

2014

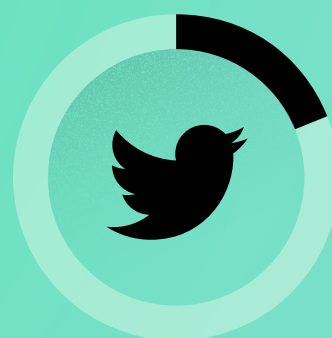
Så många svenskar använder ...



Facebook 68%

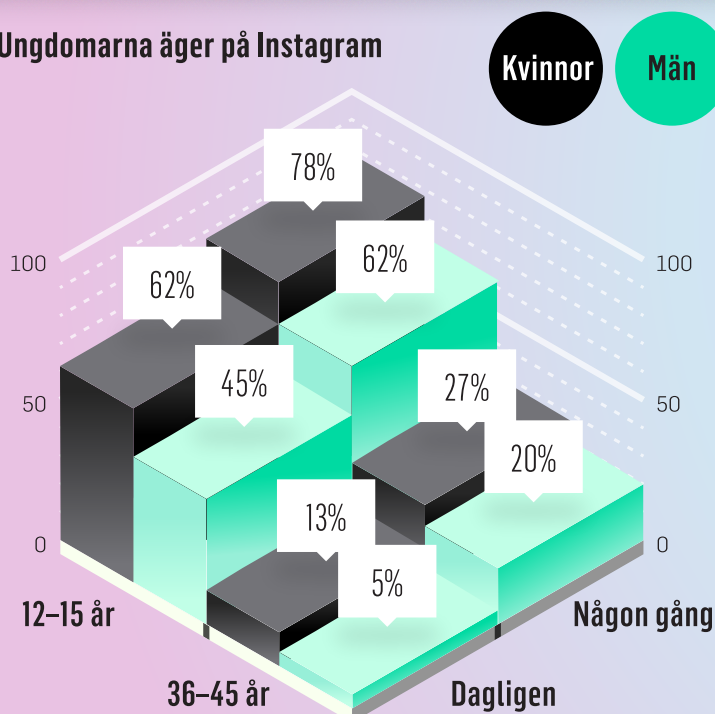


Instagram 28%



Twitter 19%

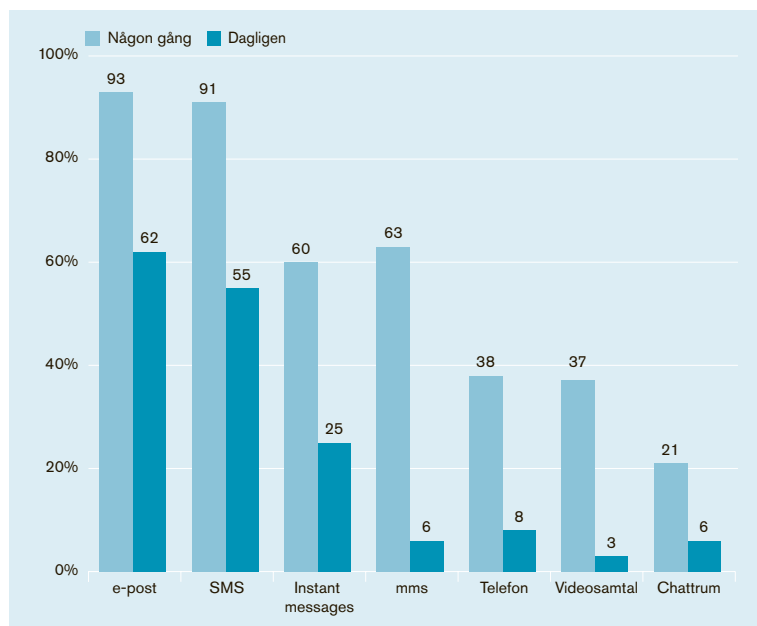
Ungdomarna äger på Instagram



4 timmar i veckan

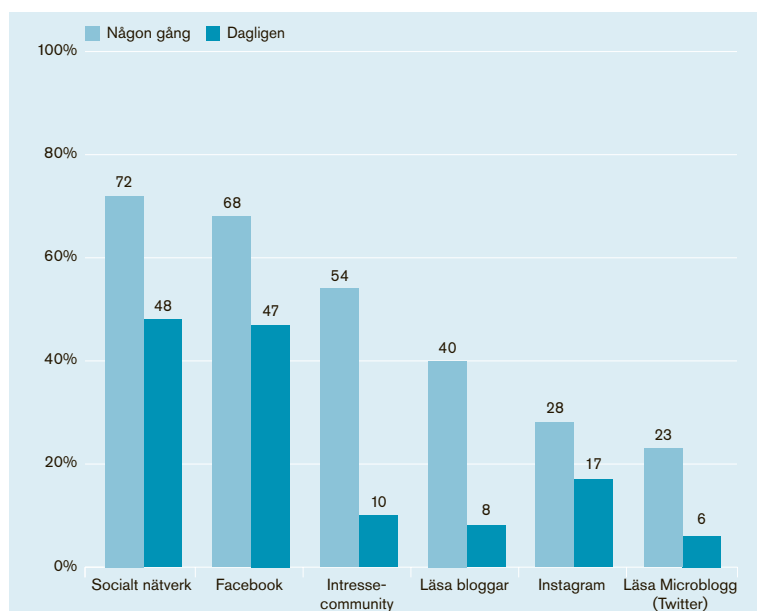
Tiden vi ägnar åt sociala nätverk

03 Kommunikation och sociala nätverk



Hur många använder olika sätt att kommunicera på internet?

Diagram 3.1. Andel av internetanvändarna (12+ år) som någon gång eller dagligen kommunicerar via internet.



Hur många besöker olika sociala nätverk på internet?

Diagram 3.2. Andel av internetanvändarna (12+ år) som någon gång eller dagligen besöker olika nätverk.

Möjligheten att kunna skicka information via e-post var från början den grundläggande funktionen som fick människor att koppla upp sig till internet. Det är fortfarande den funktion som flest utnyttjar. Två av tre (62%) gör det dagligen. Även skolbarn, som har tillgång till en rad olika kommunikationsverktyg använder e-post. En användning som har ökat under de senaste åren (se kapitel 7 om barn och ungdomar). Nästan lika vanligt som e-post är att skicka korta textmeddelanden via mobilen.

I ett femårigt perspektiv är det idag fler som skickar mms, använder internet för telefonsamtal och framför allt besöker och är aktiva på sociala nätverk. Användningen av bloggar och mikroblogger (Twitter) har inte förändrats särskilt mycket under senare år medan en del nya sociala nätverk har spridit sig till allt fler.

En av tre eller färre är själva aktiva på sociala nätverk

På sociala nätverk som Facebook är det över en längre period nästan lika många som någon gång skriver och gör uppdateringar som det är som besöker. De flesta är således aktiva någon gång. Men i ett dagligt perspektiv är det tre gånger fler som besöker än som dagligen skriver. De flesta är således mer aktiva att läsa vad andra skriver än att skriva själva.

För Twitter är det dubbelt så många som någon gång läser som skriver, och i det dagliga perspektivet är det åtta gånger fler som läser än som dagligen själva skriver.

För bloggar är det fem gånger så många som någon gång läser som själva skriver, och i det dagliga perspektivet är det tio gånger fler som dagligen läser som skriver.

Ålder har betydelse.

Ju yngre man är desto mer aktiv är man att kommunicera och besöka sociala nätverk.

12–15 år.

De yngsta är mer aktiva än andra när det gäller: Instagram, chatt, videosamtal.

12–25 år.

Yngre och äldre ungdomar är mest aktiva när det gäller: Läs och skriva på mikroblogger som Twitter, telefon på internet, besöka sociala nätverk, skapa eget innehåll, skriva inlägg på olika forum.

16–25 år.

Äldre ungdomar är mest aktiva när det gäller: Instant messaging, besöka Facebook, posta uppdateringar på sociala nätverk, dela och skicka vidare.

Lika aktiva upp till 45 år.

Posta uppdateringar, besöka Facebook, videospel, telefonsamtal, läsa bloggar.

Lika aktiva upp till 55 år.

Inlägg på olika diskussionsforum. Dela och skicka vidare.

Lika aktiva över alla åldrar.

E-post.

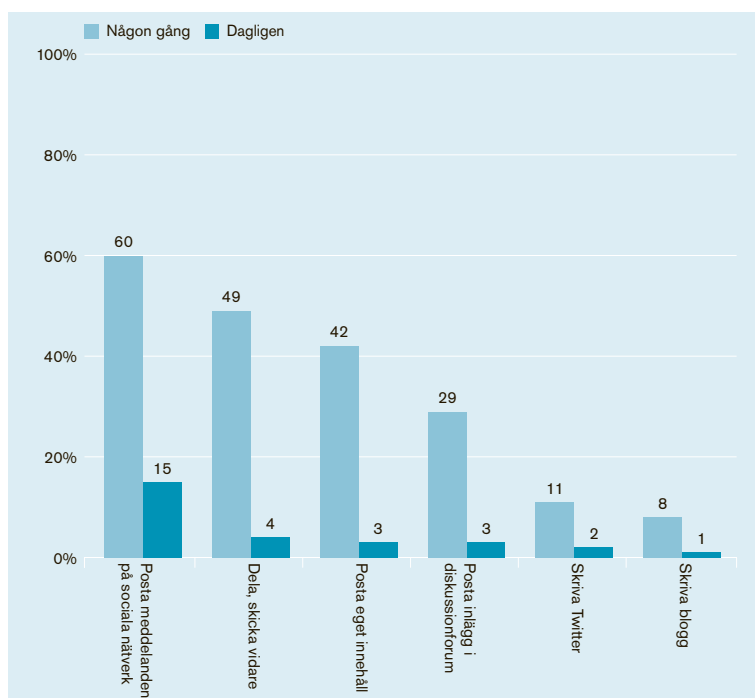


Diagram 3.3. Andel av internetanvändarna (12+ år) som själva producerar innehåll på internet.

Hur många är på olika sätt aktiva på internet?

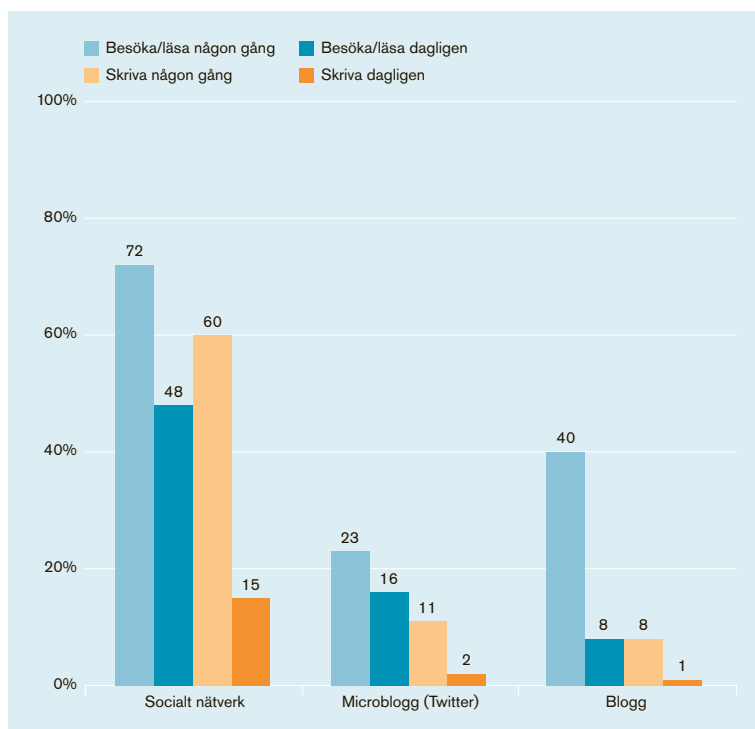
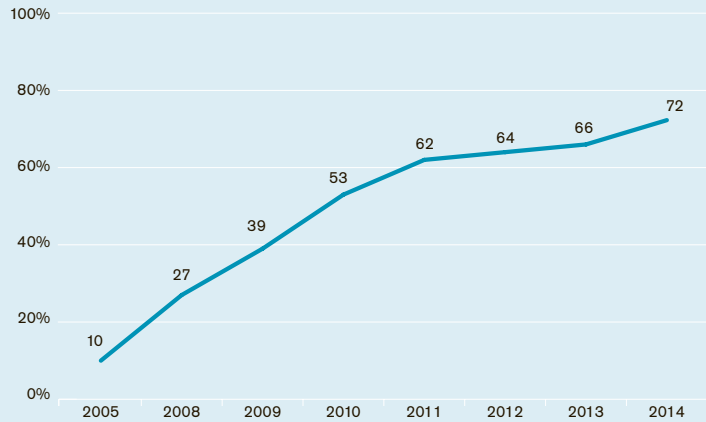


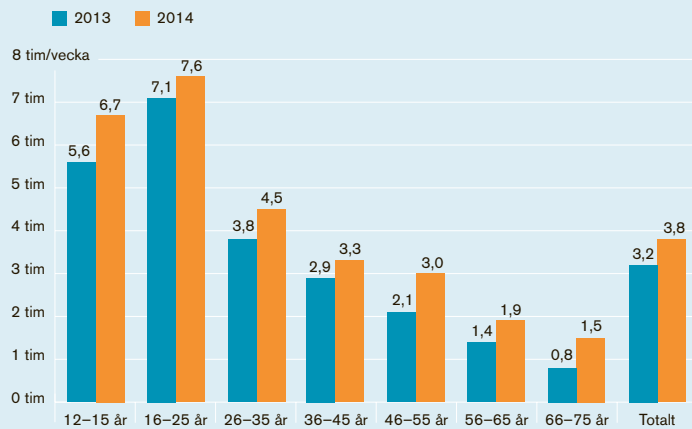
Diagram 3.4. Andel av internetanvändarna (12+ år) som någon gång respektive dagligen läser och tar del av vad andra skriver och andel som själva producerar innehåll på internet.

Det är fler som någon gång besöker och läser än som gör egna inlägg.



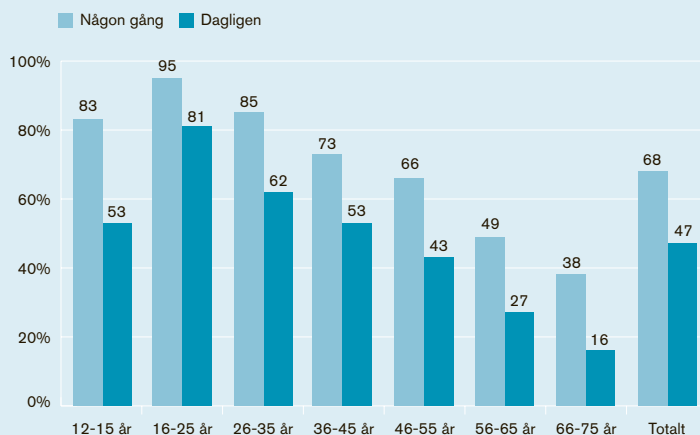
Hur många besöker sociala nätverk?

Diagram 3.5. Andel av internetanvändarna (12+ år) som någon gång besöker sociala nätverk.



Hur mycket tid ägnar man sig åt sociala nätverk i olika åldrar?

Diagram 3.6. Antal timmar i veckan som internetanvändarna lägger ner på sociala nätverk.



Hur många i olika åldrar besöker Facebook 2014?

Diagram 3.7. Andel av internetanvändarna som 2014 besöker Facebook.

Sociala nätverk växer

De sociala nätverkens popularitet ökade årligen med mer än tio procentenheter från 2005 till 2010. Därefter började spridningstakten avta. Mellan 2011 och 2013 var den årliga ökningen nere i två procentenheter. Man kunde förvänta sig att den utvecklingen skulle fortsätta, men istället har användningen det senaste året fortsatt upp med sex procentenheter och ligger nu på 72 procent. Andelen som är med i ett socialt nätverk ökar således fortfarande. Det gäller nu främst bland de äldre i åldern 46-75 år. Även tiden som ägnas åt sociala nätverk har ökat i alla åldersgrupper. Utslaget på alla internetanvändare uppgår ökningen till en halvtimme i veckan.

7 av 10 internetanvändare besöker således idag någon gång sociala nätverk och utslaget på hela befolkningen (12+ år) motsvarar det 64 procent. Det innebär samtidigt att en tredjedel av befolkningen aldrig besöker ett socialt nätverk.

Facebook är fortfarande mycket populärt, särskilt bland yngre. I åldern 16-25 år besöker 95 procent någon gång Facebook och åtta av tio (81%) gör det dagligen och var tredje (36%) flera gånger dagligen. Men ser vi till hur Facebook har spridit sig är det fortfarande en majoritet av de som är äldre än 55 år som aldrig besöker Facebook. Och bland de yngre pensionärerna är det en av fyra (38%) som någon gång varit på besök och mycket få av de över 75 år. De dagliga besöken är ännu färre. Detta innebär inte att det inte finns pensionärer som besöker Facebook men i förhållande till hela åldersgruppen är de få.

Facebook dominerar fortfarande

Nästan alla som är medlemmar på ett socialt nätverk är också medlem på Facebook. Men det finns ett undantag. Det är de unga i åldern 12-15 år. Här har det dykt upp en rad alternativ under senare år. Medan utvecklingen för alla andra grupper utom de äldsta har inneburit en stigande andel av Facebook-

medlemmar under 2012–2014, så har andelen medlemmar på Facebook minskat i åldern 12–15 år. Se mer om detta i kapitel 7 om barn och ungdomar.

I förhållande till andra sociala nätverk är Facebook fortfarande helt dominerande trots att många nya sociala nätverk lanse-rats. Ett av dem är Instagram.

Instagram – De unga kvinnornas nätverk

Ett komplement till Facebook utgör Insta-gram, som också ägs av Facebook. Det an-vänds främst av de unga, särskilt unga kvin-nor. I åldern 12–15 år använder dagligen 62 procent av de unga kvinnorna Instagram jämfört med 45 procent av de unga männen. De unga kvinnornas intresse för Instagram fortsätter upp i åldrarna. Dessa sociala nät-verk tycks kunna komplettera varandra och det är få (4%) som överger Facebook och en-bart använder Instagram.

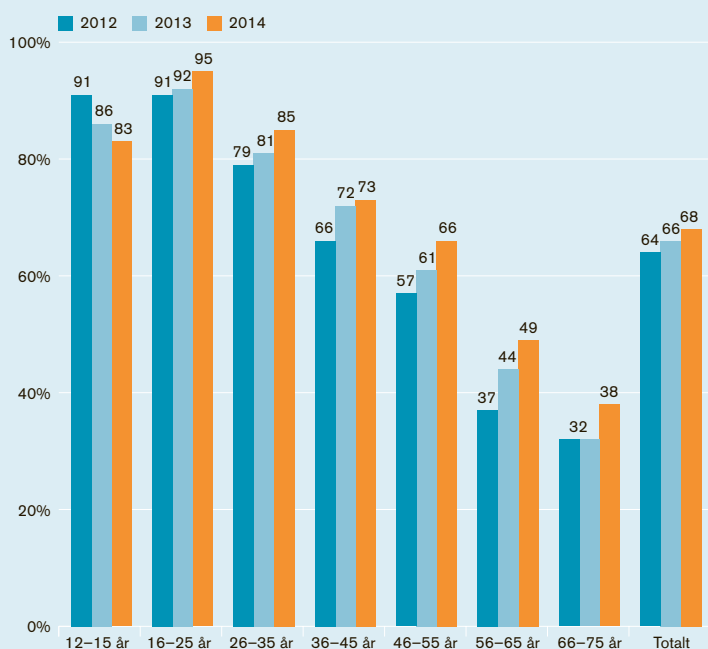
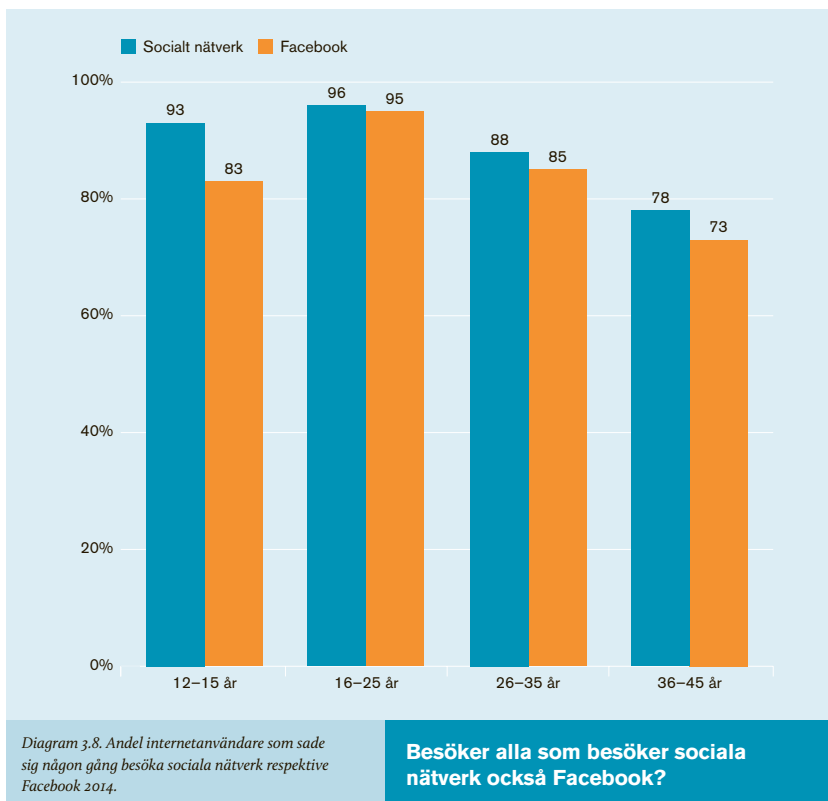


Diagram 3.9. Andel internetanvändare (+12 år) i olika åldrar som någon gång besökte Facebook under 2012, 2013 och 2014.

Har användningen av Facebook ökat eller minskat?

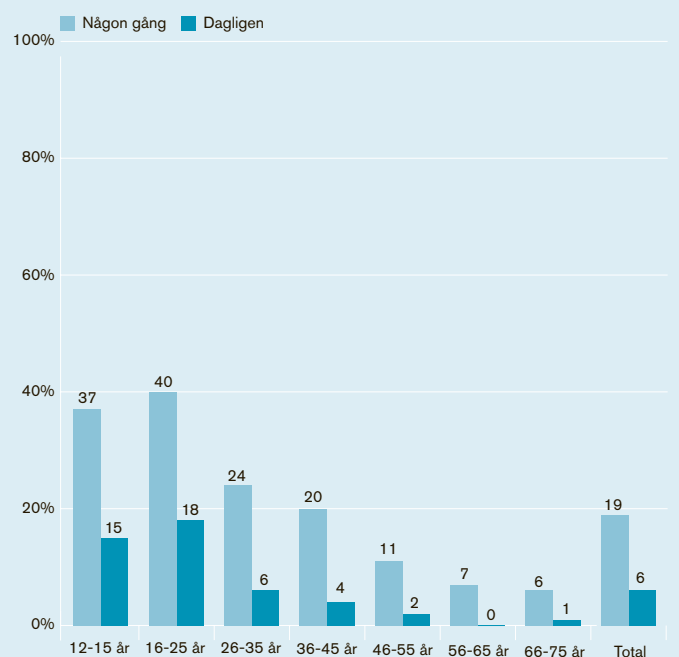
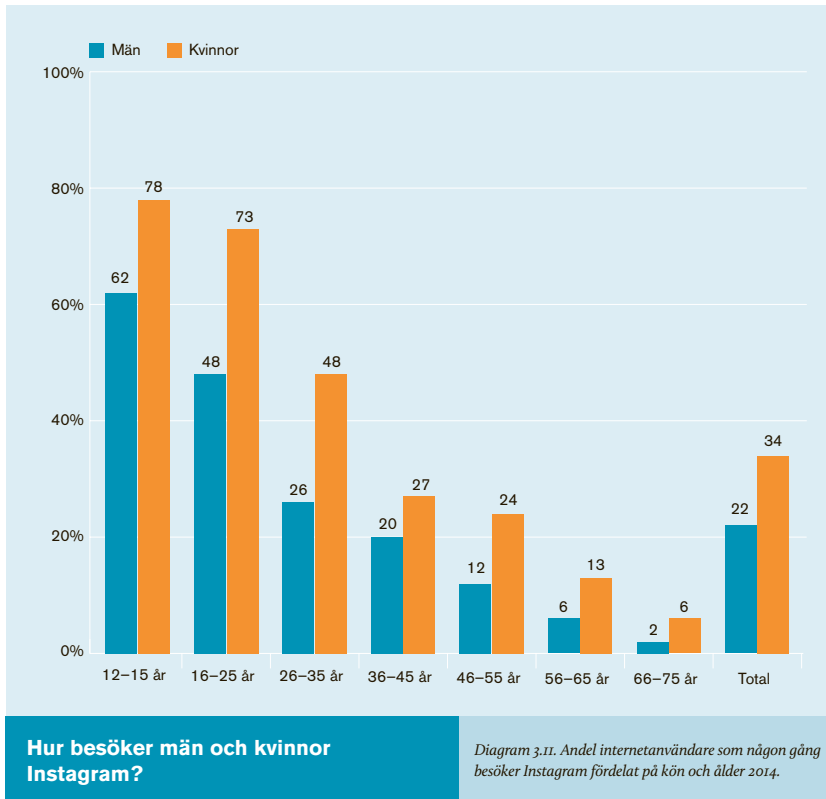


Diagram 3.10. Andel av internetanvändarna som någon gång eller dagligen besöker Twitter.

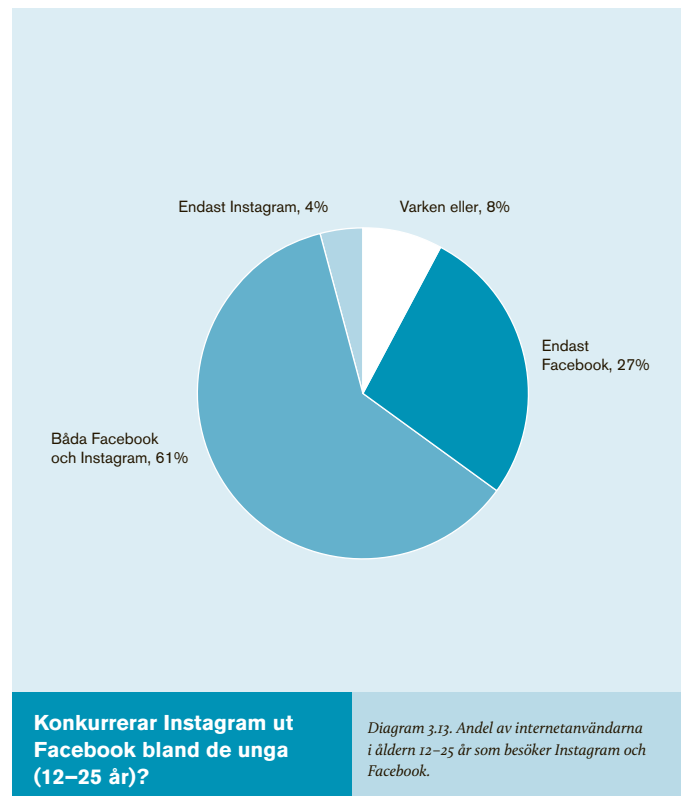
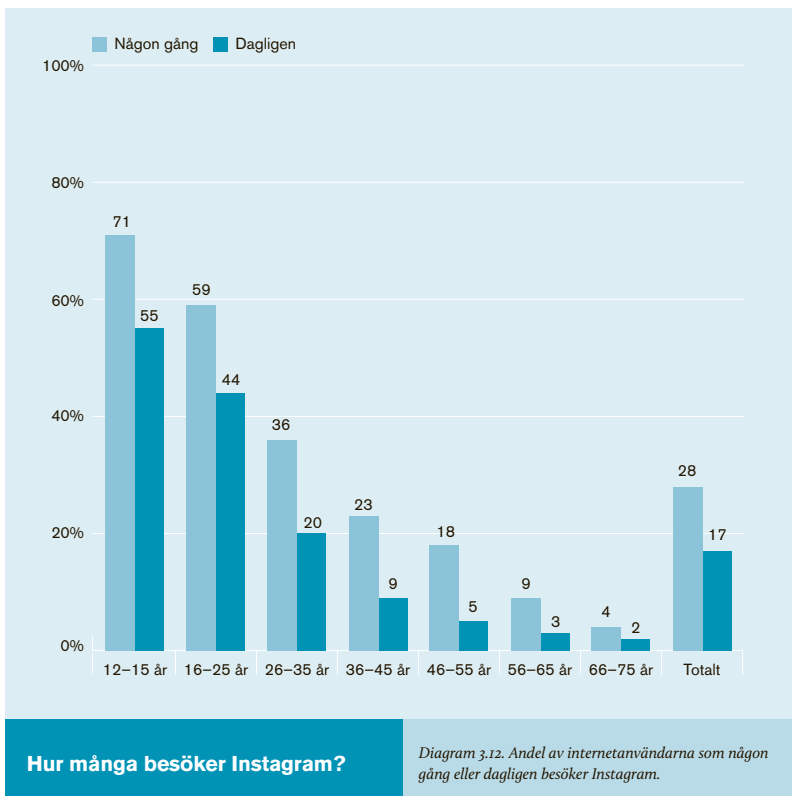
Hur många besöker Twitter?



Har kön, ålder och utbildning någon betydelse för deltagande på de sociala nätverken?

Kvinnor är mer aktiva än män att kommunicera över internet och besöka sociala nätverk. Det gäller framför allt i den dagliga användningen. Skillnaderna är särskilt stora vad gäller dagliga besök på Instagram (22% vs. 12%), Facebook (53% vs. 41%), bloggar (13% vs. 5%), SMS (60% vs. 50%) och dagliga besök på sociala nätverk med mobilen (65% vs. 48%). Det är också något vanligare att kvinnor publicerar var de befinner sig (21% vs. 13% minst någon gång i veckan). Men det föreligger inga stora skillnader mellan män och kvinnor i hur ofta de använder e-post, Twitter, Instant messaging, besöker chatttrum eller skickar mms.

Som tidigare framgått finns det stora skillnader mellan olika åldersgrupper i hur aktiv man är att kommunicera och delta på de sociala nätverken. De yngre är mer aktiva. I vissa fall som när det gäller Instagram





och chatt är det de yngsta (12–15 år) som är mest aktiva, i en del andra fall är det de lite äldre ungdomarna (16–25 år) som är mest aktiva med att använda Instant messaging, Facebook, att posta uppdateringar, dela och skicka vidare. Undantaget är e-posten som alla, oberoende av ålder, använder sig ofta av.

Hur är det då med utbildningen? Vi kommer att se i ett senare kapitel att utbildningsbakgrunden spelar en stor roll för i vilken mån man använder internet för information och fakta. För ett sådant innehåll är det de med högre utbildning som är mest aktiva att använda internet. När det gäller kommuni-

kation och sociala nätverk är situationen annorlunda. Här är skillnaderna genomgående små mellan hög- och lågutbildade. Det gäller användning av Instagram och deltagande på sociala nätverk som till exempel Facebook, och mikroblogger som Twitter.

Ett närmare studium visar att det finns vissa skillnader när man ser på varje åldersgrupp för sig. Det är bland de äldre, särskilt bland pensionärerna, som utbildningen spelar in. Här är de högutbildade äldre mer aktiva när det gäller till exempel sms, mms, Facebook, att posta meddelanden och kommentarer, posta eget innehåll, instant messaging, dela och skicka vidare med mera. ●