kvällarna. Ska vi ta del av nyheter så levererar medierna dem alltmer i form av upplevelsepaket med VR och AR, och allt mer sällan i text. AR och VR ger också utbildning och lärande en rejäl skjuts.

Äldre och funktionsvarierade har fått bättre och smartare tekniska lösningar anpassade för dem, men kämpar fortfarande för att hänga med och lära sig allt det nya. De oroar sig också för säkerhetsriskerna och det är de inte ensamma om. Även de yngre generationerna pendlar mellan att känna sig mer sårbara när så mycket av deras liv är uppkopplat och samtidigt tryggare tack vare de smarta säkerhetslösningar som utvecklats.

Den positiva känslan överväger. Samhället har ju blivit mer tillgängligt och inkluderande tack vare smarta uppkopplade prylar. Och vi vill ju gärna tro att prylarna kan göra precis allt för oss, som denna 53-åriga kvinna väljer att uttrycka det:

*“En smart pryl som vet precis vad jag behöver, vad jag tycker om. Ger förslag på kläder, mat, resor, utbildningar mm.”*  
Kvinna, 53 år

# Kapitel 10: Barnen och internet



# Många föräldrar känner inte till att deras barn drabbats av näthat

I det här kapitlet tar vi reda på hur barn i åldern 8–19 år upplever sin tillvaro på internet – allt från hur det berikar dem till hur utsatta de ibland kan vara. Upplever barnen att nätet är lärorikt? Gör tid på nätet barnen för stillasittande? Kan barn känna sig utanför om de inte får vara på sociala medier? Vi får också ta del av föräldrarnas perspektiv – vet föräldrarna om barnen har kompisar på nätet? Hur mycket känner de till om näthat, kränkningar och annan utsatthet som barnen kan drabbas av? Och vad tycker egentligen föräldrarna om skolplattformarna? Det och mycket annat får vi svar på och ofta jämförs barnens och föräldrarnas bild.

För detta kapitel vill vi rent metodologiskt tydliggöra att om den svarande föräldern har flera barn i åldersspannet 8–19 år så har föräldern endast fått svara för ett slumpmässigt valt barn. Barn under 16 år har i sin tur blivit intervjuade efter målsmans godkännande. För mer information, se *Metodbeskrivning*.

Vi ser bland annat följande:

- På internet lär sig barn nya saker och framför allt blir barnen bättre på engelska. Det är både föräldrar och barn överens om, även om barnen är lite mer övertygade än föräldrarna – i synnerhet pojkar. För mycket skärmtid gör dock föräldrarna oroliga för att barnen ska bli för stillasittande och att de ska få sämre kondition. Det oroar dock inte barnen så värst mycket och störst är gapet mellan föräldrar och yngre barn.
- Barn har kompisar på nätet som föräldrarna inte känner till. Det gäller både kompisar som de bara umgås med online men även kompisar de först träffat på nätet och sedan i den fysiska världen. Vanligast är det att ha nätkompisar på högstadiet och gymnasiet men redan i mellanstadiet har var fjärde barn nätkompisar. Föräldrar har bättre koll på sina söners nätkompisar än de har på sina döttrars kompisar på nätet.

- Fler föräldrar än barn upplever skärmtiden som tillräcklig för att barnet inte ska känna sig utanför i sociala sammanhang på nätet. Skillnaden är som störst mellan föräldrar och tonåringar. Föräldrar kan känna sig tvungna att ge sina barn konton på sociala medier för att barnen inte ska känna sig utanför. Framför allt föräldrar till barn i mellan- och högstadiet. Utan sociala medier finns det barn i alla åldrar som skulle känna sig utanför. Det gäller i synnerhet tonåringar - och genomgående fler flickor än pojkar.
- Andelen barn i ålder 12-19 år som har utsatts för näthat eller att någon skrivit något negativt om dem har nästan fördubblats från 9 procent år 2021 till 17 procent år 2022. Andelen ökar bland både högstadie- och gymnasieungdomar och lika många flickor som pojkar är drabbade. Samtidigt känner inte ens hälften av föräldrarna till att deras barn utsatts för näthat eller negativa ord på nätet.
- Flickor utsätts i högre grad än pojkar för olika typer av kränkningar på nätet. Det är exempelvis dubbelt så många flickor som pojkar som drabbats av oönskade kontaktförsök på nätet under året. Tre gånger fler flickor än pojkar har fått stötande eller obehagliga bilder från personer de inte känner. Nästan dubbelt så många flickor har varit med om att vänner och bekanta delar bilder på dem på nätet som de inte vill ska delas.
- Många föräldrar upplever problem med skolans plattformar. Endast 3 av 10 föräldrar till barn i ålder 8-19 år anser att skolplattformarna är användarvänliga och lika många är direkt missnöjda med plattformarnas användarvänlighet. Det finns även många som inte anser att skolans portaler och plattformar innehåller den information de behöver - 1 av 5 föräldrar saknar relevant information.

## Innehåll

### Barns internetanvändning

- 10.1 Föräldrar om barns internetanvändning - fördelat på skolstadier
- 10.2 Barn om hur ofta de använder internet - fördelat på skolstadier

### Är internet bra för lärande?

- 10.3 Barn lär sig nya saker på nätet - fördelat på föräldrar/barn/skolstadier
- 10.4 Barn lär sig engelska på nätet - fördelat på föräldrar/barn/skolstadier

### Gör internet barn stillasittande?

- 10.5 För mycket skärmtid gör barn för stillasittande - fördelat på föräldrar/barn/skolstadier

### Har barn kompisar på nätet?

- 10.6a Barn har nätkompisar de endast träffat på nätet - fördelat på föräldrar/barn/skolstadier

- 10.6b Barn har kompisar de först träffat på nätet – fördelat på föräldrar/barn/skolstadier

**Känner barn sig utanför utan internet?**

- 10.7 Barn har tillräckligt med skärmtid för att inte känna sig utanför – fördelat på föräldrar/barn/skolstadier
- 10.8 Barn känner sig utanför utan sociala medier – fördelat på skolstadier
- 10.9 Föräldrar känner sig tvungna att ge barn konton på sociala medier – fördelat på skolstadier
- 10.10 Barn behöver be om lov för att ladda ned en app – fördelat på föräldrar/barn/skolstadier

**Barns utsatthet på nätet**

- 10.11a Barns utsatthet för kränkningar på nätet – fördelat på föräldrar/barn
- 10.11b Barns utsatthet för kränkningar på nätet – fördelat på skolstadier
- 10.12 Barns utsatthet för kränkningar på nätet – jämförelse år 2021-2022
- 10.13 Barns utsatthet för kränkningar på nätet – fördelat på föräldrar/barn/kön
- 10.14a Barn som ångrar vad de lägger upp på nätet – fördelat på föräldrar/barn
- 10.14b Barn som ångrar vad de lägger upp på nätet – fördelat på skolstadier
- 10.15 Barn som ångrar vad de lägger upp på nätet – fördelat på föräldrar/barn/kön
- 10.16 Föräldrars kännedom om skolans nätfilter mot porr och grovt våld – fördelat på skolstadier

**Föräldrars upplevelse av skolplattformar**

- 10.17 Skolplattformarnas användarvänlighet – fördelat på skolstadier
- 10.18 Uppfattning om skolplattformarnas innehåll – fördelat på skolstadier

Du kan även läsa mer om barnens digitala liv i följande kapitel:

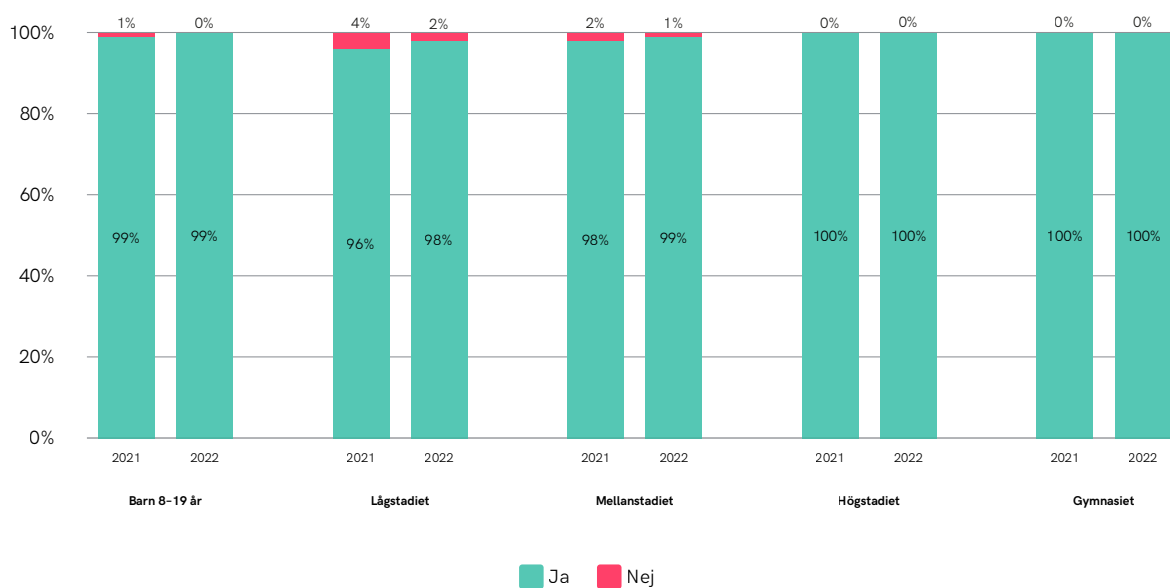
- 5 *Hur svenskar kommunicerar på nätet*
- 6 *Strömmande och digitala medietjänster*
- 7 *Sociala medier*
- 8 *Gaming och influencers*
- 9 *Det uppkopplade hemmet och framtidens smarta prylar*

# Barns internetanvändning

## Nästan alla barn använder internet

Vi har frågat föräldrar till barn 8-19 år om deras barn använder internet. Det visar det här diagrammet, fördelat på skolstadier.

Diagram 10.1, Bas: Föräldrar till barn 8-19 år, Fråga: Använder barnet internet? Med internetanvändning avser vi all användning oavsett om det är på dator, surfplatta, smartmobil (smartphone), spelkonsol etc. År 2021-2022 (FOI)



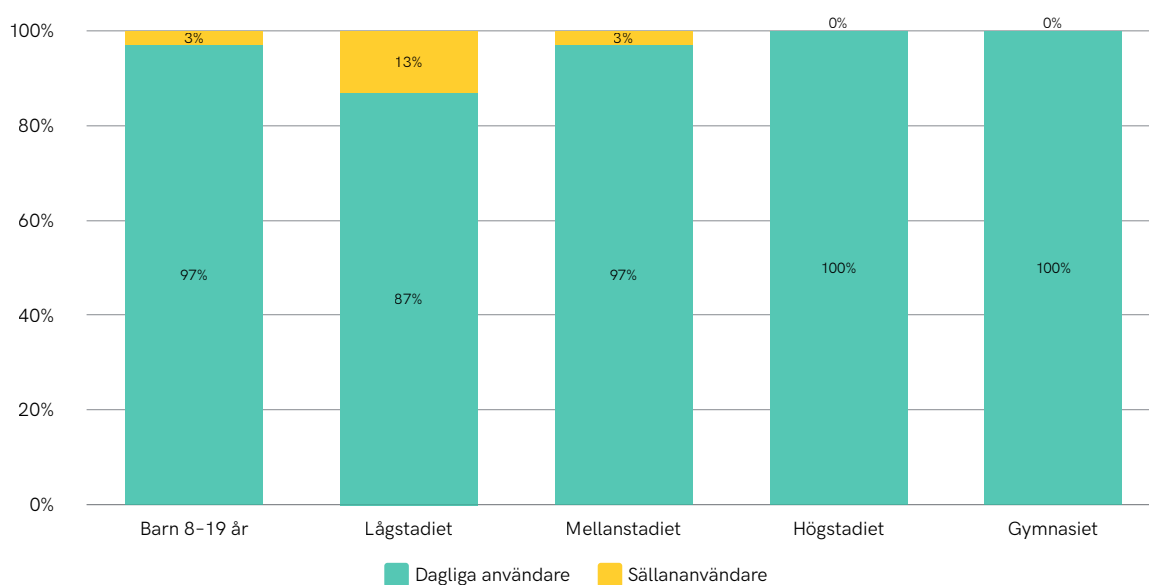
### Hur många barn använder internet?

- I princip alla barn 8-19 år (99 procent) använder internet.
- På låg- och mellanstadiet är det endast någon enstaka procent som inte använder internet. Förändringen från föregående år är inom felmarginalen.
- På högstadiet och gymnasiet använder alla internet.

## 9 av 10 lågstadiebarn använder internet dagligen

Vi har frågat internetanvändande barn och ungdomar 8-19 år om de använder internet dagligen eller mer sällan. Det visar det här diagrammet, fördelat på skolstadier.

Diagram 10.2, Bas: Barn 8-19 år, Fråga: Hur ofta använder du internet? Med internetanvändning avser vi all användning oavsett om det är på dator, surfplatta, smartmobil (smartphone), spelkonsol etc. År 2022 (Studie 2/BOI)



### Hur många barn är dagliga användare av internet?

- Nästan alla barn 8-19 år (97 procent) använder internet dagligen.
- 9 av 10 lågstadiebarn (87 procent) använder internet dagligen och i mellanstadiet är 97 procent dagliga användare.
- I högstadiet och gymnasiet använder alla internet dagligen.

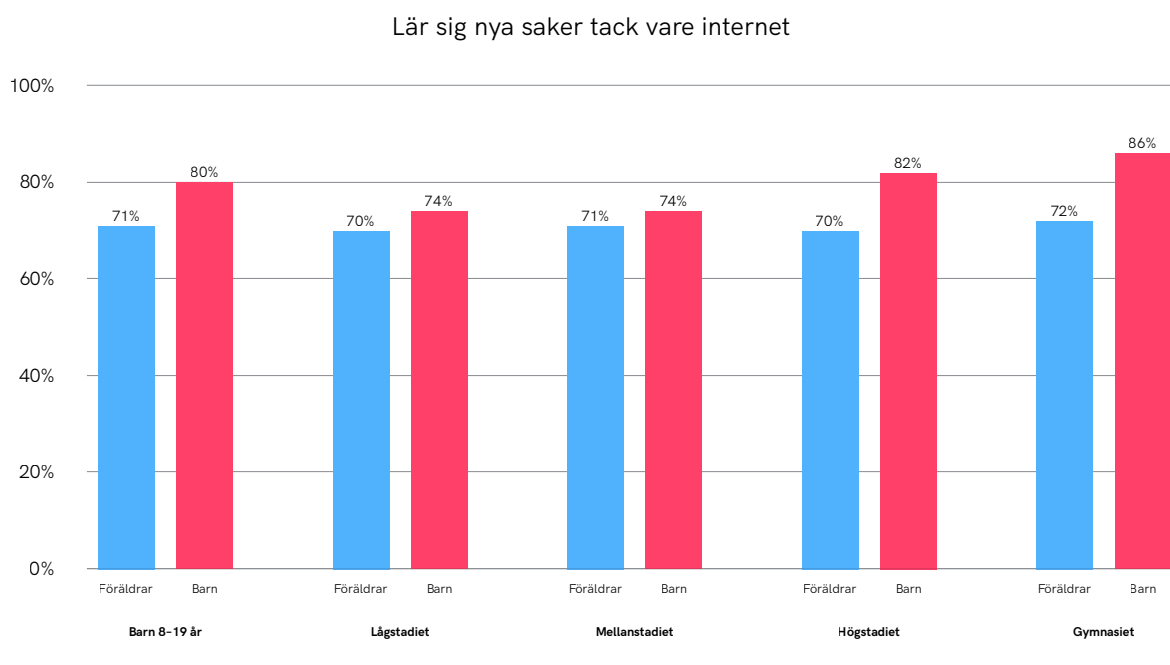


# Är internet bra för lärande?

## 3 av 4 lågstadiebarn lär sig nya saker genom att vara på nätet

Det här diagrammet visar hur många barn respektive föräldrar som anser att internet är bra för att lära sig nya saker.

Diagram 10.3, Bas: Föräldrar (F) till barn 8-19 år / Barn (B) 8-19 år, Fråga: Instämmer i följande...  
F: Mitt barn lär sig nya saker genom att vara på nätet / B: Jag lär mig nya saker genom att vara på nätet. År 2022 (FOI & BOI)



### Lär sig barn nya saker genom att vara på nätet?

Både barn och föräldrar upplever att barn lär sig nya saker tack vare internet. Barn anser detta i högre grad än föräldrarna, framför allt de som går på högstadiet och gymnasiet.

- 8 av 10 barn och 7 av 10 föräldrar anser att barn 8-19 år lär sig nya saker genom att vara på nätet.
- På låg- och mellanstadiet är det endast några få procent som skiljer barn (74 procent) och föräldrar (≈70 procent) åt.
- På högstadiet och framförallt gymnasiet är klyftan som störst mellan ungdomar och föräldrar då ungdomarna i betydligt högre grad anser att de lär sig nya saker. På gymnasiet skiljer det 14 procentenheter mellan föräldrar och ungdomar.

- Pojkar (83 procent) upplever i något högre grad än flickor (77 procent) att de lär sig nya saker tack vare nätet. Likaså tycker föräldrar till pojkar (73 procent) i större utsträckning än föräldrar till flickor (68 procent) att nätet ger deras barn nya kunskaper. \*)

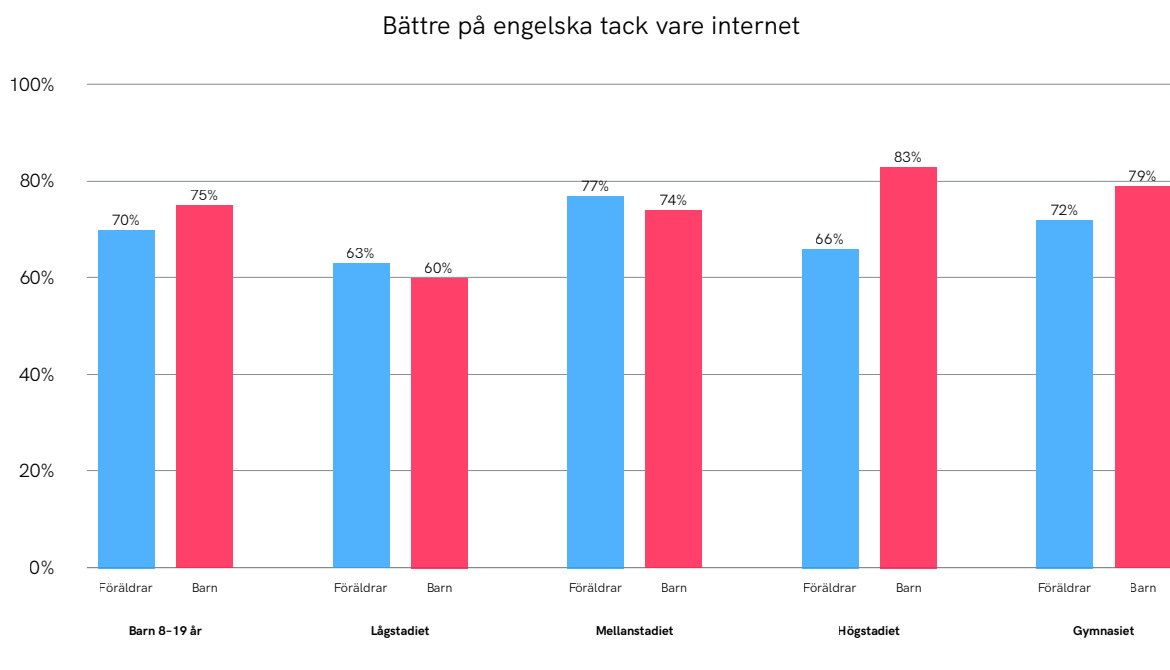
---

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## 8 av 10 högstadiesbarn bättre på engelska tack vare nätet

Det här diagrammet visar hur många barn respektive föräldrar som anser att barnet blivit bättre på engelska tack vare internet.

Diagram 10.4, Bas: Föräldrar (F) till barn 8-19 år / Barn (B) 8-19 år, Fråga: Instämmer i följande...  
F: Mitt barn har blivit bättre på engelska genom att vara på nätet / B: Jag har blivit bättre på engelska genom att vara på nätet. År 2022 (FOI & BOI)



### Blir barn bättre på engelska genom att vara på nätet?

Såväl barn som föräldrar upplever att barn blir bättre på engelska tack vare internet. Dock går åsikterna isär beroende på vilken ålder barnet är i.

- Det är något färre föräldrar (70 procent) än barn (75 procent) som anser att deras barn blir bättre på engelska genom att vara på nätet.
- På lågstadiet är det minst andel som anser att nätet förbättrar engelskkunskaperna hos barnen. Runt 6 av 10 är av den uppfattningen, dock marginellt fler föräldrar än barn.
- Mellanstadieföräldrarna (77 procent) är mest övertygade av alla föräldrar om att deras barn blir bättre på engelska genom att vara på nätet. Till och med lite mer övertygade än mellanstadiesbarnen själva.
- Högstadiesbarnen (83 procent) är de som mest av alla anser att de själva blir bättre på engelska tack vare nätet. Föräldrarna är inte alls lika övertygade. Det skiljer hela 17 procentenheter mellan barn och föräldrar.

- På gymnasiet minskar skillnaden mellan föräldrarna och ungdomarna men det är fortsatt fler gymnasieungdomar än föräldrar som anser att de blir bättre på engelska genom att vara på nätet.
- Pojkar (79 procent) upplever i högre grad än flickor (71 procent) att de blir bättre på engelska tack vare nätet. Likaså tycker föräldrar till pojkar (75 procent) i större utsträckning än föräldrar till flickor (63 procent) att nätet gör deras barn bättre på engelska. \*)

---

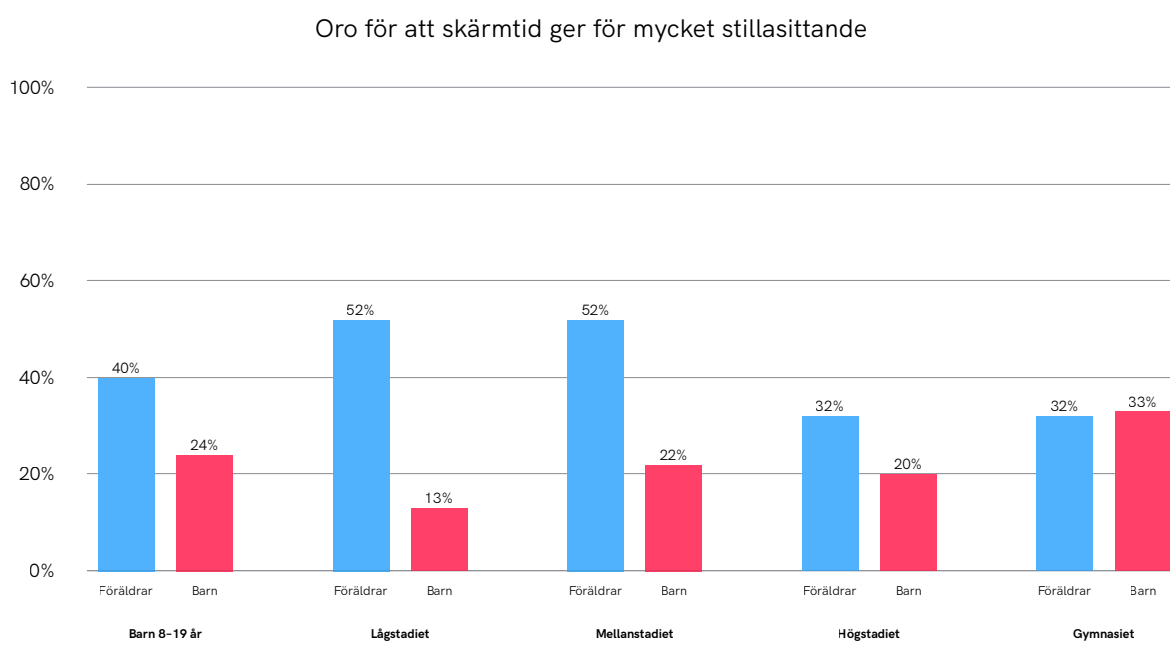
\*) För mer information, se *tabellbilaga*

# Gör internet barn stillasittande?

## För mycket stillasittande vid skärmen gör varannan låg- och mellanstadieförälder orolig

Det här diagrammet visar hur många barn respektive föräldrar som är oroliga för att för mycket skärmtid ger barnet för mycket stillasittande och sämre kondition.

Diagram 10.5, Bas: I Föräldrar (F) till barn 8–19 år / Barn (B) 8–19 år, Fråga: Instämmer i följande...  
F: Jag är orolig att för mycket skärmtid ska ge mitt barn för mycket stillasittande och därmed sämre kondition / B: Jag är orolig att för mycket skärmtid ska göra att jag sitter still för mycket.  
År 2022 (FOI & BOI)



### Gör för mycket skärmtid barn stillasittande?

Föräldrar är betydligt mer oroliga än barn att för mycket skärmtid ska göra barnen för stillasittande och att de ska få sämre kondition. Störst är skillnaden mellan föräldrar och yngre barn. Först i gymnasieålder börjar fler av ungdomarna att tänka på detta.

- Det är betydligt fler föräldrar (40 procent) än barn (24 procent) som oroar sig för att för mycket skärmtid ska göra deras barn för stillasittande.
- Mer än hälften av föräldrarna till låg- och mellanstadiebarn oroar sig vilket är mer än dubbelt så många jämfört med barnen. Minst oroliga av alla är lågstadiebarnen (13 procent).

- På högstadiet minskar oron bland föräldrarna kraftigt. Drygt 3 av 10 föräldrar till högstadiebarn oroar sig jämfört med 2 av 10 av barnen.
- På gymnasiet ökar oron bland ungdomarna och oron blir lika stor som föräldrarnas. Var tredje känner oro för att för mycket skärmtid ska ge för mycket stillasittande.
- Flickor (28 procent) är mer oroliga än pojkar (20 procent). Mellan föräldrar till flickor (40 procent) och pojkar (41 procent) finns ingen signifikant skillnad. \*)

Vill du läsa mer om hur många barn från 8 år som använder olika digitala medier, se *kapitel 6: Strömmande och digitala medier*.

---

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

# Har barn kompisar på nätet?

## Barn har kompisar på nätet som föräldrarna inte känner till

De här två diagrammen visar hur många barn som har kompisar på nätet och hur många föräldrar som känner till detta. Med kompisar på nätet, även kallade nätkompisar, menas dels kompisar som de enbart har på nätet och inte har träffat i verkliga livet (10.6a), dels kompisar som de först träffade på nätet och sedan i den fysiska världen (10.6b).

Diagram 10.6a, Bas: Föräldrar (F) till barn 8–19 år / Barn (B) 8–19 år, Fråga: Instämmer i följande...  
F: Mitt barn har kompisar som de enbart har träffat på nätet och inte i verkliga livet / B: Jag har kompisar som jag enbart har träffat på nätet och inte i verkliga livet. År 2022 (FOI & BOI)

Har kompisar enbart på nätet - ej träffat i verkliga livet

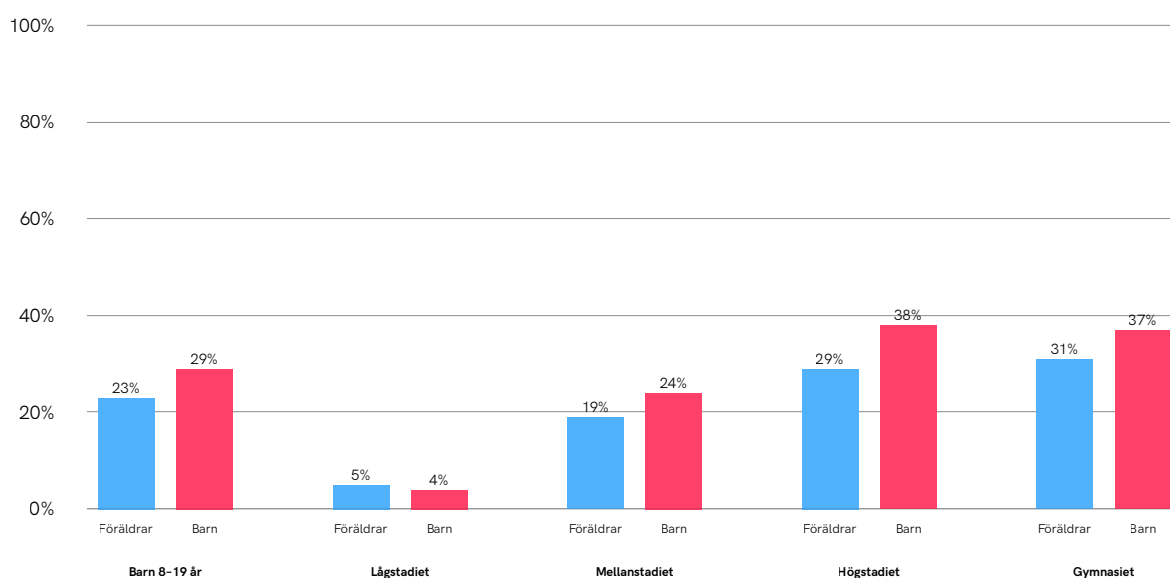
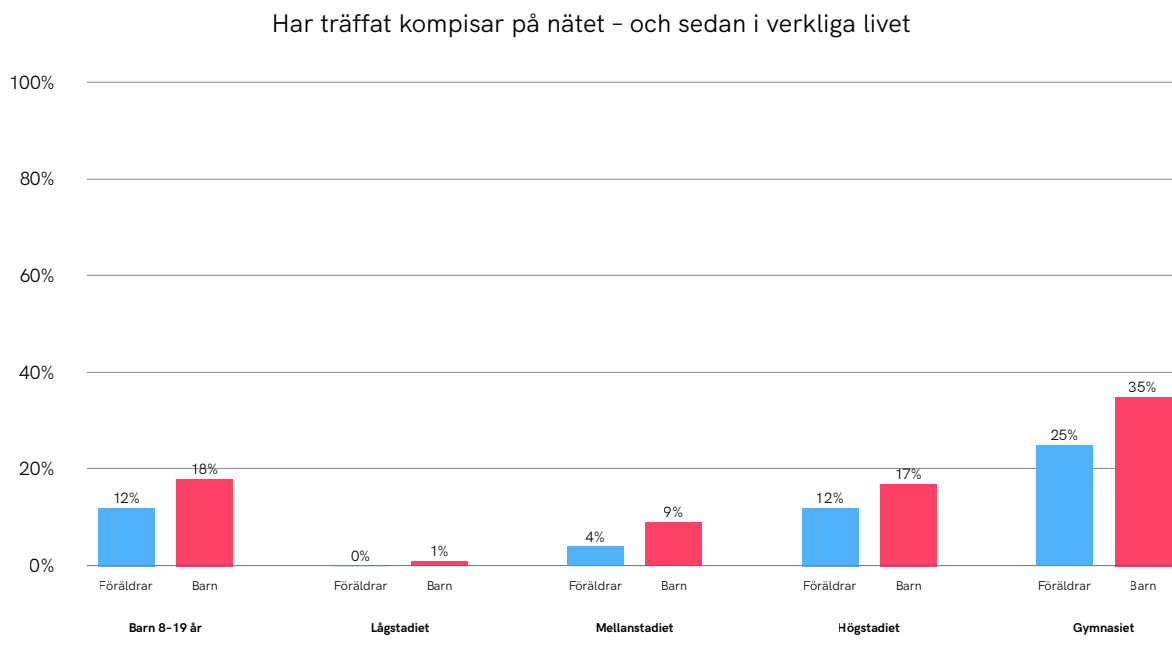


Diagram 10.6b, Bas: Föräldrar (F) till barn 8-19 år / Barn (B) 8-19 år, Fråga: Instämmer i följande... F: Mitt barn har kompisar som de först har träffat på nätet och därefter även i verkliga livet / B: Jag har kompisar som jag först har träffat på nätet och därefter även i verkliga livet. År 2022 (FOI & BOI)



### Hur vanligt är det att barn har kompisar på nätet?

Barn har fler nätkompisar än föräldrar känner till. Det blir mer vanligt förekommande redan från mellanstadieålder.

- Barn 8-19 år har fler nätkompisar som de inte träffat i verkliga livet (29 procent) än kompisar som de först träffat på nätet och sedan i verkligheten (18 procent). Föräldrar känner inte till dessa kompisar i lika hög utsträckning.
- På lågstadiet är nätkompisar mer ovanligt. Bara några få procent av barnen uppger detta och föräldrarna har god kännedom om dem.
- På mellanstadiet har minst var fjärde barn nätkompisar och en mindre andel föräldrar har vetskap om dem. Nästan tre gånger så många barn har nätkompisar som de inte har träffat i verkligheten jämfört med kompisar de först träffat online och sedan på riktigt.
- På högstadiet har mer än dubbelt så många barn nätkompisar som de inte har träffat i verkliga livet än kompisar de först träffat på nätet och sedan på riktigt. Föräldrarna fortsätter att halka efter i kännedom, i synnerhet om de som enbart är nätkompisar och som barnet inte umgås med i verkliga livet.
- På gymnasiet har nästan 4 av 10 ungdomar nätkompisar och föräldrarna har allt mindre kännedom om dem.



### Är det lika vanligt att ha kompisar på nätet bland pojkar och flickor?

- Fler pojkar än flickor har nätkompisar de enbart träffat på nätet och ungefär lika många pojkar och flickor har nätkompisar som de sedan träffat på riktigt.
- Föräldrar har betydligt bättre koll på sina pojkars än sina flickors nätkompisar som deras barn enbart umgås med på nätet.
- Föräldrar har lika låg kännedom om de nätkompisar som barnen sedan träffat i verkligheten bland sina pojkar och flickor.

	Pojkar	Flickor	Föräldrar pojkar	Föräldrar flickor
Enbart nätkompisar - ej verkliga livet	32%	25%	29%	16%
Först träffat på nätet - sedan i verkliga livet	17%	19%	11%	12%

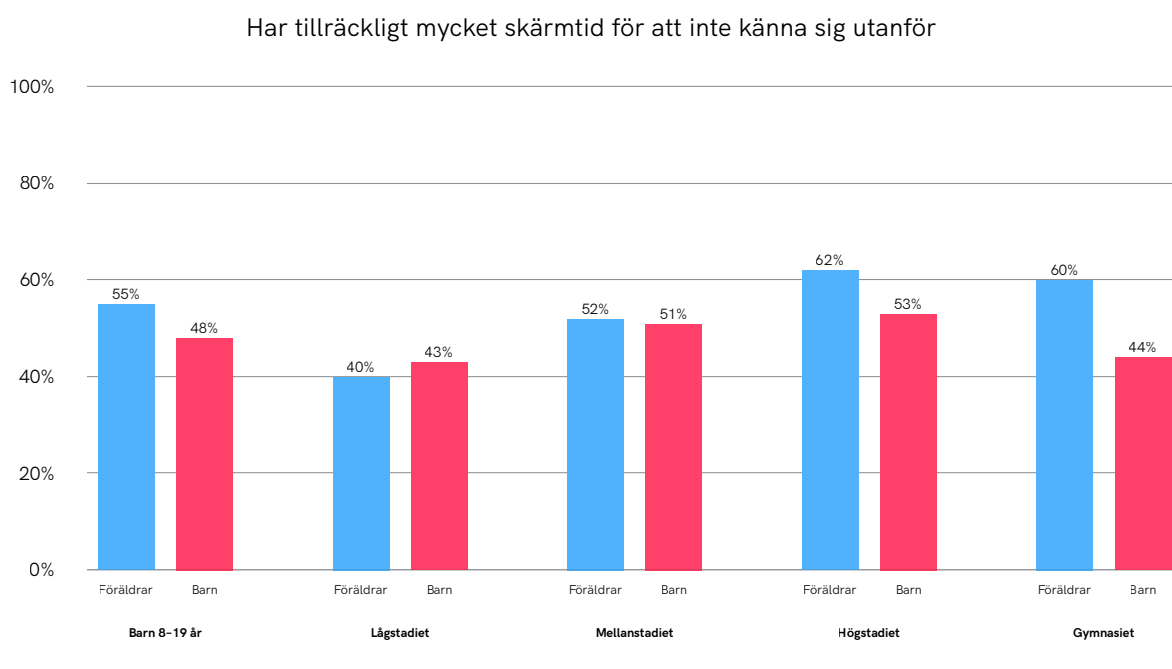
Vill du läsa mer om hur många barn från 8 år som umgås på digitala spelplattformar, se *kapitel 8: Gaming och influencers*.

# Känner sig barn utanför utan internet?

## Hälften av barnen känner sig utanför på grund av för lite skärmtid

Det här diagrammet visar hur många barn respektive föräldrar som upplever att barnet har tillräckligt mycket skärmtid för att inte känna sig utanför i sociala sammanhang på nätet.

Diagram 10.7, Bas: Föräldrar (F) till barn 8-19 år / Barn (B) 8-19 år, Fråga: Instämmer i följande...  
F: Mitt barn känner att det får tillräckligt mycket skärmtid så att det inte känner sig utanför i sociala sammanhang på nätet / B: Jag har tillräckligt mycket skärmtid så att jag inte känner mig utanför. År 2022 (FOI & BOI)



### Har barn tillräckligt mycket skärmtid för att inte känna sig utanför?

Föräldrar upplever i högre grad än barnen att deras barn har tillräckligt med skärmtid för att inte känna sig utanför, framför allt tonårsföräldrar.

- Fler föräldrar (55 procent) än barn (48 procent) upplever att deras barn har tillräckligt med skärmtid för att de inte ska känna sig utanför.
- På lågstadiet upplevs skärmtiden som minst tillräcklig, både bland föräldrar och barn. Bara runt 4 av 10 ser skärmtiden som tillräcklig.

- På mellanstadiet ser 5 av 10 skärmtiden som tillräcklig. Föräldrar och barn i lika hög utsträckning.
- På högstadiet börjar synen på skärmtid gå isär mellan föräldrar och barn. Drygt 6 av 10 föräldrar ser skärmtiden som tillräcklig jämfört med drygt 5 av 10 barn.
- Klyftan är som störst mellan föräldrar och gymnasieungdomar. 6 av 10 föräldrar ser skärmtiden som tillräcklig jämfört med drygt 4 av 10 ungdomar. Ungdomarna är alltså nere på samma låga nivå som lågstadiebarnen.
- Pojkar (51 procent) tenderar anse sig ha mer tillräcklig skärmtid än flickor (45 procent). Mellan föräldrar till pojkar och flickor är det ingen skillnad. \*)

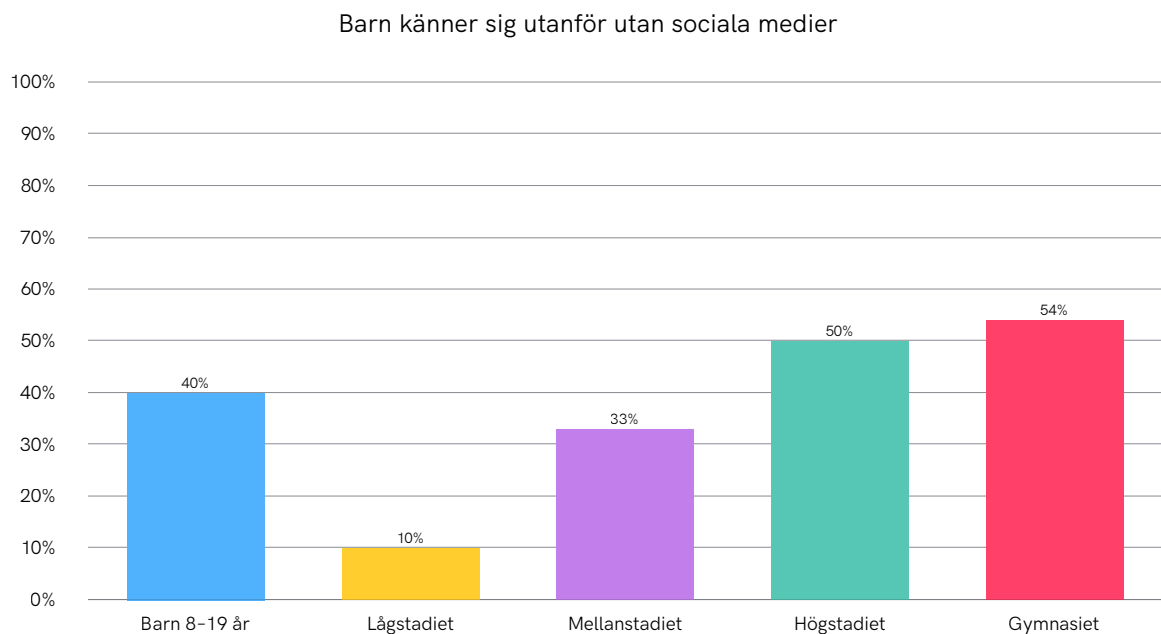
---

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## 4 av 10 barn skulle känna sig utanför utan sociala medier

Det här diagrammet visar hur många som skulle känna sig utanför utan sociala medier.

Diagram 10.8, Bas: Barn 8-19 år, Fråga: Instämmer i följande... Utan sociala medier skulle jag känna mig utanför. År 2022 (BOI)



### Känner sig barn utanför utan sociala medier?

Utan sociala medier känner sig hälften av tonåringarna utanför men även yngre barn kan känna sig utanför om än inte i lika hög grad.

- 4 av 10 barn skulle känna sig utanför utan sociala medier.
- Var tionde barn på lågstadiet skulle känna sig utanför.
- Var tredje barn på mellanstadiet skulle känna sig utanför.
- Hälften av de som går på högstadiet och gymnasiet skulle känna sig utanför.
- Betydligt fler flickor (46 procent) än pojkar (34 procent) skulle känna sig utanför utan sociala medier. \*)

Vill du läsa mer om hur många barn från 8 år som använder sociala medier, se *kapitel 7: Sociala medier*.

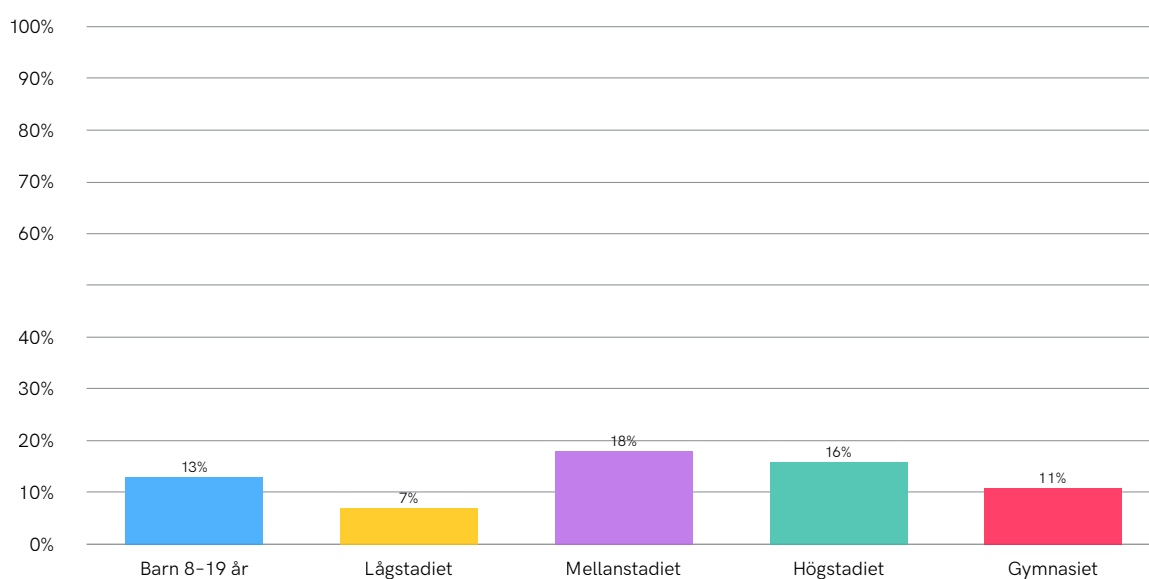
\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## Nära var femte mellanstadieförälder känner sig tvungen att ge sitt barn konton på sociala medier

Det här diagrammet visar hur många föräldrar känner sig tvungna att ge sina barn egna konton på sociala medier för att de inte ska känna sig utanför.

Diagram 10.9, Bas: Föräldrar till barn 8–19 år, Fråga: Instämmer i följande... Jag känner mig tvungen att ge mitt barn egna konton på sociala medier för att barnet inte ska känna sig utanför. År 2022 (FOI)

Föräldrar känner sig tvungna att ge barn sociala medier för att de ej ska känna sig utanför



### Känner sig föräldrar tvungna att ge sina barn konton på sociala medier så att barnen inte ska känna sig utanför?

Föräldrar kan känna sig tvungna att ge sina barn konton på sociala medier för att barnen inte ska känna sig utanför. Framför allt föräldrar till barn i mellan- och högstadiet.

- Mer än var tionde förälder känner av detta tryck.
- Trycket finns redan på föräldrar med barn i lågstadieålder, men på en lägre nivå (7 procent).
- På föräldrar till barn i mellanstadiet (18 procent) och högstadiet (16 procent) är trycket som högst.
- På föräldrar till gymnasieungdomar minskar trycket något. Sannolikt för att ungdomarna då nått den ålder då de själva får skaffa konton på sociala medier, utan föräldrarnas godkännande.

- Föräldrar känner sig lika tvungna att ge konton både till sina pojkar (14 procent) som flickor (12 procent). \*)

Vill du läsa mer om vilka sociala medier barn från 8 år använder, se *kapitel 7: Sociala medier*.

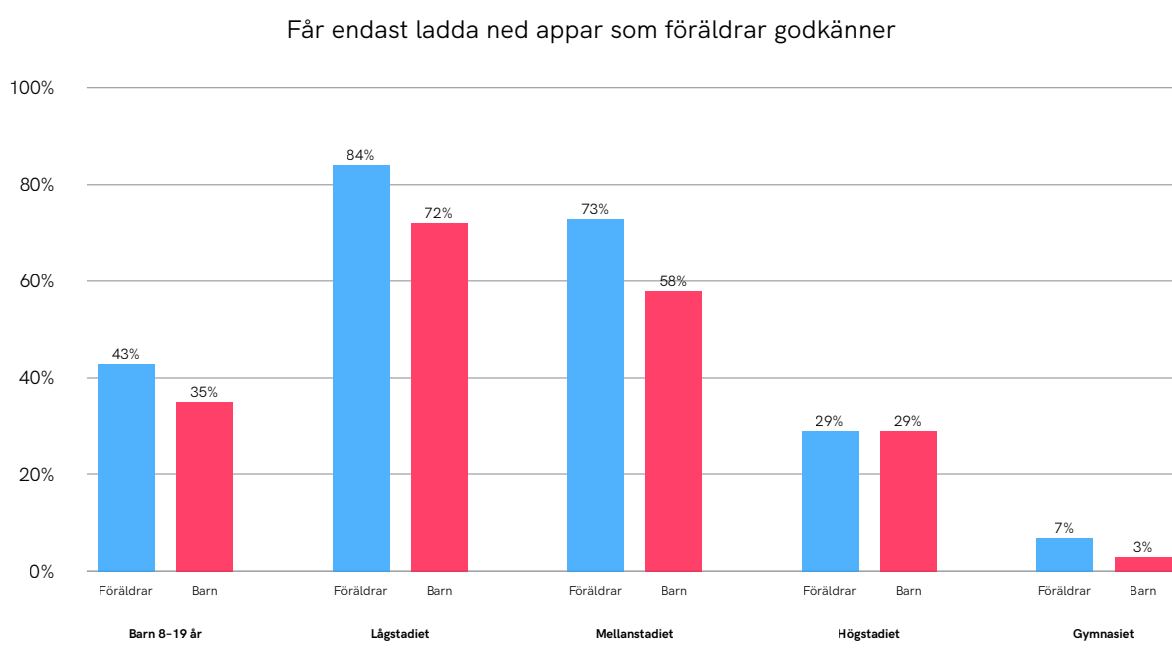
---

\*) För mer information, se *tabellbilaga*

## Låg- och mellanstadiebarn anser i lägre grad än föräldrarna att de behöver be om lov för att ladda ned en app

Det här diagrammet visar hur många barn som behöver be föräldrar om lov för att ladda ned en app respektive hur många föräldrar som behöver ge sitt godkännande för att barn ska få ladda ned en app.

Diagram 10.10, Bas: Föräldrar (F) till barn 8–19 år / Barn (B) 8–19 år, Fråga: Instämmer i följande... F: Mitt barn behöver godkännande från mig/oss föräldrar för att få ladda ned appar / B: Jag frågar mina föräldrar om lov innan jag laddar ned en app. År 2022 (FOI & BOI)



### Behöver barn be föräldrarna om lov för att ladda ned en app?

Fler föräldrar än barn uppger att barnet behöver be om lov för att ladda ned en app. Barn på låg- och mellanstadiet är de som i lägst grad håller med föräldrarna.

- På lågstadiet anser majoriteten av föräldrarna (84 procent) att deras barn ska ha deras godkännande för att ladda ned en app. Betydligt färre lågstadiebarn (72 procent) instämmer i detta.
- På mellanstadiet är skillnaden som störst mellan föräldrar (73 procent) och barn (58 procent), det vill säga hela 15 procentenheter.
- På högstadiet råder det samsyn mellan föräldrar och barn och det är också betydligt färre som tycker att det behövs ett godkännande. Knappt 3 av 10 föräldrar och barn anser detta.

- På gymnasiet är det endast några få procent som anser att det behövs frågas om lov för att få ladda ned en app.
- Ingen skillnad mellan pojkar eller flickor i frågan, och inte heller mellan föräldrar till pojkar och flickor. \*)

---

\*) För mer information, se *tabellbilaga*



## Barns utsatthet på nätet

### Nästan 3 av 10 barn i ålder 12–19 år har utsatts för oönskade kontaktförsök på nätet under året

Diagram 10.11 visar hur stor andel av barn i ålder 12–19 år som har utsatts för olika typer av kränkningar på nätet. Diagrammet visar även andelen föräldrar som har kännedom om att deras barn blivit utsatta för kränkningar på nätet.

Diagram 10.11a, Bas: Föräldrar (F) till barn 12–19 år / Barn (B) 12–19 år, Fråga: F: Vet du om ditt barn under de senaste 12 månaderna utsatts för något av följande...? / B: Har du under de senaste 12 månaderna utsatts för något av följande...? År 2022 (FOI & BOI)

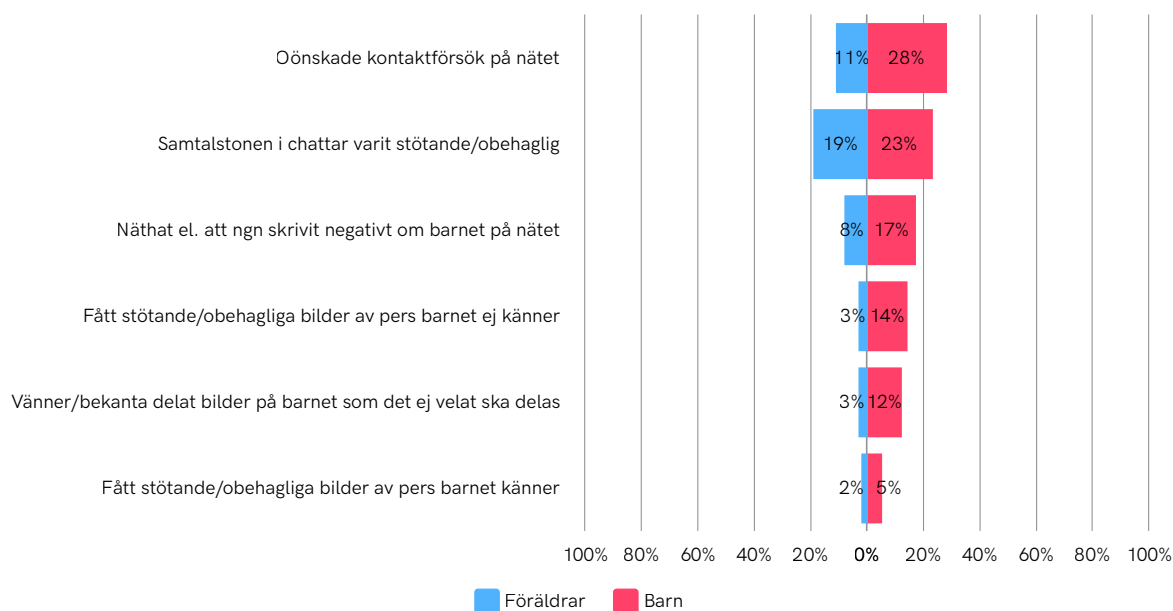
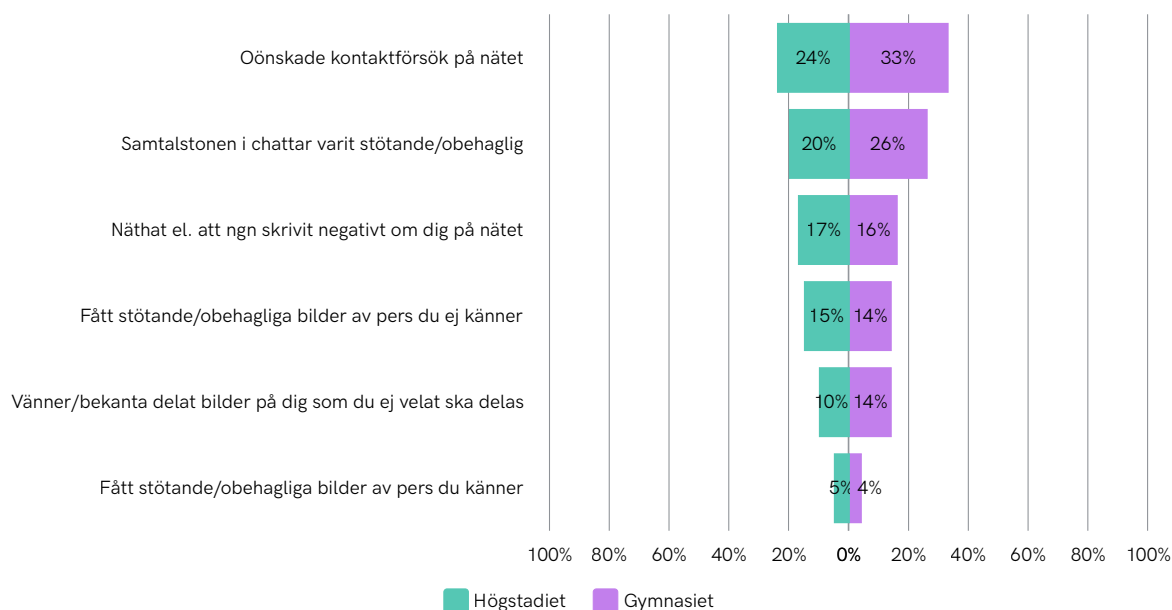


Diagram 10.11b, Bas: Barn 12-19 år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna utsatts för något av följande...? År 2022 (BOI)



### På vilka sätt har barn i ålder 12-19 år utsatts för kränkningar på nätet under året?

- Den vanligaste formen av kränkningar som barn har utsatts för under året är oönskade kontaktförsök, vilket nästan 3 av 10 har varit med om. Det är vanligare att gymnasieungdomar utsätts (33 procent) jämfört med barn på högstadiet (24 procent).
- Nästan en fjärdedel av barnen har varit med om att samtalstonen i chattar har varit stötande eller obehaglig.
- 1 av 6 barn har blivit utsatta för näthat eller att någon skrivit något negativt om dem på nätet.
- 1 av 7 barn har fått stötande eller obehagliga bilder från personer de inte känner. Några barn (5 procent) har varit med om att personer de känner har skickat stötande eller obehagliga bilder.
- Drygt 1 av 10 barn har varit med om att vänner eller bekanta delar bilder som barnet inte vill ska delas.

### **Känner föräldrar till att barnet har utsatts för kränkningar på nätet?**

De flesta föräldrar känner till om deras barn har varit med om att samtalstonen i chattar har upplevts stötande eller obehaglig. Utsätts barnen däremot för andra typer av kränkningar så är det vanligt att det inte kommer till föräldrarnas kännedom.

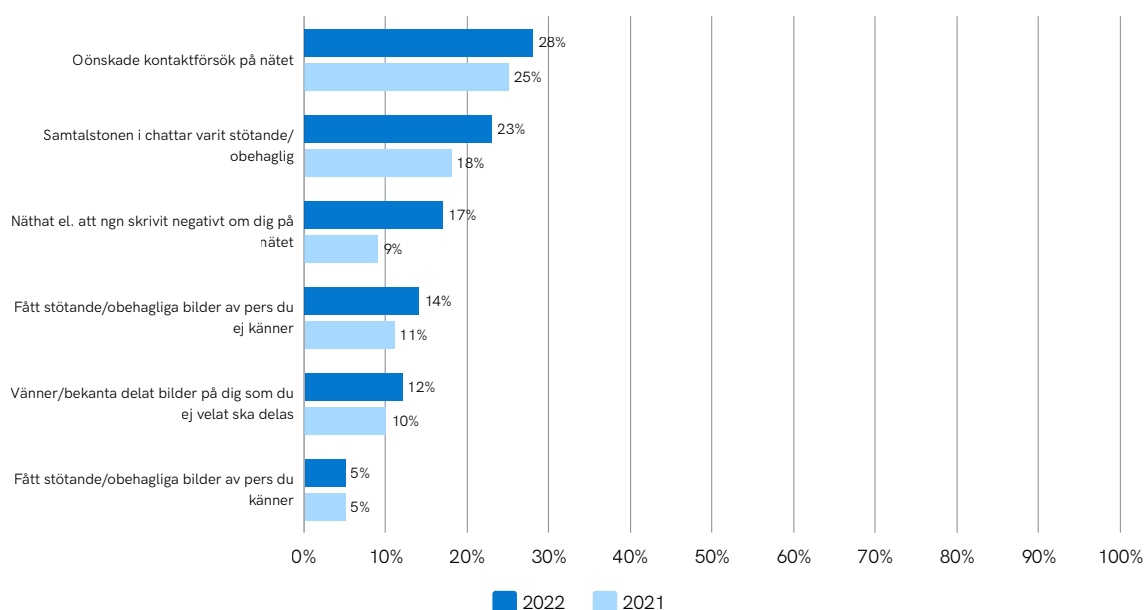
- Endast 11 procent av föräldrarna känner till att deras barn har utsatts för oönskade kontaktförsök på nätet – detta trots att mer än dubbelt så många barn i ålder 12–19 år (28 procent) har utsatts.
- Endast hälften av föräldrarna (8 procent) känner till att deras barn har utsatts för näthat eller att någon skrivit något negativt om barnet på nätet jämfört med andelen barn som själva uppger att de blivit utsatta (17 procent).
- Några få procent av föräldrarna känner till att deras barn fått stötande bilder av okända eller personer som barnet känner. Det är även få föräldrar som har kännedom om att vänner/bekanta har delat bilder trots att barnet inte velat det.

Har andelen barn som utsätts för olika typer av kränkningar ökat eller minskat under åren 2021–2022? Det kommer vi titta vidare på i *diagram 10.12*.

## Andel barn som har utsatts för näthat eller att någon skrivit negativa saker om dem på nätet ökar under åren 2021–2022

Diagram 10.12 visar hur andelen barn i ålder 12–19 år som har utsatts för olika typer av kränkningar på nätet har förändrats under åren 2021–2022.

Diagram 10.12, Bas: Barn 12–19 år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna utsatts för något av följande...? År 2021–2022 (BOI)



### Har barnens utsatthet på nätet förändrats under åren 2021–2022?

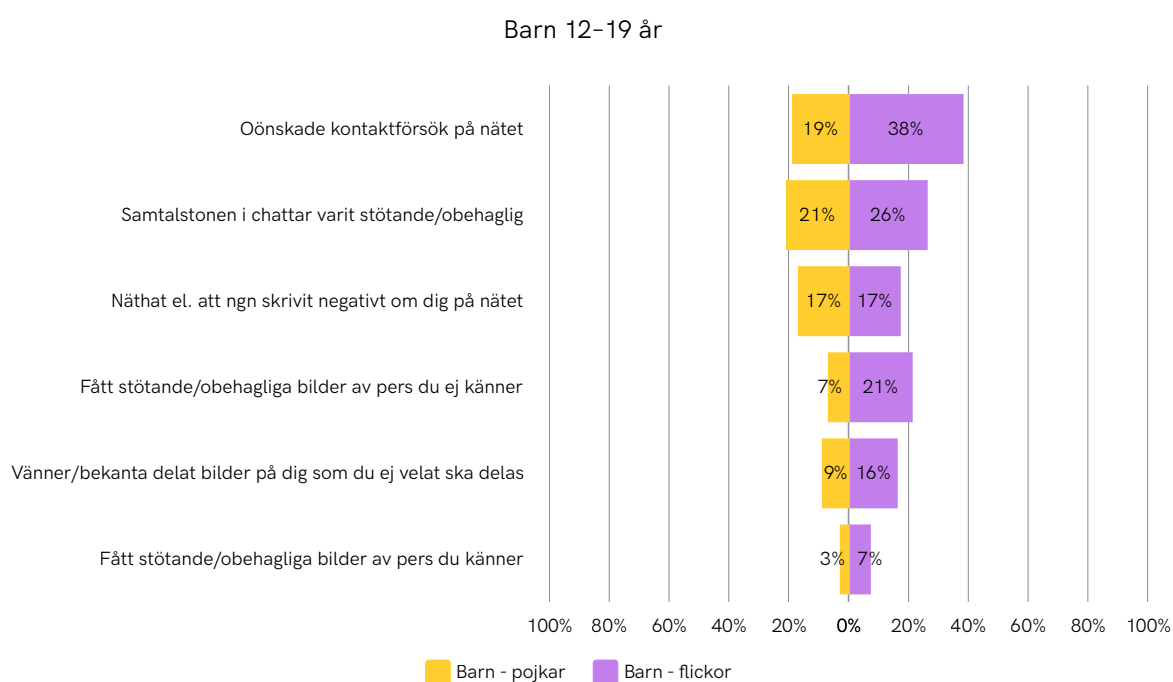
- Andelen barn som utsatts för näthat eller att någon skrivit något negativt om dem på nätet har ökat jämfört med föregående år. Andelen tenderar att öka både bland högstadie- och gymnasieungdomar.
- Tendenser tyder på att något fler barn varit med om att samtalstonen i chattar varit obehaglig eller stötande, förändringarna är dock förhållandevis små. Dessa tendenser går framförallt att se bland gymnasieungdomar där andelen ökar från 18 procent år 2021 till 26 procent år 2022.
- Bland gymnasieungdomar har andelen som utsatts för oönskade kontaktförsök ökat från 23 procent år 2021 till 33 procent år 2022.
- I övrigt sker inga nämnvärda förändringar mellan åren 2021–2022.

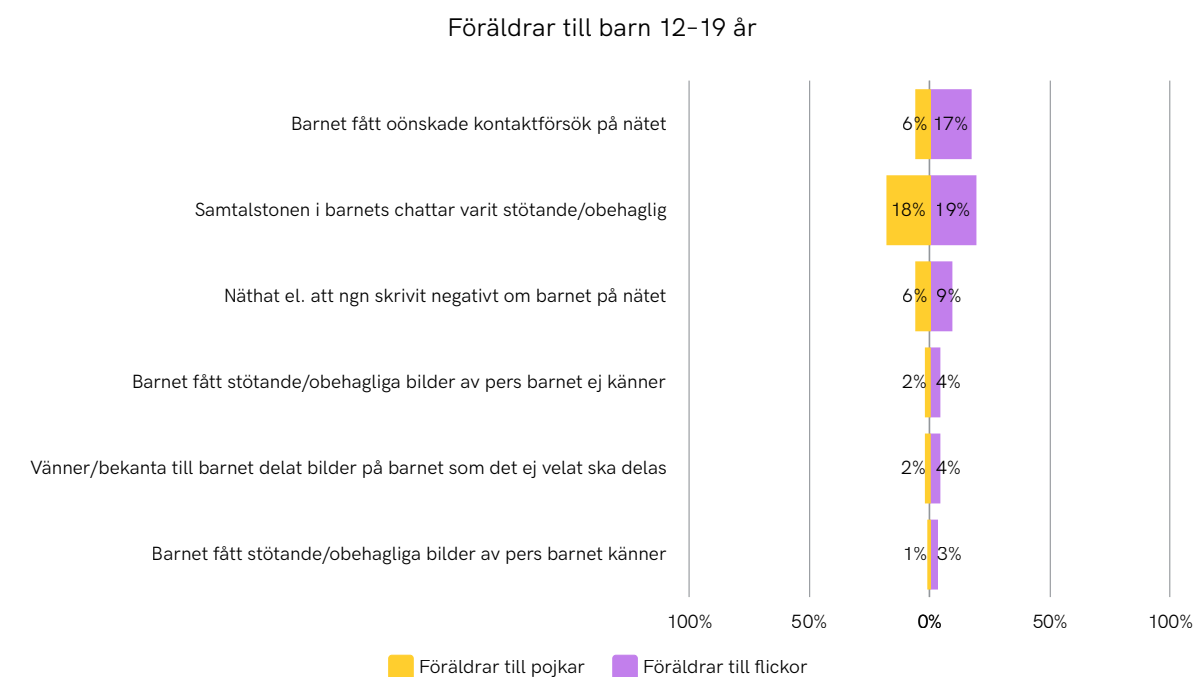
Se *diagram 10.11b* för information om högstadie- respektive gymnasieungdomar. Utsätts flickor och pojkar på olika sätt? Det kommer vi titta vidare på i *diagram 10.13*.

## Dubbelt så många flickor som pojkar har under året utsatts för oönskade kontaktförsök på nätet

Diagram 10.13 visar hur barnens utsatthet för olika typer av kränkningar på nätet skiljer sig mellan flickor och pojkar i ålder 12–19 år. Diagrammet visar även andelen föräldrar till flickor respektive pojkar som vet om att deras barn blivit utsatta för kränkningar på nätet.

Diagram 10.13, Bas: Föräldrar (F) till barn 12–19 år / Barn (B) 12–19 år, Fråga: F: Vet du om ditt barn under de senaste 12 månaderna utsatts för något av följande...? / B: Har du under de senaste 12 månaderna utsatts för något av följande...? År 2022 (FOI & BOI)





### Utsätts flickor och pojkar för kränkningar på nätet på olika sätt?

Det är generellt fler flickor i ålder 12–19 år som har utsatts för någon typ av kränkning på nätet jämfört med pojkar i motsvarande ålder.

- Dubbelt så många flickor (38 procent) som pojkar (19 procent) har under året utsatts för oönskade kontaktförsök på nätet.
- Tre gånger fler flickor (21 procent) jämfört med pojkar (7 procent) har fått stötande eller obehagliga bilder skickade från personer som de inte känner.
- Nästan dubbelt så många flickor (16 procent) jämfört med pojkar (9 procent) har under året varit med om att andra delar bilder på nätet på dem som de inte vill ska delas.
- Lika många flickor som pojkar har under året blivit utsatta för näthat eller att någon skrivit negativa saker om dem på nätet.
- Något fler flickor tenderar att ha varit med om att samtalstonen i chattar har varit stötande eller obehaglig samt att barnet fått stötande bilder skickade från personer de känner. Skillnaderna är dock små och ligger inom felmarginalen.

### Känner föräldrar till om barnet har utsatts för kränkningar på nätet?

Det är vanligt att föräldrarna inte känner till att deras barn har utsatts för olika typer av kränkningar på nätet. Det gäller i lika hög grad föräldrar till flickor som pojkar. Det är däremot vanligare att flickor utsatts för olika typer av kränkningar, vilket tyder på att fler fall av kränkningar gentemot flickor går under föräldrarnas radar.

- En större andel föräldrar till flickor (17 procent) jämfört med föräldrar till pojkar (6 procent) känner till att deras barn utsatts för oönskade kontaktförsök under året.
- I övrigt finns inga nämnvärda skillnader mellan föräldrar till flickor och pojkar när det kommer till kännedom om att deras barn utsatts för kränkningar på nätet.

### Har kränkningarna påverkat barnens mående negativt?

En majoritet (65 procent) av de barn som utsatts för någon typ av kränkning under året upplever inte att kränkningarna har påverkat deras mående negativt.

Omkring en sjundedel (13 procent) upplever att kränkningarna har påverkat deras mående negativt.

Notera att baserna (antal barn som besvarat frågan) är låga. Det innebär större felmarginaler och resultatet bör därför tolkas med viss försiktighet.

---

Bas: Barn 8-12 år som utsatts för kränkning på nätet senaste 12 månaderna, Fråga: Upplever du att nätet/kränkningarna påverkade ditt mående negativt? Skala 1-5, där 1=inte alls och 5=väldigt mycket, År 2022 (BOI)

	Påverkats negativt (4+5)	Varken eller (3)	Inte påverkats negativt (1-2)	Vill ej uppge
Upplever barnen att kränkningarna har påverkat deras mående negativt?	13%	20%	65%	1%

---

## 1 av 7 barn i ålder 12-19 år har lagt upp bilder på sig själv som de ångrat i efterhand

Diagram 10.14 visar hur stor andel av barn i ålder 12-19 år som själva har delat bilder på sig själva, delat inlägg eller åsikter om samhället på nätet samt om barnen skrivit något negativt om andra som de senare ångrat. Diagrammet visar även andelen föräldrar som känner till om barnen har gjort något av ovan nämnda alternativ.

Diagram 10.14a, Bas: Föräldrar (F) till barn 12-19 år / Barn (B) 12-19 år, Fråga: F: Vet du om ditt barn under de senaste 12 månaderna själv har gjort något av följande på nätet? / B: Har du under de senaste 12 månaderna själv gjort något av följande på nätet? År 2022 (FOI & BOI)

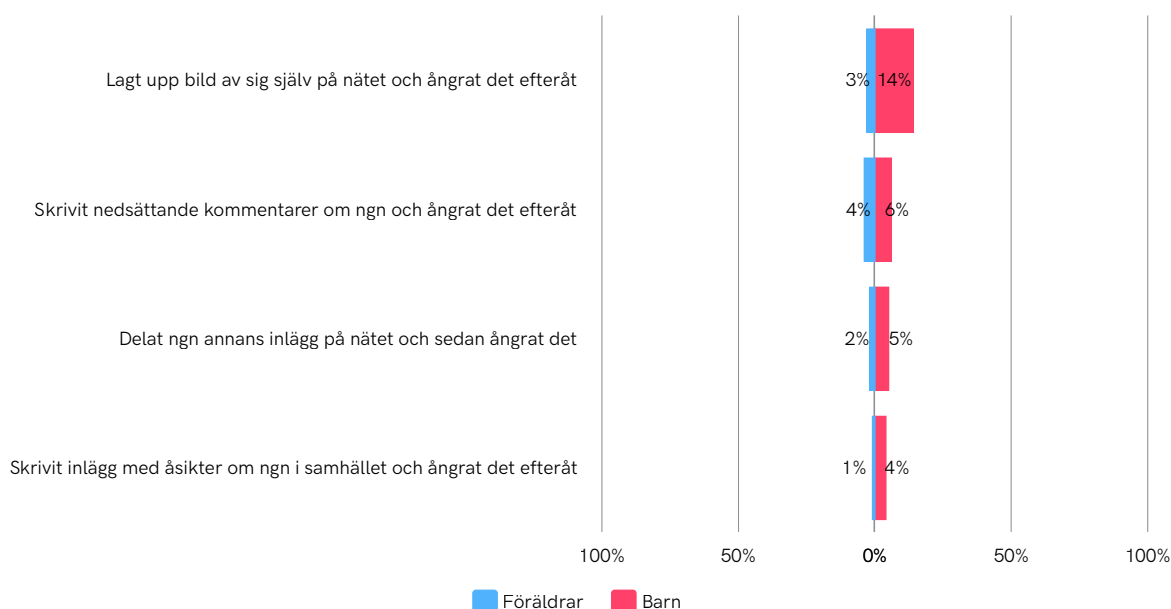
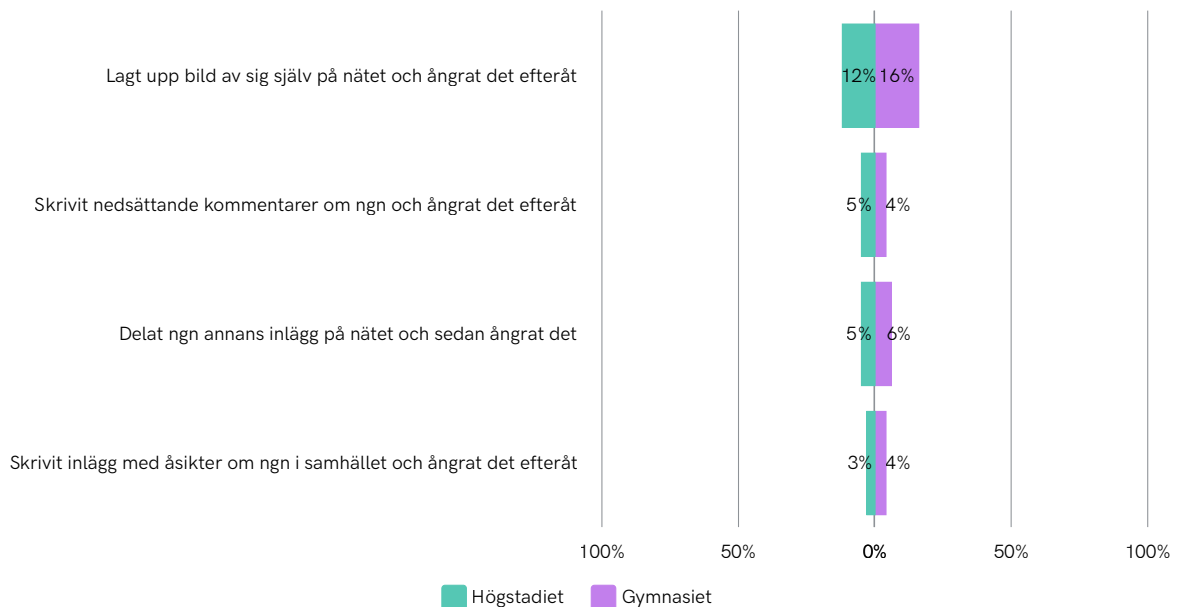




Diagram 10.14b, Bas: Barn 12-19 år, Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna själv gjort något av följande på nätet? År 2022 (BOI)



### Har barnen själva gjort något på nätet som de senare ångrat?

- 1 av 7 barn i ålder 12-19 år har under året lagt upp bilder på sig själva som de ångrat i efterhand.
- Få barn har under året delat inlägg, åsikter eller skrivit något nedsättande om någon annan på nätet som de senare ångrat.
- Det finns inga signifikanta skillnader mellan högstadie- och gymnasieungdomar.

### Känner föräldrar till om barnen gjort något på nätet som de senare ångrat?

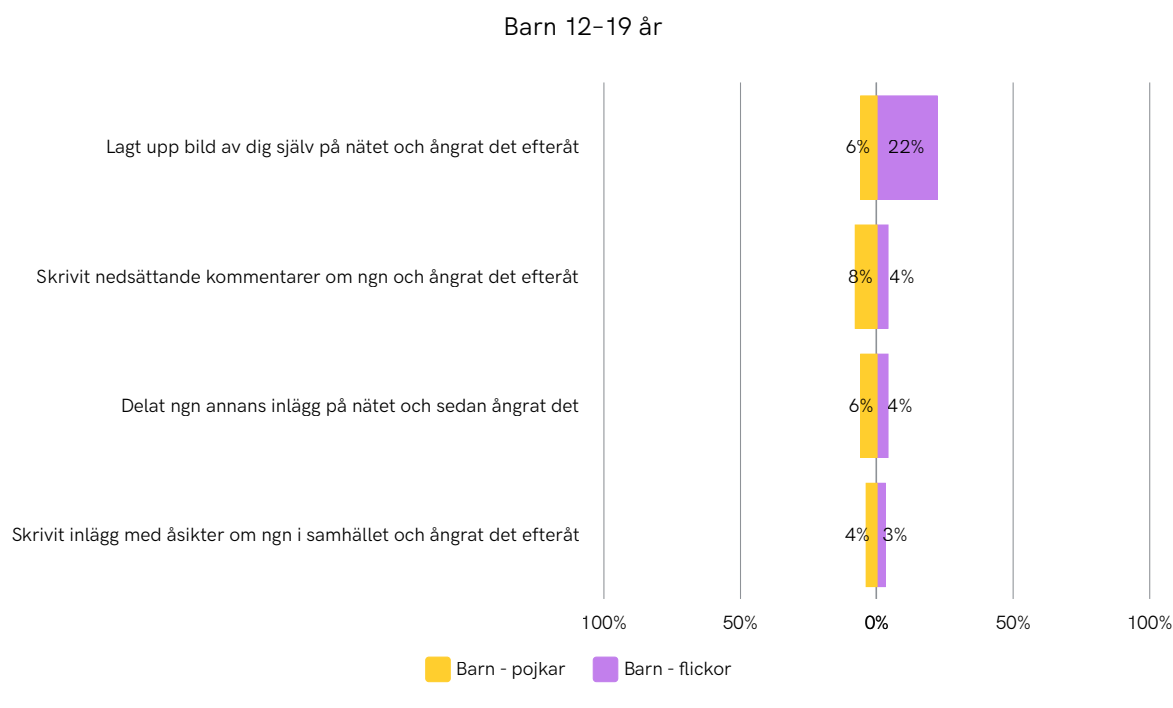
- Endast 3 procent av föräldrarna känner till att deras barn har delat bilder på sig själva som de senare ångrat.
- Andelen föräldrar som känner till att deras barn delat inlägg, åsikter eller skrivit något nedsättande om någon annan på nätet som de senare ångrat är ungefär lika stor som andelen barn som uppger att det gjort något av de nämnda alternativen.

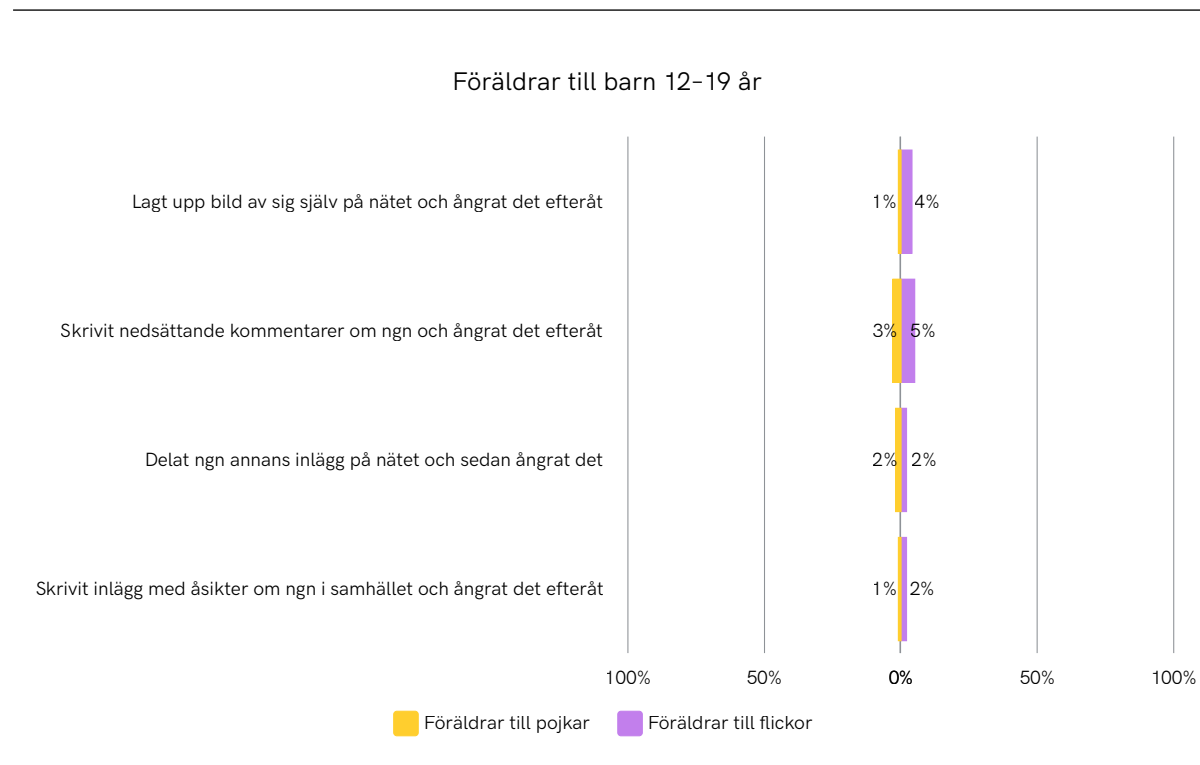
Finns det några skillnader mellan flickor och pojkar? Det kommer vi titta vidare på i *diagram 10.15*.

## Drygt 2 av 10 flickor i ålder 12–19 år har under året lagt upp bilder på sig själva som de senare ångrat

Diagram 10.15 visar hur andelen barn som själva har delat bilder på sig själva, delat inlägg eller samhällsåsikter på nätet samt om barnen skrivit något negativt om andra som de senare ångrat skiljer sig mellan flickor och pojkar. Diagrammet visar även andelen föräldrar till flickor respektive pojkar som känner till om barnen har gjort något av ovan nämnda alternativ.

Diagram 10.15, Bas: Föräldrar (F) till barn 12–19 år / Barn (B) 12–19 år, Fråga: F: Vet du om ditt barn under de senaste 12 månaderna själv har gjort något av följande på nätet? / B: Har du under de senaste 12 månaderna själv gjort något av följande på nätet? År 2022 (FOI & BOI)





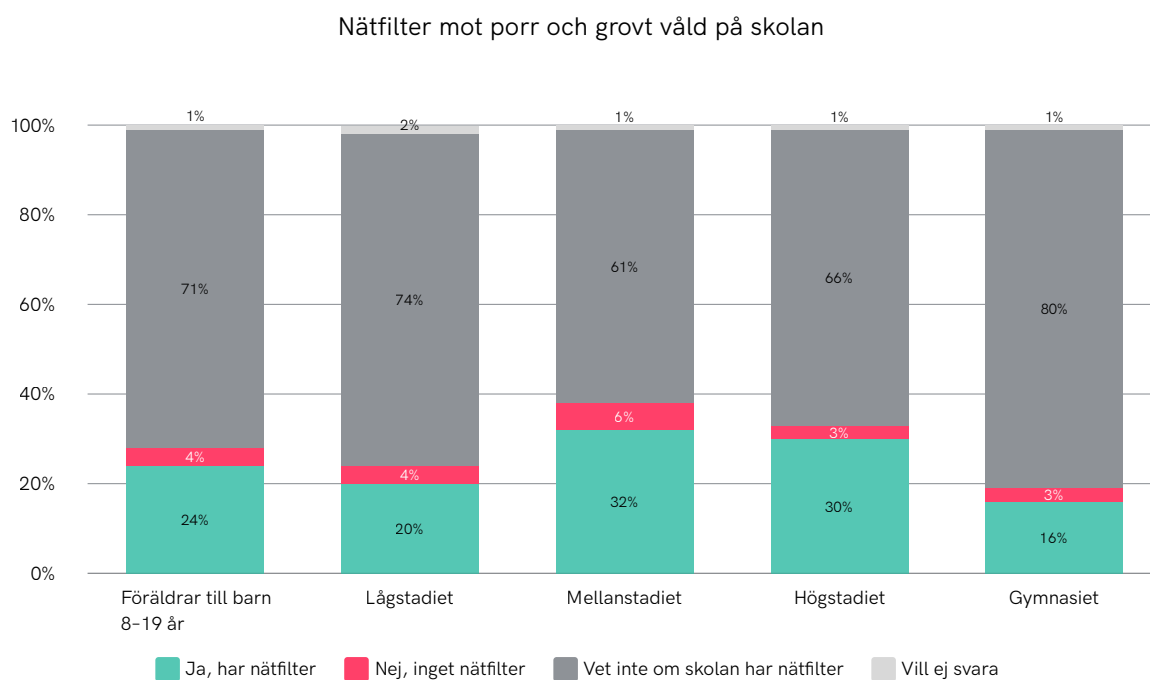
### Finns det några skillnader mellan flickor och pojkar när det kommer till att ångra sig för något de gjort på nätet?

- Nästan fyra gånger fler flickor har under året lagt upp bilder på sig själva som de ångrat i efterhand. Dock är det få föräldrar till flickor som känner till detta.
- Det finns inga signifikanta skillnader mellan andelen flickor respektive pojkar som under året har delat inlägg, åsikter eller skrivit något nedsättande om någon annan som de senare ångrat.
- Det finns inga signifikanta skillnader mellan föräldrar till flickor och pojkar när det kommer till kännedom om att barnen gjort något på nätet som de senare har ångrat.

## Fler än 7 av 10 föräldrar känner inte till om skolan har nätfilter mot porr och grovt våld

Diagram 10.16 visar hur stor andel av föräldrar till barn i ålder 8–19 år som känner till om barnens skola har nätfilter mot porr och grovt våld.

Diagram 10.16, Bas: Föräldrar till barn 8–19 år, Fråga: Har ditt barns skola ett nätfilter mot porr och grovt våld? År 2022 (FOI)



### Känner föräldrar till om deras barns skola har nätfilter mot porr och grovt våld?

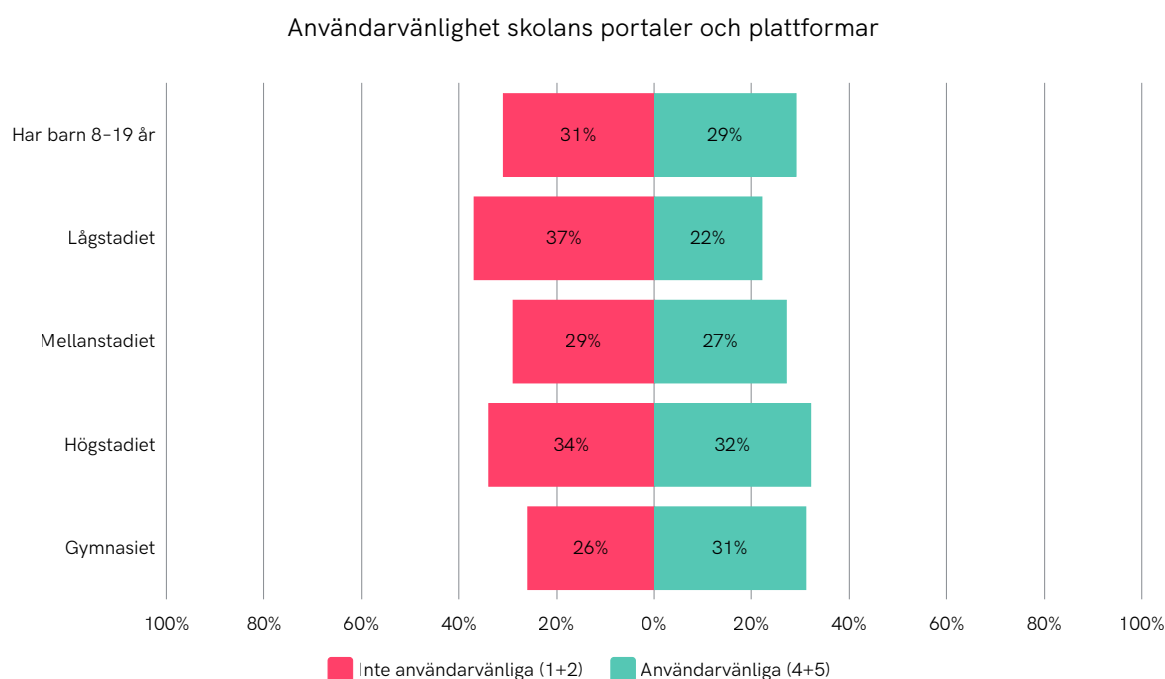
- Drygt 7 av 10 föräldrar känner inte till om deras barns skola har nätfilter mot porr och grovt våld.
- Det är något vanligare att föräldrar till barn på mellan- och högstadiet känner till att deras barns skola har nätfilter mot porr och grovt våld – vilket omkring 3 av 10 gör.

# Föräldrars upplevelse av skolplattformar

## Knappt 3 av 10 föräldrar anser att skolplattformarna är användarvänliga

Diagram 10.17 visar hur föräldrar till barn i ålder 8-19 år uppfattar användarvänligheten av skolans portaler och plattformar.

Diagram 10.17, Bas: Föräldrar till barn 8-19 år, Fråga: Hur bedömer du att skolans e-tjänster fungerar såsom portaler och plattformar som du som förälder kan logga in på? Skala 1-5, där 1=Inte alls användarvänliga och 5=Mycket användarvänliga. År 2022 (FOI)



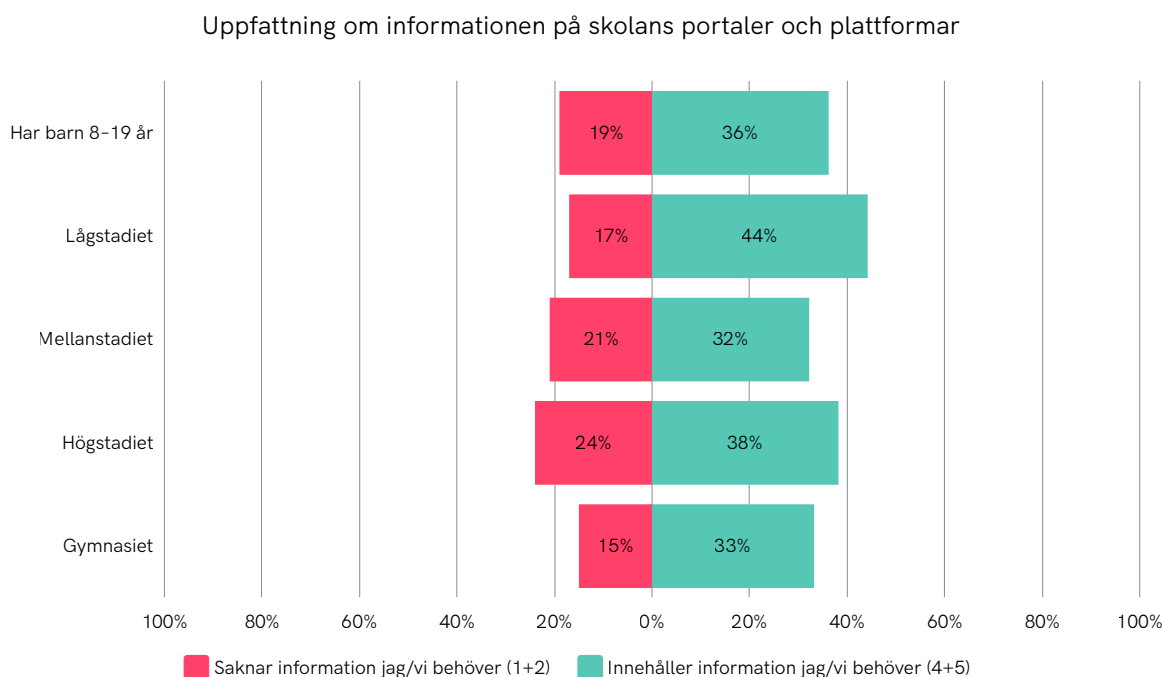
### Anser föräldrar att skolans portaler och plattformar är användarvänliga?

- Knappt 3 av 10 föräldrar anser att skolans portaler och plattformar är användarvänliga. Lika vanligt är det föräldrar är direkt missnöjda med skolplattformarnas användarvänlighet.
- Tendenser tyder på att föräldrar till barn på låg- och högstadium är något mer missnöjda med skolans portaler och plattformar – skillnaderna är dock förhållandevis små.

## Drygt en tredjedel av föräldrar anser att skolans portaler och plattformar innehåller den information de behöver

Diagram 10.18 visar hur föräldrar till barn i ålder 8–19 år uppfattar den information som de tar del av på skolans portaler och plattformar.

Diagram 10.18, Bas: Föräldrar till barn 8–19 år, Fråga: Hur bedömer du att skolans e-tjänster fungerar såsom portaler och plattformar som du som förälder kan logga in på? Skala 1–5, där 1=Saknar mycket information jag/vi behöver och 5=Innehåller all information jag/vi behöver. År 2022 (FOI)



### Anser föräldrar att skolans portaler och plattformar innehåller tillräcklig information?

- Drygt en tredjedel av föräldrar anser att skolans portaler och plattformar innehåller den information de behöver. Däremot anser 2 av 10 att plattformarna inte innehåller tillräcklig information.
- Föräldrar till barn på högstadiet är i högre utsträckning missnöjda jämfört med föräldrar till såväl yngre som äldre barn.

# Metodbeskrivning

*Svenskarna och internet* är Sveriges största individundersökning om internetanvändning och har genomförts sedan år 2000. Sedan 2010 har den genomförts i Internetstiftelsens regi. Här presenterar vi metod och urval för årets rapport.

Årets rapport består liksom tidigare år av flera delstudier. Vilken studie vår data är hämtad från framgår sist i diagramförklaringstexten ovanför respektive diagram i rapporten. Frågeformulär och samtliga tabellbilagor finns att hitta på *Svenskarna och internets* webbplats<sup>1</sup>.

För samtliga studier har Internetstiftelsen anlitat undersökningsföretaget Novus för datainsamling som ägde rum under januari och februari 2022. Majoriteten av vår data är insamlad i Studie 1 (n=3129) och Studie 2 (n=3786) i Novus slumpmässigt rekryterade Sverigepanel, med en deltagarfrekvens på 66 procent respektive 60 procent. Resultatet är viktat mot SCB vad gäller kön, ålder, utbildning och geografi.

## Metod och urval

Resultatet från *Svenskarna och internet* är i år baserat på följande delundersökningar.

1. Internetpenetrationsstudie
2. Studie 1
3. Studie 2
4. Barnen och internet (BOI) / Föräldrar och internet (FOI)

### 1. Internetpenetrationsstudie

Syftet med denna undersökning har varit att kartlägga internetpenetrationen bland den svenska allmänheten. För detta ändamål har frågan om man använder internet eller ej ställts via telefon baserat på ett slumpmässigt obundet och riksrepresentativt urval.

Urvalet för denna undersökning kommer från Statens personadressregister, Spar. Det är ett offentligt register som omfattar alla personer som är folkbokförda i Sverige, både svenska och utländska medborgare. Intervjuerna genomfördes under

---

1 <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2022/bilagor/>

perioden 3–23 januari 2022 med en svarsfrekvens på 51 procent bland de som har telefonnummersatts.

Totalt har det genomförts 2 400 telefonintervjuer inom ramen för Novus veckovisa telefonombuss som genomförs av Novus samarbetspartner PFM Research AB. Telefonnummersättning görs bland alla personer med fasta och mobila telefonnummer och registret uppdateras regelbundet mot bland annat folkbokföringsregistret. Träffprocenten ligger på 90 procent och Nix-nummer sorteras ej bort. Telefonintervjuerna har genomförts 5 dagar i veckan, måndag–torsdag och söndag och totalt gjordes upp till 8 kontaktförsök.

## 2. Studie 1

För denna studie användes primärt Novus webbpanel, även kallad Sverigepanelen, för datainsamling. Novus Sverigepanel består av cirka 50 000 aktiva medlemmar i huvudsak åldern 18–89 år, men även i viss mån 90+ år, spridda över hela landet.

Inför undersökningen drog Novus ett stratifierat urval ur sin webbpanel i målgruppen allmänheten 16+ år. Totalt genomfördes 3 129 intervjuer under perioden 13–23 januari 2022. Deltagarfrekvensen uppgick till 66 procent.

I de 3 129 intervjuerna ingår även 80 kompletterande telefonintervjuer med sällananvändare, det vill säga de som inte använder internet dagligen. Detta för att det i internetpenetrationsstudien (se ovan) framgår att andelen sällananvändare är något underrepresenterade i webbpanelen och ska ligga på cirka 4–5 procent. Gruppen sällananvändare består nästan uteslutande av personer i åldern 65 år eller äldre. Dessa kompletterande telefonintervjuer genomfördes med målgruppen under perioden 17 januari–3 februari 2022.

Resultaten i samtliga studier är viktade mot kända populationstal (enligt SCB) med avseende på kön, ålder, utbildning, geografi (NUTS2), parti i valet 2018. Dessutom viktas data mot internetanvändningsfrekvens (enligt internetpenetrationsstudien, se ovan).

Rekryteringen till Novus webbpanel sker med obundna slumpmässiga urval bland allmänheten främst via telefonintervjuer men även genom sms-inbjudan eller postalt utskick. Novus vårdar sin webbpanel genom så kallad Panel Management. Det innebär bland annat att Novus ser till att respondenterna inte kan delta i för många undersökningar under en kort period, och inte heller i flera liknande undersökningar.

Notera att befolkningen i allmänhetsundersökningar som denna är den svensktalande befolkningen som är förmögna att svara på en undersökning antingen via telefon eller webb. Det innebär att man inte får med de som (ännu) inte behärskar det svenska språket, de som lider av demens, har läs- och talsvårigheter eller av andra skäl inte kan svara eller nås.



### 3. Studie 2

Metoden är densamma som för Studie 1 (se ovan). Denna del har dessutom omfattat en delstudie kallad *Barnen och Internet (BOI)*. Se mer om BOI under punkt 4 nedan.

Totalt i Studie 2 genomfördes 3 786 intervjuer fördelade enligt:

- 2 986 intervjuer med allmänheten 16+ år
- 720 kompletterande intervjuer med barn/ungdomar 8-19 år (se punkt 4 nedan)
- 80 kompletterande intervjuer med sällananvändare

Intervjuerna med målgruppen allmänheten 16+ år genomfördes under perioden 28 januari-9 februari 2022. Deltagarfrekvensen uppgick till 60 procent.

Precis som i Studie 1 så kompletterades studien med målgruppen sällananvändare, det vill säga de som inte använder internet dagligen. (För mer info, se Studie 1 ovan). Totalt genomfördes 80 kompletterande intervjuer under perioden 7-17 februari 2022.

### 4. Barnen och internet (BOI), 8-19 år / Föräldrar och internet (FOI)

Barn och föräldrar har intervjuats i två separata studier. Barnen 8-15 år har rekryterats bland slumpmässigt utvalda föräldrar i Novus Sverigepanel (se Studie 1). Novus har skickat ut undersökningen till föräldrarna som godkänt att deras barn deltar och föräldrarna har sedan vidarebefordrat webbenkäten till sitt barn.

Totalt genomfördes 751 intervjuer med målgruppen 8-19 år under perioden 3-10 februari 2022. Om föräldrarna hade flera barn i målgruppen frågade Novus efter det barn som senast fyllde år. Eftersom det inte går att veta exakt hur många föräldrar som totalt bjöd in sitt barn så är det heller inte möjligt att redovisa en korrekt deltagarfrekvens för denna målgrupp.

Föräldrar till barn i målgruppen 8-19 år har också valts ut slumpmässigt ur Novus Sverigepanel (se mer om metoden under Studie 1) för en egen intervju. I det fall föräldern haft flera barn i målgruppen har de ombetts besvara undersökningen utifrån det barn som senast fyllde år. Totalt genomfördes 635 intervjuer med föräldrar under perioden 31 januari-9 februari. Deltagarfrekvensen uppgick till 64 procent bland intervjuer med föräldrar.

### Om Novus Group International

Novus Group International är ett analys- och undersökningsföretag som grundades 2006 och har sitt huvudkontor i Stockholm. Bolaget är noterat på Spotlight Stock Market. De är medlem i Esomar -European Society for Opinion and Market Research - och följer branschens anvisningar om god undersökningsetik.

För undersökningens delar som avser telefonintervjuer har Novus samarbetat med PFM Research i Sverige AB. Företaget grundades 1999 och har sitt säte i Halmstad. De är också medlemmar i Esomar och följer branschens anvisningar om god undersökningsetik.

## Om Internetstiftelsen

Internetstiftelsen är en oberoende, affärsdriven och allmännyttig organisation.

Vi verkar för ett internet som bidrar positivt till människan och samhället.

Vi ansvarar för internets svenska toppdomän .se och sköter drift och administration av toppdomänen .nu. Intäkterna från affärsverksamheten finansierar en rad satsningar i syfte att möjliggöra att människor kan nyttja internet på bästa sätt, och stimulera kunskapsdelning och innovation med inriktning på internet.

Med undersökningen *Svenskarna och internet* vill vi bidra med fakta och insikter om hur användningen av internet i Sverige utvecklas. Vi vill ge förutsättningar till att digitaliseringen av det svenska samhället och näringslivet sker på välinformerad grund.

## Om World Internet Project (WIP)

Svenskarna och internet är den svenska delen av World Internet Project (WIP), ett internationellt forskningsprojekt som följer internets spridning och användning runt om i världen. Antalet deltagande länder ökar för varje år och nu har projektet ett trettiotal medlemsländer. Varje partner i respektive land finansierar sin egen verksamhet i projektet. De nationella urvalen är representativa urval av befolkningen. I frågepaketen finns flera gemensamma frågor för alla länder, de så kallade Common Questions. Dessa är formulerade likadant i varje land för att skapa jämförbara resultat.

Den svenska studien startade år 2000 då World Internet Institute började samla in data om hur den svenska befolkningen använder informations- och kommunikationsteknik samt hur detta påverkar enskilda individer, familjer och samhället. Sedan år 2010 är Internetstiftelsen huvudman för studien.

## Författare

*Svenskarna och internet 2022* är skriven av Jenny Andersson och Freja Blomdahl som är Insight Managers på Internetstiftelsen, med hjälp av Jakob Bäck, Digital Content Specialist, på Internetstiftelsen.

## Upphovsrätt

Texten och bilderna i *Svenskarna och internet 2022* skyddas enligt lag om upphovsrätt och tillhandahålls med licensen Creative Commons, Erkännande 4.0 Internationell.

Graferna i rapporten tillhandahålls med Creative Commons licensen CC0 1.0 Universiell.

De allra flesta använder internet och dess tjänster. Även om mycket är gemensamt för alla ser det digitala livet olika ut för olika människor. Många vidtar också åtgärder för att skydda sig från de risker som finns på nätet.

*Svenskarna och internet* är en studie som genomförs av Internetstiftelsen. Med undersökningen vill vi bidra med fakta och insikter om hur användningen av internet i Sverige utvecklas. Vi vill ge förutsättningar till att digitaliseringen av det svenska samhället och näringslivet sker på välinformerad grund.

Internetstiftelsen är en oberoende, affärsdriven och allmännyttig organisation. Vi verkar för ett internet som bidrar positivt till människan och samhället. Vi ansvarar för internets svenska toppdomän .se och sköter drift och administration av toppdomänen .nu. Intäkterna från affärsverksamheten finansierar en rad satsningar i syfte att möjliggöra att människor kan nyttja internet på bästa sätt, och stimulera kunskapsdelning och innovation med inriktning på internet.

Exempel på våra satsningar är:

- Den här rapporten: Svenskarna och internet
- Start- och mötesplatsen Goto 10
- Folkbildningssatsningen Internetkunskap
- Det digitala museet Internetmuseum
- Lärresursen Digitala lektioner
- Konferensen Internetdagarna
- Mätverktyget Bredbandskollen