

.se

Olle Findahl

Svenskarna och internet



.se | internetstatistik

2014

Svenskarna och internet 2014

Version 1.0 2014

Olle Findahl



Texten skyddas enligt lag om upphovsrätt och tillhandahålls med licensen Creative Commons Erkännande 2.5 Sverige vars licensvillkor återfinns på <http://creativecommons.org/>, för närvarande på sidan <http://creativecommons.org/licenses/by/2.5/se/legalcode>.



Illustrationerna skyddas enligt lag om upphovsrätt och tillhandahålls med licensen Creative Commons Erkännande-ickeKommersiell-inga Bearbetningar 2.5 Sverige vars licensvillkor återfinns på <http://creativecommons.org/>, för närvarande på sidan <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/se/legalcode>.

Vid bearbetning av verket ska .SE:s logotyper och .SE:s grafiska element avlägsnas från den bearbetade versionen. De skyddas enligt lag och omfattas inte av Creative Commons-licensen enligt ovan.

.SE klimatkompenserar för sina koldioxidutsläpp och stödjer klimatinitiativet ZeroMission. Se www.zeromission.se för mer information om ZeroMission.

Författare: Olle Findahl

Projektleddare: Pamela Davidsson

Formgivning: Bedow

Omslagsfoto: Kristina Alexanderson

Första upplagan, första tryckningen.

Tryck: Göteborgstryckeriet, 2014.

ISBN: 978-91-87437-18-2

.SE (Stiftelsen för internetinfrastruktur) ansvarar för internets svenska toppdomän. .SE är en oberoende allmännyttig organisation som verkar för en positiv utveckling av internet i Sverige.

Organisationsnummer: 802405-0190

Besöksadress: Ringvägen 100 A, 9 tr, Stockholm

Brevledes på .SE Box 7399, 103 91 Stockholm

Telefon: +46 8 452 35 00. Fax: +46 8 452 35 02

E-post: info@iis.se www.iis.se

.se

Innehållsförteckning

FÖRORD	4	07. BARN OCH UNGDOMAR	45
SAMMANFATTNING	5	Hälften av tvååringarna använder internet. Stort genomslag för surfplattan. Spel och video. Skapa eget innehåll. Chatt. Smarta mobiler används mest i trådlösa nätverk. Söka och kontrollera fakta. Internet i skolan. Lika viktigt med privat bruk som för skolarbete. Allt fler och allt yngre på sociala nätverk. Ökad användning av e-post.	
01. INTERNETS SPRIDNING HAR INTE HELT STANNAT UPP	9	08. PERSONLIG INTEGRITET, ÖVERVAKNING OCH POLITIK	57
Sverige i världen. Internet fortsätter att spridas i Sverige. Tillgång till dator, internet och bredband. Ökad användning av internet flera gånger om dagen. Ökad tid med internet. Var används internet mest? Hemma eller på arbete/skola. Allt mer användning av mobil teknik: smarta mobiler och surfplattor. Ökad andel av internettiden ägnas mobilen. Hur många använder inte internet? Funktionshinder.		Stor oro som minskat men nu ökar något. Hotar internet den personliga integriteten? Hur många har fått den personliga integriteten kränkt? Vad gör man för att skydda sig? Vilka problem har man stött på? Yttrandefrihet och internet. Fördjupar internet demokratin? De unga har större tilltro till internet än de äldre.	
02. DEN MOBILA BOOMEN FORTSÄTTER	17	09. INTERNET OCH TRADITIONELLA MEDIER	65
De unga har drivit på. Allt mer tid ägnas åt smartmobilen. Allt fler använder surfplattan. Barnfamiljerna driver på. Den snabbaste spridningskurvan? Hur använder man smartmobilen och surfplattan? Nya tjänster. Positionering, hälsoappar, mobilt bank-ID.		Små förändringar med tydlig tendens. Internet som nyhetskälla. Dagstidning. Kvällstidning. Radio. Tv. Böcker. I USA har e-böckerna tagit fart. Bokläsning bland män och kvinnor.	
03. KOMMUNIKATION OCH SOCIALA NÄTVERK	27	AVSLUTNING	72
Upp till en tredjedel är själva aktiva på sociala nätverk. Ålder har betydelse. Sociala nätverk växer. Facebook dominerar fortfarande. Instagram – De unga kvinnornas nätverk. Vilken betydelse har kön, ålder och utbildning för hur aktiv man är?		LITTERATUR	74
04. E-HANDEL	33	METOD	75
Digitala köp. Allt fler abonnerar på musik. Allt fler betalar för video/film/tv på internet. Vem betalar? Har utbildningen någon betydelse? Fildelningen minskar.		TABELLER	77
05. INFORMATION OCH FAKTA	37	INDEX	78
Internet viktigaste informationskällan. Söka efter fakta och slå upp ord. Skola och utbildning. Ålder och utbildning spelar roll för hur internet används. Slå upp ord. Söka och kontrollera fakta. Kultur, vetenskap och litteratur. Läsa tidning. Hälso- och medicinsk information.			
06. UNDERHÅLLNING	41		
Viktigaste källan till underhållning. Underhållning på internet och på traditionella medier. Youtube och Spotify störst på internet. Utbildning spelar roll för hur internet används för underhållning.			



Förord

Fortfarande tillkommer det nya människor som nu efter tjugo år börjar att använda internet. Visserligen finns det sådana som börjat och sedan slutat för att de blivit besvikna på den nya tekniken, men nästan alla som en gång börjat har fortsatt. De flesta har sedan utvecklat och anpassat sin användning av internet efter egna behov och intressen och inordnat internet i den dagliga tillvaron hemma och på arbetet. Detta är en process som för de flesta pågår ständigt eftersom internet hela tiden förändras. Nya apparater och skärmar tillkommer, nätets kapacitet förbättras och nytt innehåll produceras och görs tillgängligt.

Under de senaste åren har de smarta mobilerna och surfplattorna medfört stora förändringar och tillsammans med alla appar har det medfört att tillgången till internet blivit mycket bättre men också att innehållet presenteras på ett annorlunda sätt. En fråga är om detta låser fast användarna i en passiv roll eller om det öppnar upp för en mer aktiv och kreativ användning?

Uppgiften att följa hur användningen av internet förändras och utvecklas har sålunda ännu inte fått sitt slut. Genomgripande förändringar sker fortfarande. Nya frågor väntar att bli besvarade. En del av dessa frågor rör inte internetstatistiken i sig utan mer övergripande frågor som har koppling till internet. Personlig integritet och yttrandefrihet hör dit liksom internets roll för politiken och demokratin. Och hur det går för de traditionella medierna när allt mer av innehållet görs lätt tillgängligt på internet med bra kvalitet och för små kostnader.

Olle Findahl



Sammanfattning

Trots tjugo år med internet fortsätter internet att sprida sig till allt fler. Det gäller både tillgång och användning. Ökningen är betydande hos de yngre pensionärerna och bland förskolebarnen och här är det framför allt surfplattans popularitet i barnfamiljerna som ligger bakom att allt fler av de yngre barnen börjat regelbundet använda internet.

Spridningskurvan för smarta mobiler som steg kraftigt fram till förra året har nu börjat plana ut. Surfplattorna fortsätter att snabbt sprida sig med den största ökningen hittills under senaste året. Här syns ännu inte någon avmattning.

Surfplattan har på tre år spridit sig med 48 procentenheter, från 5 procent till 53 procent. Det är ett svårslaget rekord.

Nästan hälften använder internet flera gånger om dagen. En utveckling som till stor del får tillskrivas den smarta mobilen och surfplattan.

Den genomsnittliga tiden som internetanvändarna ägnar åt internet i hemmet har ökat med en timme i veckan. Det är en ökning som tillfaller den ökande användningen av smarta mobiler och surfplattor.

Fortfarande efter tjugo år tillkommer det nya internetanvändare. Under det senaste året rör det sig om omkring hundra tusen nya användare. Men trots detta återstår det en miljon svenskar som inte använder internet.

Den smarta mobilen har inte ersatt datorn, utan den utgör ett komplement för den som redan har en dator. Och surfplattan utgör ett komplement för dem som redan har da-

tor och smartmobil. Allt större del av internettiden tillbringas på smartmobilen.

Barnfamiljerna driver på

Åtta av tio föräldrar till barn under 10 år har tillgång till en surfplatta. En tillgång som även deras barn har. Användningen av surfplattor bland barn och ungdomar är dock betydligt frekventare än bland föräldrarna.

Hälften av surfplattanvändarna har en egen surfplatta. Åtta av tio internetanvändare har en egen dator och nästan alla som använder en smartmobil har en egen sådan. Nu har hälften av de som använder en surfplatta en egen sådan.

Facebook är den mest använda appen på smartmobilen. Surfa, läsa, spela och se på film/video/tv dominerar användningen av surfplattan.

Positionering, hälso- och träningsappar hör till populära nyheter som presenterats under de senaste åren på de smarta mobilerna. Här är det unga kvinnorna som går i täten. Hälften av dem använder dessa nya möjligheter. Mobilt BankID har också blivit mycket använt, vilket hälften av mobilanvändarna har.

De sociala nätverkens popularitet ökar fortfarande. Det senaste året har andelen besökare gått upp med tre procentenheter till 72 procent. Sju av tio internetanvändare besöker således någon gång sociala nätverk och utslaget på hela befolkningen motsvarar det 64 procent.

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 som

minskat sitt deltagande på Facebook. Här har det dykt upp en rad alternativ under senare år.

Komplement snarare än konkurrent. Andra sociala nätverk som Instagram har mer kommit att verka som ett komplement än som en konkurrent i förhållande till Facebook. Det är få som överger Facebook och enbart använder Instagram.

Allt fler betalar för musik på internet. Här har utvecklingen gått snabbt från 15 procent 2011 till 38 procent av internetanvändarna 2014. Ökningen har varit särskilt stor bland de unga. En tredubbling på fyra år.

Allt fler betalar för video/film/tv på internet. Det är också många fler som betalar för att se film, video och tv via internet. Det är 14 procent av internetanvändarna som prenumererar för att se video/film/tv. I åldersgrupperna från 12 till 35 år är andelen kring 25 procent.

Fildelningen minskar. Under det senaste året kan vi se en viss minskning. Det gäller i alla åldersgrupper men främst för de under 35 år.

Fler av de yngsta har börjat betala och prenumerera på strömmande musik och till viss del även på film/tv/video. 52 procent i åldern 12 till 15 år prenumererar idag på musik och 25 procent prenumererar på video/film/tv.

Internet har idag blivit den viktigaste informationskällan. För personer upp till 45 år har internet en helt dominerande ställning som informationskälla medan det för pensionärerna är de traditionella medierna, tv, radio och dagstidningar som är viktigast. Däremellan, i åldrarna 46 till 65 år, är alla medier inklusive internet ungefär lika viktiga.

Söka efter fakta och slå upp ord. Alla gör det åtminstone någon gång även bland pensionärerna. Många, även det i alla åldrar, använder internet för att söka efter adresser och tidtabeller.

Youtube och Spotify populärast på internet. Störst spridning på internet har Youtube fått. Ser vi istället på den dagliga användningen är det musiken som dominerar.

Hälften av tvååringarna använder internet. Redan bland 3-åringarna är tre av fyra internetanvändare och vid 7 år är andelen 90 procent. Den stora ökningen de senaste åren har skett bland de yngsta.

Den största förändringen de senaste åren har dock varit att barns användning av internet blivit mycket frekventare. 2011 fanns det få dagliga användare bland förskolebarnen. Idag är var fjärde i åldern 2 till 3 år daglig användare och var tredje i åldern 4 till 6 år.

Stort genomslag för surfplattor bland unga. När surfplattan kom var den först lika populär bland de yngre som bland de äldre barnen. Det senaste året har ökningen varit störst bland skolbarnen. Resultatet har blivit att över hälften av dem är nu dagliga användare av surfplattor.

Smarta mobiler användes mest i trådlösa nätverk. Över hälften av ungdomarna i åldern 12–15 år använder sin smarta mobil mer via ett trådlöst nätverk än via mobilnätet.

Lika vanligt att unga använder internet i skolan för privat bruk som för skolarbete. I många skolor finns idag trådlösa nätverk och en tredjedel av eleverna har en egen dator i skolan. Ser vi till vad som händer i skolorna är det nästan lika vanligt att använda internet för privat bruk som att använda internet för skolarbete.

Allt fler och allt yngre på sociala nätverk. Hälften av tioåringarna är idag bekanta med sociala nätverk och var femte är där dagligen. Går vi neråt i åldrarna kan vi hitta de som besöker sociala nätverk redan vid 7 och 8 års ålder vilket inte skedde tidigare. Den stora ökningen de senaste åren har skett bland skolbarnen i åldrarna 9 till 11 år.

Personlig integritet viktig. De flesta håller inte med om påståendet att ”det inte längre finns någon personlig integritet”. Det är inte heller många som tycker att oron över den personliga integriteten är överdriven. Samtidigt som många tycker att oron är berättigad, säger många att de inte har något att dölja.

Få har fått sin personliga integritet kränkt på internet. Nästan alla svarar nej. De som svarar ja är företrädesvis unga och flest ja-svar återfinns i gruppen 16–25 år.

Det vanligaste, som var tredje internetanvändare har råkat ut för, är att de fått falska förfrågningar från myndigheter, banker eller spelföretag om att de anmodats skicka in bank- och kreditkortsuppgifter. Lika många har ofrivilligt råkat hamna på en pornografisk internetsida utan att de själva valt detta. Två av fem har fått virus i sin dator.

Den stora majoriteten av internetanvändare har inte vidtagit några speciella åtgärder för att skydda sig. Få, någon enstaka procent av alla internetanvändare, använder mer avancerade former av kryptering för att skydda sig.

De unga har större tilltro till internet än de äldre. De unga är mycket mer positiva till internets möjligheter att fördjupa demokratin. Hälften av de yngre anser att internet har gjort det lättare att förstå politik, jämfört med en tredjedel av de medelålders och en fjärdedel av de äldre.

Yngre människor är också mer aktiva i att söka upp politisk information på internet. Hälften gör det någon gång och var fjärde gör det åtminstone någon eller några gånger i veckan.

Internet viktigast för de välutbildade. Ju högre utbildning man har desto viktigare tycker man att internet är i vardagslivet. Det gäller dock inte för den yngre delen av befolkningen upp till 45 år. Även i arbetslivet är internet viktigare för de med högre utbildning. Det gäller alla åldrar.

Oron för övervakning och registrering av myndigheter och företag, som var stor för 10–15 år sedan, har minskat men ökar nu åter.

Känslan av delaktighet i informationssamhället har ökat i jämförelse med tidigare år. Mest delaktiga känner sig de i åldern 16 till 45 år. Bland de ännu yngre är det flickorna som känner sig mer delaktiga i informationssamhället än pojkarna i samma ålder.

Mest tid ägnas åt de traditionella medierna i deras traditionella former med undantag för kvällstidningen där den mesta läsningen sker på webben. Genom framgången för surfplattan fortsätter en sakta förskjutning mot att en ökande del av mediekonsumtion sker på nätet.

Små förändringar med tydlig tendens. Förändringarna över det senaste året är små, men tendenserna är tydliga. Tiden minskar något för papperstidningarna och för lyssningen på inspelad musik. Tiden ökar något för tv-play och digitala spel och är ganska oförändrad när det gäller traditionell tv och radio och för tidningarnas webbversioner. ●





Internets spridning har inte helt stannat upp

Sverige i världen 2014

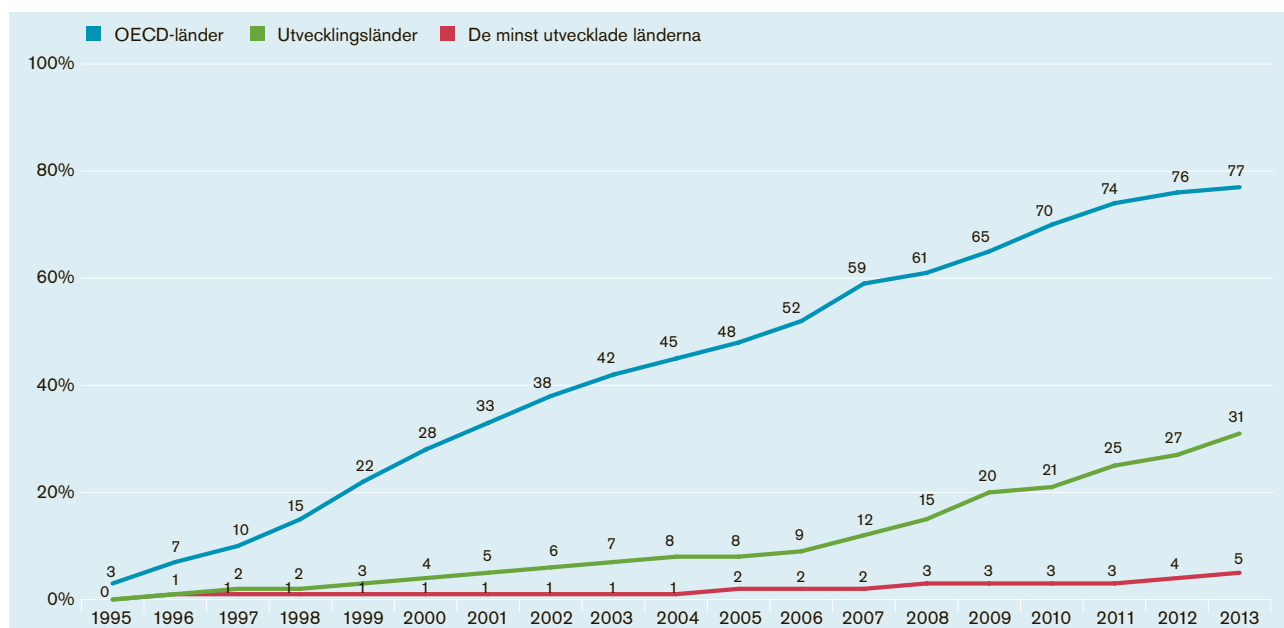
Sverige var inte det land där internet spred sig snabbast under 90-talet. Länder som USA där internet skapades och utvecklades låg till en början långt före. Den snabba spridningen under slutet på 90-talet bromsades upp i alla länder, även i Sverige. Men medan spridningskurvan planat ut på många håll har den fortsatt sakta uppåt i Sverige och några andra länder. I EU:s statistik (Eurostat June 2014) toppar Sverige tillsammans med Island, Norge, Danmark, Nederländerna och Finland listan över länder med den högsta internetanvändningen på drygt 90 procent användare i befolkningen¹. Går vi utanför Europa hittar vi till exempel Nya Zeeland med ungefär lika stor andel användare, medan internetspridningen i USA planat ut på en lägre nivå.

Genomsnittet för EU-länderna ligger nu på 79 procent internetanvändare i befolk-

ningen (16–74 år), vilket innebär att hälften av befolkningen i en del EU-länder saknar internet. Variationen är således stor i Europa liksom i världen.

Stor global digital klyfta

Ser vi till den globala spridningen skiljer det sig mycket mellan industriländerna (OECD-länderna), utvecklingsländerna och de minst utvecklade länderna. Detta är en indelning som grundar sig bland annat på ländernas bruttonationalprodukter (BNP). I de rika OECD-länderna använder ungefär tre fjärdedelar (77%) av befolkningen internet. I utvecklingsländerna en tredjedel (31%) och i de minst utvecklade länderna utgör de som använder internet bara någon eller några procent av befolkningen (ITU 2014). Det är skillnader som under de arton åren efter 1995, hela tiden har ökat.



Den globala spridningen av internet 1995–2013

Diagram 1.1. Procent individer som använder internet i OECD (industriländerna), utvecklingsländerna, till exempel Kina och Indien, och de minst utvecklade länderna (35 st), till exempel många afrikanska länder. Källa: ITU (2012, 2013 och 2014).

¹ EU-statistiken baseras på befolkningen upp till 74 år. Äldre människor räknas inte med. Därav de något högre siffrorna för internetanvändning än i "Svenskarna och internet" där det inte finns någon över åldersgräns.

Index

Sverige ligger 2014 kvar på tredje platsen i World Economic Forums Network readiness index efter Finland och Singapore men före Nederländerna och Norge. Sverige ligger högt när det gäller internetanvändningen både bland individer och företag, men lägre när det gäller internetkostnader för till exempel abonnemang och mycket lågt i människors e-deltagande som mäts i ett "e-participation" index.

Internet fortsätter att spridas i Sverige

Trots mer än tjuugo år med internet fortsätter internet att spridas till allt fler. Det gäller både tillgång och användning. Ökningen är inte stor eftersom man i många åldersgrupper redan nått taket där nästan alla redan använder internet. Men bland de äldre och bland de yngsta är ännu inte alla internetanvändare. Och det är här, särskilt bland de yngre pensionärerna, som ökningen under det senaste året har varit störst. Ökningen är också betydande bland förskolebarnen och här är det framför allt surfplattans popularitet i barnfamiljerna som ligger bakom att allt fler av de yngre barnen börjat använda internet regelbundet.

Tillgång till Internet

Ser vi först till tillgången är det idag lika många som har tillgång till internet som har tillgång till dator. 2014 har 91 procent av befolkningen över 18 år tillgång till en dator (92% 12+ år) och 91 procent tillgång till internet. 88 procent har tillgång till bredband hemma.

Alla som har en smartmobil har tillgång till en dator

Under alla år har det varit betydligt fler som har haft dator än som haft tillgång till internet. Men nu är det liktydigt med att också ha tillgång till internet om man har dator. Man kunde till och med kanske vänta sig att det skulle vara fler som hade tillgång till internet än till dator, när man nu har smarta

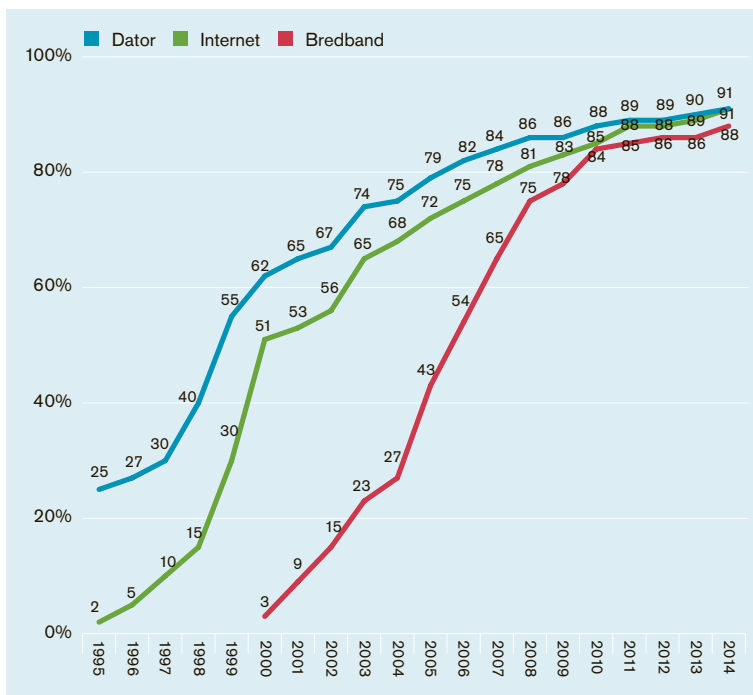


Diagram 1.2. Tillgång till dator, internet och bredband 1995–2014 i befolkningen över 18 år.

Tillgång till dator, internet och bredband 1995–2014

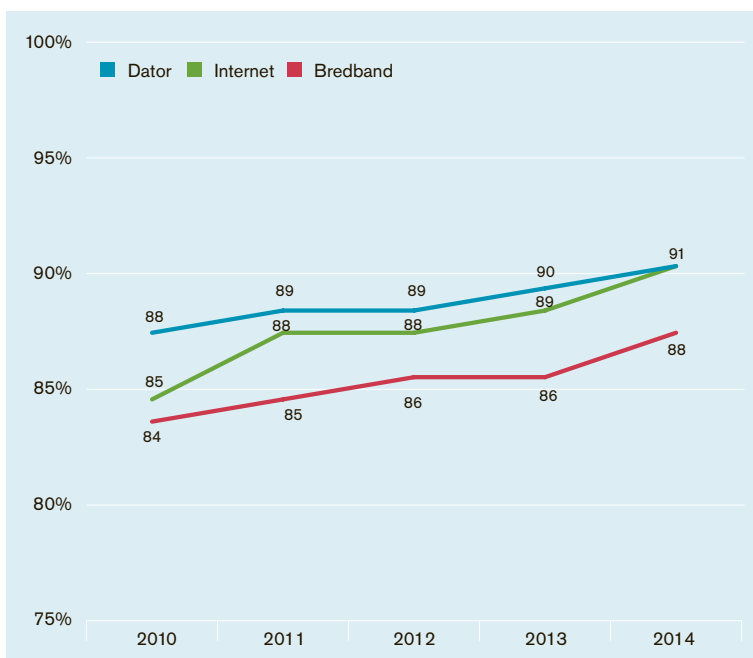
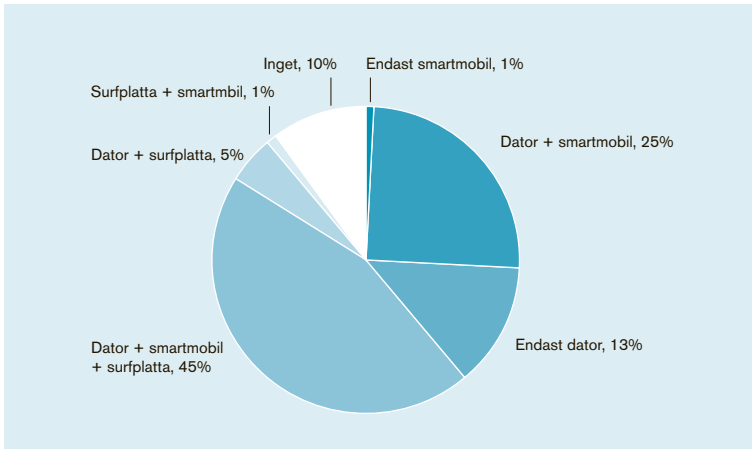


Diagram 1.3. Tillgång till dator, internet och bredband 2010–2014 i befolkningen över 18 år.

Tillgång till dator, internet och bredband 2010–2014

mobiler och surfplattor. Det finns också enstaka personer som inte har någon dator men som ändå använder internet, men de är inte många – endast någon enstaka procent som återfinns i alla åldrar. 98 procent av de



Tillgång till dator, smartmbil och surfplatta

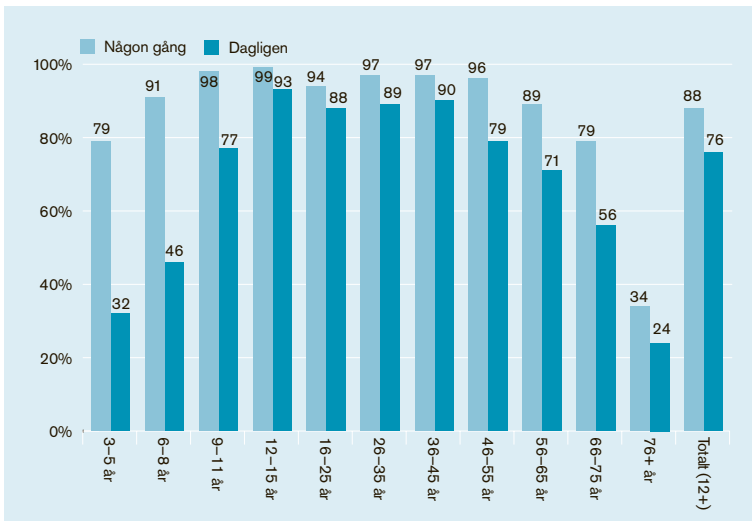
Diagram 1.4. Andel av befolkningen (12+ år) som har tillgång till dator, smartmbil och surfplatta och olika kombinationer av dessa.

som använder internet har tillgång till en dator även om många också har tillgång till en smartmbil eller surfplatta. Man kan således inte säga att den smarta mobilen ersatt datorn, utan den utgör ett komplement till de som redan har en dator. Surfplattan utgör ett komplement för dem som redan har dator och smartmbil.

Användning av internet

I åldrarna från 6 till 65 år använder idag minst 90 procent internet, åtminstone ibland. I åldrarna från 12 till 55 år nära 100 procent. Bland förskolebarn och yngre pensionärer är omkring 80 procent internetanvändare och bland de äldsta över 75 år drygt 30 procent.

När det gäller den mer frekventa och regelbundna användningen kan vi se att 90 procent i åldern 12 till 45 år är dagliga användare. Omkring 75 procent i åldern 9 till 11 år och i åldern 46 till 65 år. Hälften av de yngre pensionärerna och de yngsta skolbarnen är också dagliga användare, en tredjedel av de yngre skolbarnen och en fjärdedel av de äldsta över 75 år.



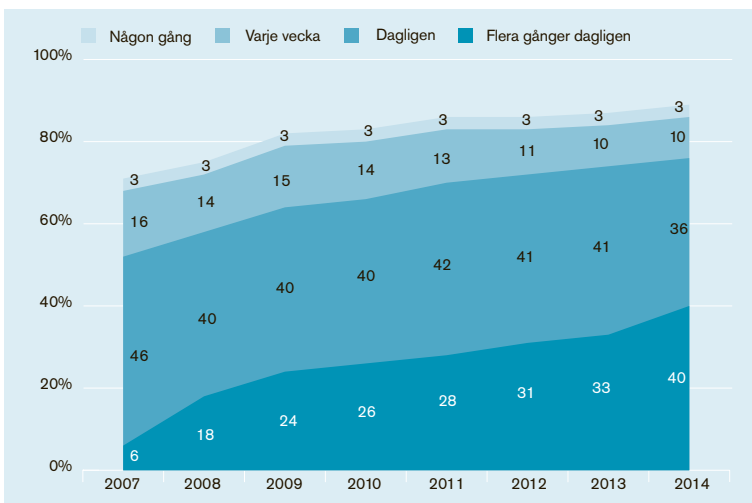
Hur ofta använder man internet hemma i olika åldrar 2014?

Diagram 1.5. Andel av olika åldersgrupper som använder internet hemma minst någon gång och dagligen.

Ökad användning av internet

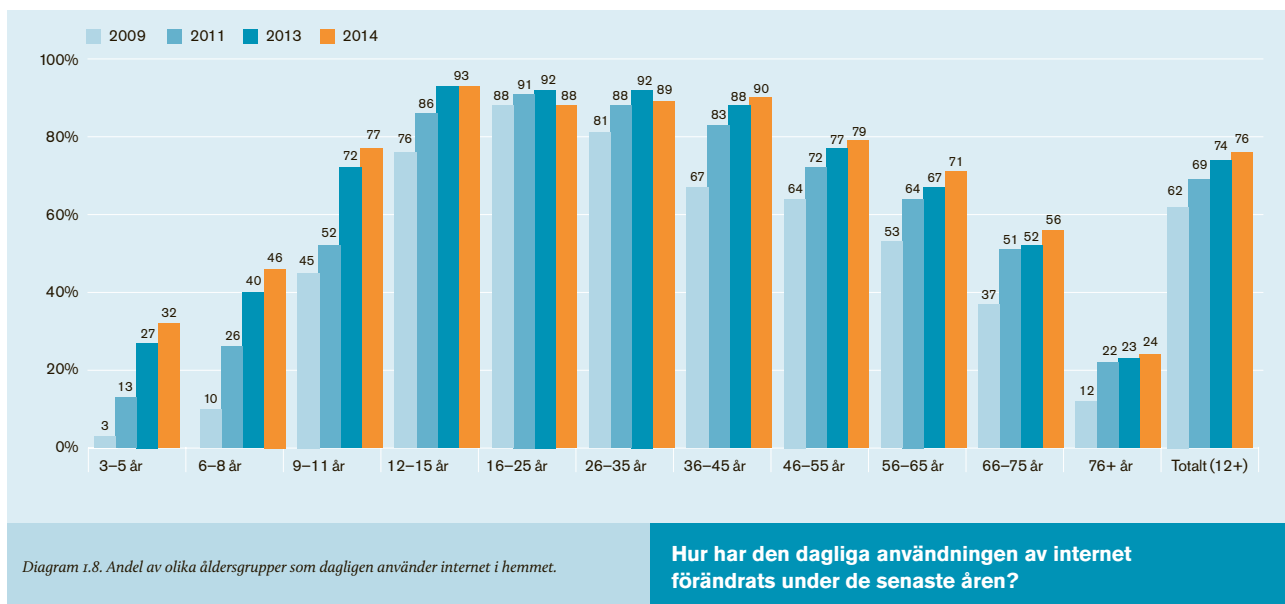
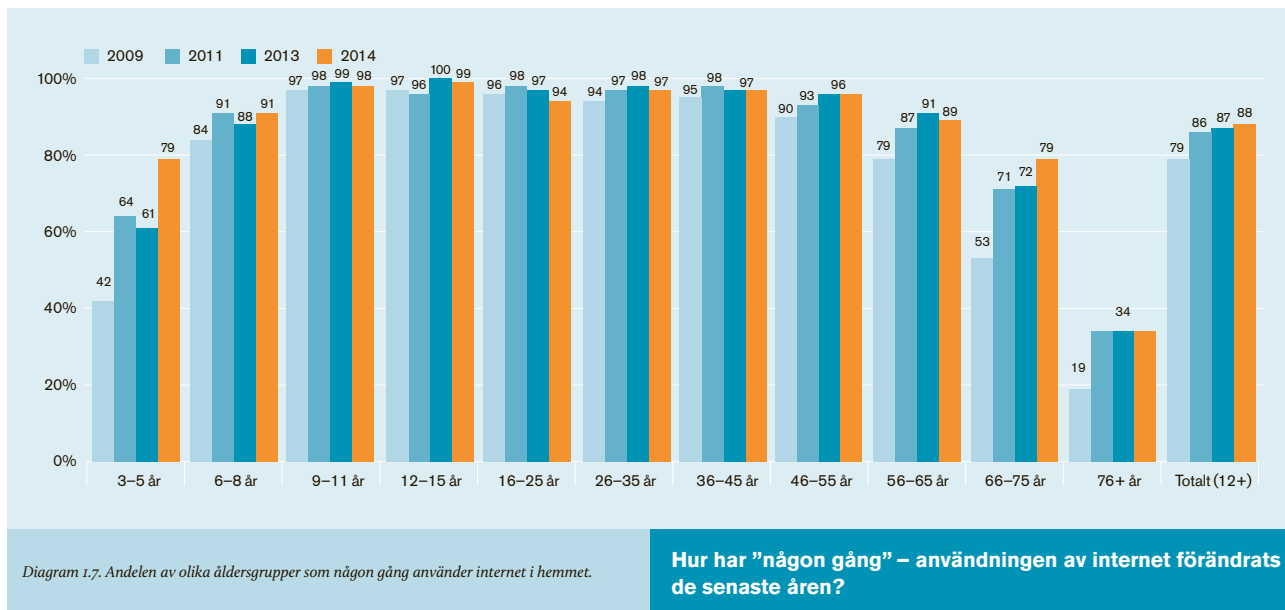
flera gånger om dagen

Det är idag inte bara något fler som har tillgång till internet utan också något fler som använder internet och något fler som använder internet dagligen. Ser vi tillbaka över de senaste sju åren har visserligen den dagliga användningen ökat från 52 till 76 procent och den stora förändringen har skett inom denna grupp. Många har börjat använda internet flera gånger om dagen i hemmet. År 2007 var det få som använde internet i hemmet flera gånger om dagen. Idag gör nästan hälften (40%) detta. Ökningen har varit särskilt stor det sista året från 33 procent användare flera gånger om dagen 2013 till 40 procent 2014. En utveckling mot en allt frekventare användning av internet som till stor del får tillskrivas den smarta mobilen och surfplattan.



Användning av internet i hemmet 2007-2014

Diagram 1.6. Andel av befolkningen (12+ år) som använder internet i hemmet någon gång, varje vecka, dagligen respektive flera gånger dagligen.



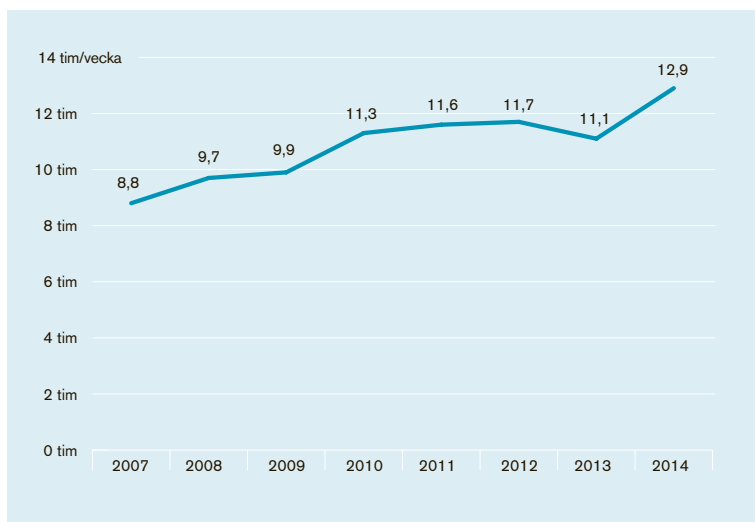
Störst ökning bland förskolebarn och yngre pensionärer

Ser vi hur utvecklingen varit under de senaste åren i olika åldersgrupper kan vi se att andelen som någon gång använder internet inte förändrats särskilt mycket under de senaste fem åren i åldrarna 6 till 55 år. Här var de flesta internetanvändare redan för fem år sedan. Däremot har förändringarna varit stora bland förskolebarnen med nästan en fördubbling under de senaste fem åren (42%–79%), och förändringarna har också varit stora bland de yngre pensionärerna (53%–79%). Det har också skett förändringar i åldersgruppen 56–65 år och bland de äldsta

över 75 år, men här har nivåerna legat oförändrade under de senaste tre åren.

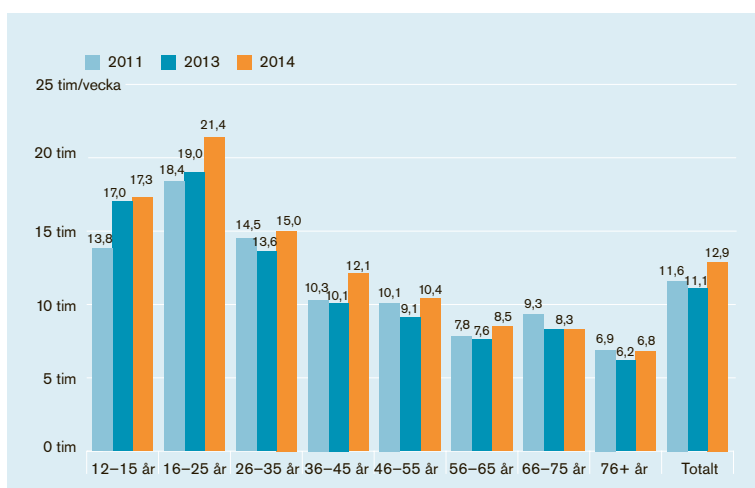
Fler dagliga användare

Ser vi till intensiteten i användandet har den förändrats betydligt mer under de senaste fem åren, med undantag för åldrarna 16 till 35 år där det dagliga användandet redan var mycket utbrett för fem år sedan. I övriga åldersgrupper har andelen dagliga användare ökat för varje år vilket märks särskilt tydligt bland de yngsta barnen där det för fem år sedan fanns få dagliga användare. Nu använder var tredje förskolebarn (3–5 år) internet dagligen och nästan hälften av de något



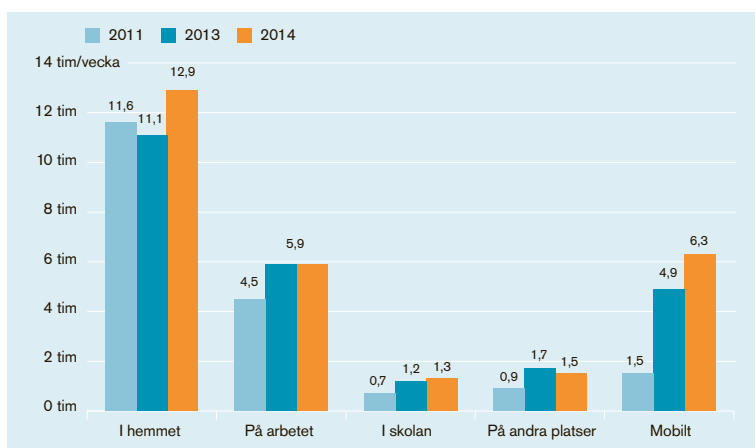
Hur lång tid ägnar man sig åt internet i hemmet? En jämförelse 2007–2014

Diagram 1.9. Genomsnittlig tid (tim/vecka) som internetanvändarna (12+ år) ägnar sig åt internet hemma.



Hur mycket tid ägnar man åt internet i olika åldrar. En jämförelse 2011, 2013 och 2014

Diagram 1.10. Genomsnittlig tid (tim/vecka) för internet i hemmet i olika åldrar och olika år.



Var använder man internet mest?

Diagram 1.11. Total internettid (12+ år) fördelad på olika platser.

äldre (6–8 år) och tre av fyra bland skolbar-
nen (9–11 år). Den växande tillgången till
surfplattor i barnfamiljerna har bidragit till
en ökad daglig internetanvändning. Mer om
detta i kapitel 7 om barnen.

Ökad tid med internet

Den genomsnittliga tiden som användarna
ägnar åt internet i hemmet har under de
senaste fyra åren legat kring 11,5 timmar i
veckan, eller drygt 1,5 timmar om dagen.
Under det senaste året har det skett en ök-
ning med en timme i veckan. Det är en ök-
ning som beror på den ökande användning-
en av smarta mobiler och surfplattor. Inte
bara datorn utan också de mobila appara-
terna används till stor del i hemmet upp-
kopplade till det egna trådlösa hemnätver-
ket. Mer om detta i kapitlet om den mobila
användningen. Ökningen av internettiden
har skett tydligast bland de äldre ungdo-
marna (16–25 år) och i föräldragenerationen
(36–45 år). Hos de äldre är skillnaderna små.
De lägger ner ungefär lika mycket tid på in-
ternet som tidigare.

Var används internet mest? Hemma eller på arbete/skola?

Hemmet är den plats där mest tid läggs på
internet. För de som förvärvsarbetar förde-
lar sig tiden ganska lika mellan arbete och
hem. Ökningen för de som studerar och
arbetar har under senare år huvudsakligen
skett i hemmet.

Under det senaste året har tiden som
ägnas åt internet ökat överlag med undan-
tag för pensionärerna där användningen av
smarta mobiler och surfplattor är begränsad.
Både de förvärvsarbetande och de stude-
rande har lagt ner mer tid på internet såväl
hemma som på arbete respektive i skola.

Genomsnittsvärden döljer en stor variation bland internetanvändarna

Bakom genomsnittstiderna döljer sig stora
skillnader i hur lång tid som man lägger ner
på att använda internet. En del använder

internet lite, kanske bara någon timme i veckan, medan andra ägnar en hel arbetsvecka, 40 timmar eller mer på att vara online.

I hemmet ligger tyngdpunkten på den tredjedel som ägnar 7–15 timmar på internet i veckan. Samtidigt som 10 procent använder internet i hemmet mindre än 1 timme i veckan och 9 procent mer än 30 timmar.

Här finns en fjärdedel (25%) som är på internet i mobilen mindre än en timme i veckan. En tredjedel av användarna av smarta mobiler har en användningstid på omkring en timme om dagen (5–10 timmar i veckan). Men här finns också en fjärdedel (25%) som är på internet i mobilen mindre än en timme i veckan. 10 procent använder mobilen mer än 2 timmar om dagen (16 timmar i veckan) och 2 procent nästan hela dagarna (40+ timmar i veckan).

Allt mer användning av mobil teknik: smarta telefoner och surfplattor

Spridningskurvan för smarta mobiler steg kraftigt fram till förra året men har nu börjat bromsa upp. Den kraftigaste ökningen skedde redan 2012. Däremot fortsätter surfplattorna att snabbt sprida sig med den största ökningen hittills under senaste året. Här syns ännu inte någon avmattning. Spridningskurvan fortsätter rakt uppåt.

Det ökande mobilanvändandet slår igenom i ökad internettid i hemmet och i skolan eftersom en stor del av mobilanvändandet sker i hemmet och skolan via trådlösa nätverk.

Ökande andel av internettiden ägnas mobilen

Den ökande användningen av smarta mobiler sätter också sina spår i andelen av internettiden som upptas av mobilen. 2011 när användningen av smarta mobiler just hade tagit fart upptog mobilen 8 procent av den totala internettiden. Idag ligger den siffran på 29 procent, och som högst är den i åldrarna 12 till 35 år där man använder

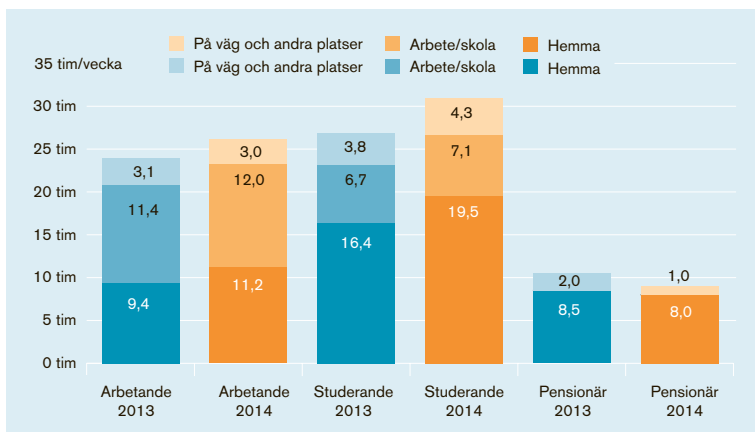


Diagram 1.12. Genomsnittlig tid (tim/vecka) som arbetande, studerande (12+) och pensionärer ägnar sig åt internet på olika platser.

Hur lång tid ägnar man sig åt internet i hemmet på arbetet/skolan och när man är på väg eller på andra platser? En jämförelse 2013–2014.

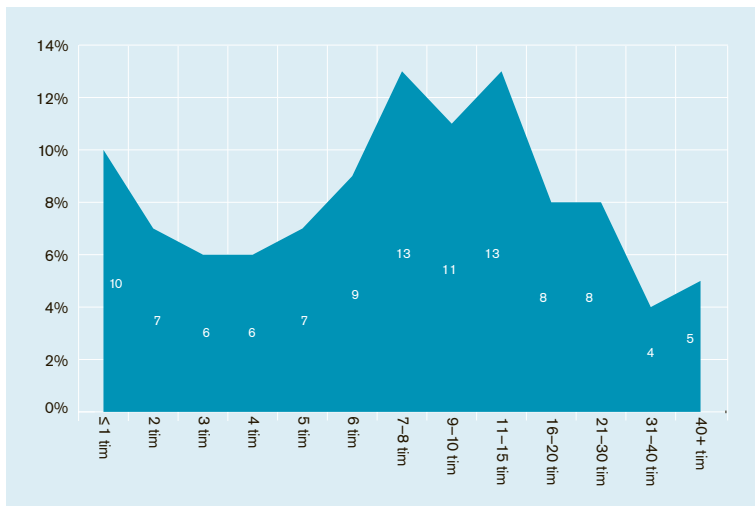


Diagram 1.13. Andel av användarna (12+) som använder internet i hemmet under olika lång tid per vecka.

Hur mycket tid ägnar sig användarna åt internet i hemmet?

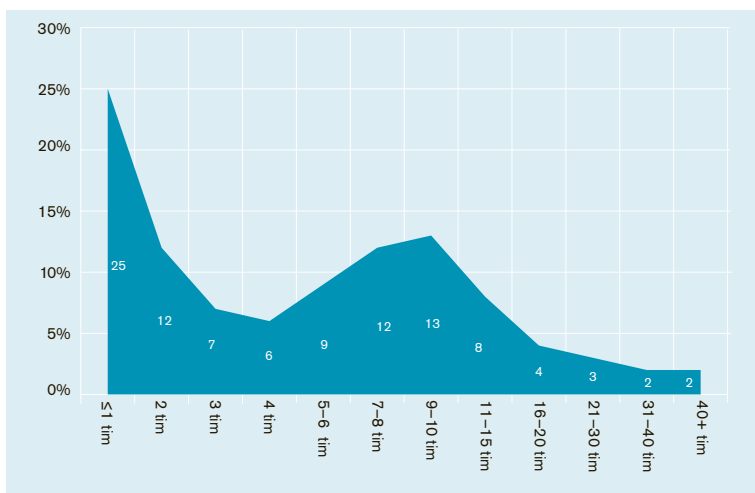
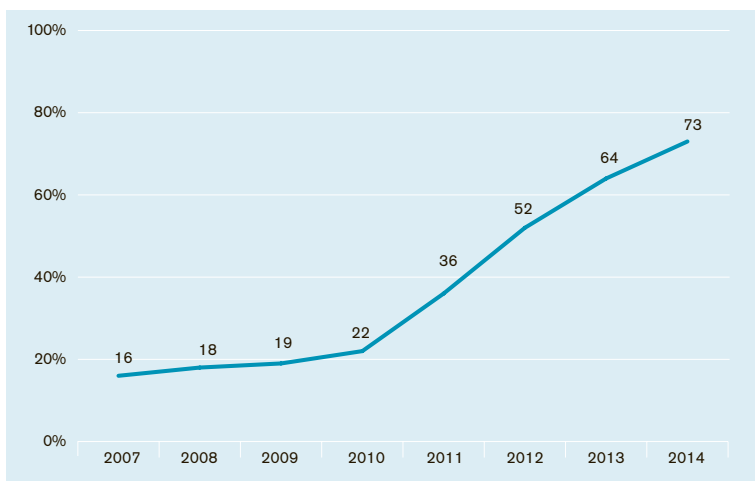


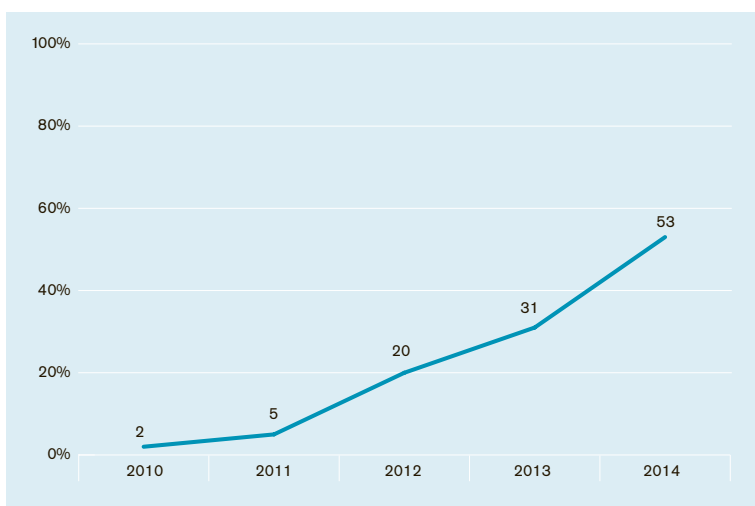
Diagram 1.14. Andel av användarna av smarta mobiler (12+) som använder internet i mobilen under olika lång tid per vecka.

Hur mycket tid ägnar sig användarna av smartmobiler åt internet?



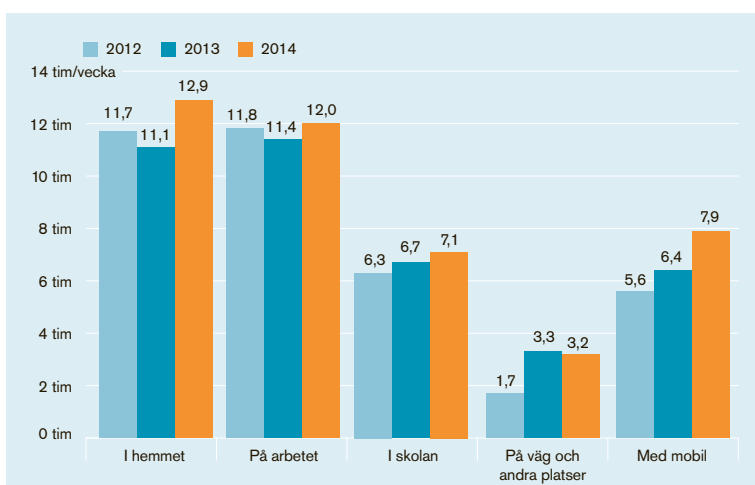
Hur många har tillgång till en smartmobil?

Diagram 1.15. Andel av befolkningen (12+ år) som har tillgång till en smartmobil.



Hur många har tillgång till en surfplatta?

Diagram 1.16. Andel av befolkningen (12+ år) som har tillgång till en surfplatta.



Hur har internettiden på olika platser förändrats 2011–2014?

Diagram 1.17. Genomsnittlig internettid bland användarna i hemmet, på arbetet, i skolan, på väg och i mobilen.

sin mobil under en tredjedel (33%) av sin totala internettid. Se mer om den mobila användningen i kapitel 2 om den mobila boomen.

Andel mobiltid av den totala internettiden:

2011	8%
2013	25%
2014	29%

Hur många använder inte internet?

Det dröjde några år efter det att internet 1995 började spridas till en större allmänhet innan den tog fart men under de sista åren av 1990-talet började miljoner svenskar att använda internet. År 2000 hade halva svenska folket tillgång till internet. Åren därefter planade spridningen ut men tog ny fart i samband med bredbandsutbyggnaden. Allt sedan dess har spridningen fortsatt till en större del av befolkningen även om det vissa år verkat som om spridningen höll på att stanna av. Fortfarande efter tjugo år tillkommer det dock nya internetanvändare. Under det senaste året rör det sig om omkring hundra tusen nya användare.² Men trots detta återstår det 1 miljon svenskar som inte använder internet.³

Hur många använder inte internet i hemmet?

2010	1,5 miljoner
2011	1,3 miljoner
2012	1,2 miljoner
2013	1,1 miljoner
2014	1,0 miljoner

Icke-användarna skeptiska till ny teknik

På frågan, till de som inte använder internet, om de tycker om att prova nya tek-

² Nätverket Digidel, som startade 2010 och stöddes av .SE, bibliotek och folkbildningsförbund, hade som mål att få ytterligare minst 500 000 människor att använda internet innan utgången av år 2013. Antalet icke-användare skulle minska från 1,5 miljoner till 1 miljon. Vi kan nu se att målet nåddes. Hur mycket som är Digidels förtjänst är svårt att säga.

³ Se Findahl 2013, En miljon svenskar vill inte använda internet.

niska apparater och prylar svarar 8 procent av icke-användarna JA (genomsnittet bland internetanvändarna är 41 procent) medan 74 procent svarar NEJ, det vill säga att de inte tycker om att prova ny teknik.

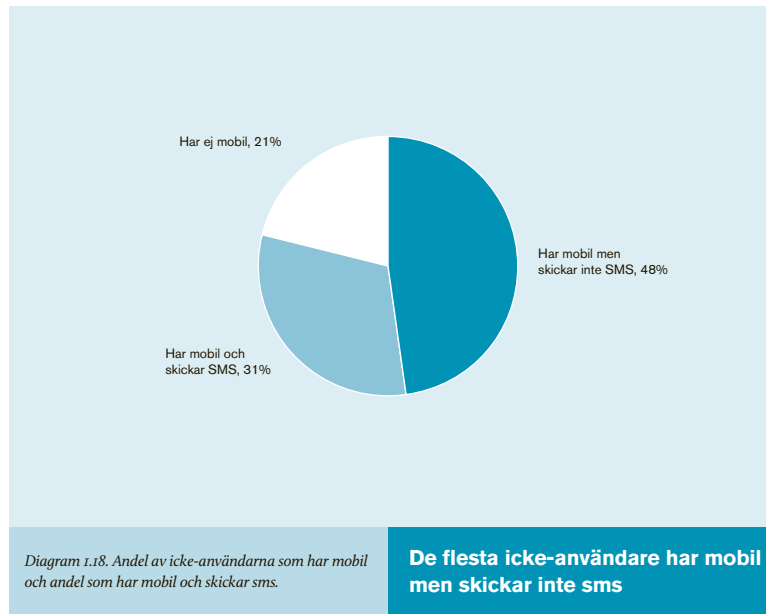
Åtta av tio (79%) som inte använder internet har tillgång till en mobiltelefon. En mindre andel (12%) har en smartmobil utan att använda internet. Mobilen används av de flesta som telefon för att ringa med. Endast 31 procent skickar någon gång ett SMS.

Vad är icke-användarnas motiv?

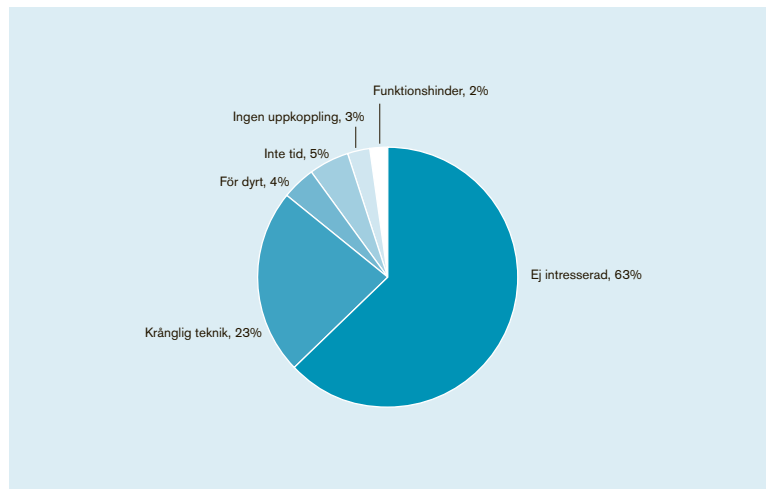
De som inte använder internet nämner en lång rad olika motiv till att de inte är uppkopplade: Det finns ingen uppkoppling där de bor, de har inte tid eller de har inte råd. Vanligare är att man känner sig främmande för datorer och tycker att tekniken är krånglig och svår. Det vanligaste motivet, som nämns av två av tre, är dock att man helt enkelt inte är intresserad. Det är ett svar som alltid varit det vanligaste svaret bland icke-användarna.

Funktionshinder ställer till problem

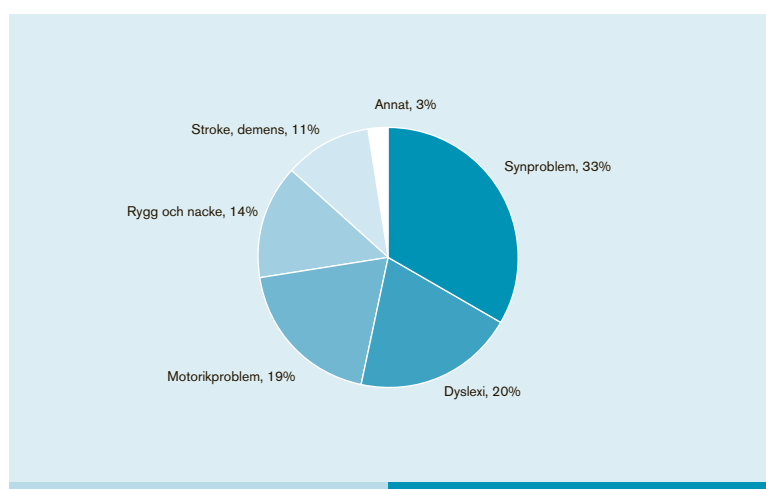
Funktionshinder kan också vara ett problem som gör det svårt att använda dator och internet. Ju äldre man är desto vanligare är det med olika funktionshinder. Bland äldre är det framför allt problem med synen som gör det svårt att läsa på skärmen och problem med motoriken som försvårar användningen av mus och tangentbord. Svårigheter att läsa och skriva, dyslexi, återfinns i alla åldersgrupper. Bland de yngre är detta en försvårande omständighet men stoppar inte deras internetanvändning. Totalt är det 5 procent i befolkningen som uppger att de har funktionshinder som försvårar deras användning av internet. Hälften av dessa, framför allt bland de äldre, anger att detta är skälet till att de inte använder internet. 10 procent av pensionärerna (65+) uppger funktionshinder som försvårar användningen och ser vi till de äldsta över 75 år är det 16 procent som uppger sådana problem. ●



De flesta icke-användare har mobil men skickar inte sms



Varför använder man inte internet?



Vilka funktionshinder försvårar användningen av internet?

Svenskarna och internet finns nu som webbversion! På soi2014.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från årets rapport med dina vänner.

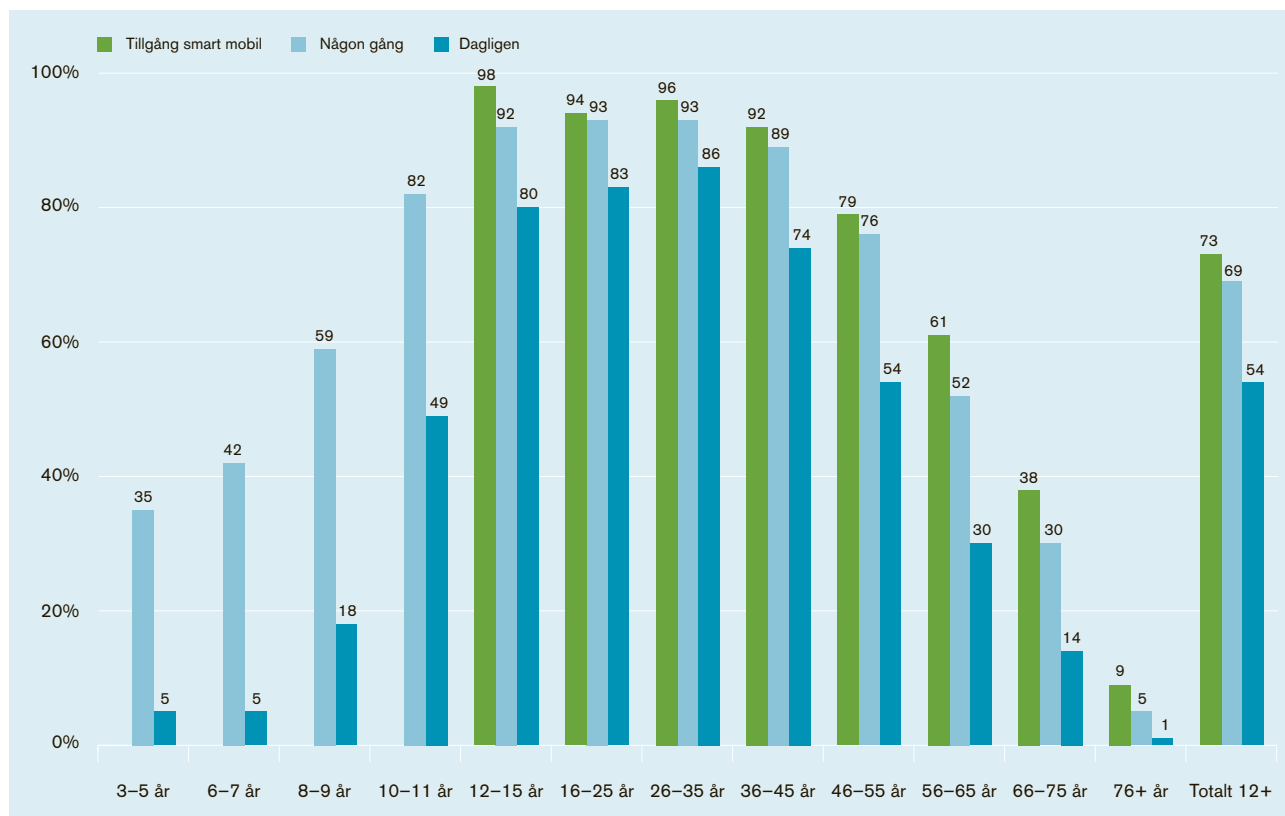
02

Den mobila boomen fortsätter

Efter den första spridningsfasen och den efterföljande breddbandsfasen är vi nu sedan några år inne i den mobila fasen som fortsätter med oförminskad styrka. De smarta mobilerna som till en början användes i mindre omfattning fick först 2011 ordentlig spridning. Därefter gick det fort. Idag använder 73 procent smarta mobiler, och 69 procent kopplar upp sig till internet via mobilen, 54 procent gör det dagligen och 31 procent flera gånger dagligen.

De unga har drivit på

Mobilanvändandet har ökat under det senaste året även om ökningen inte varit lika stark som tidigare år. Från att nästan ingen använde en smartmobil dagligen år 2010, spred sig de smarta mobilerna åren därefter snabbt främst i åldrarna 16 till 45 år. 2013 användes smartmobilen dagligen av drygt 80 procent i åldrarna 16 till 35 år. En ökning på över 70 procentenheter på tre år. Under det senaste året har ytterligare tio procentenheter till-



Hur många i olika åldrar använder internet i mobilen dagligen eller någon gång?

Diagram 2.1. Andel av befolkningen i olika åldrar som har en smartmobil, som använder internet i den någon gång ibland respektive dagligen.

kommit i nästan alla åldersgrupper, utom bland de unga (12–25 år) där användningen redan var mycket hög, och bland de äldsta där användningen fortfarande är låg.

Det som kännetecknar användningen av smartmobiler är den höga andelen av dagliga användare. 8 av 10 använder internet i sin smartmobil dagligen. Och bland de dagliga användarna är tendensen att allt fler använder mobilen flera gånger om dagen.

Litet intresse för smarta mobiler bland de äldre

I åldrarna över 55 år har intresset för de smarta mobilerna varit svagt. Så gott som alla har tillgång till mobiler, 97 procent bland yngre pensionärer och 81 procent bland de som är över 75 år. Men de äldre använder den huvudsakligen som en telefon och inte för att koppla upp sig till internet. 26 procent av pensionärerna som har tillgång till en smartmobil kopplar aldrig upp sig till internet via mobilen. Användningen av smartmobiler minskar således snabbt bland de som är äldre än 55 år och bland pensionärerna är det få som dagligen använder en smartmobil. Så gott som alla (97%) yngre pensionärer (66–75 år) har tillgång till en mobil, 38 procent har tillgång till en smart mobil, 30 procent använder någon gång internet i mobilen, 14 procent gör det dagligen.

Smartmobiler används oftare i trådlösa nätverk än i mobilnätet

En orsak till att de smarta mobilerna spridit sig så snabbt särskilt bland de unga är att de kan kopplas upp till internet via de trådlösa nätverken (wifi) som idag finns i de flesta hem, på skolor och på kaféer. Det minskar kostnaderna för användningen särskilt om den är mycket frekvent. Hälften (47%) av smartmobilanvändarna kopplar huvudsakligen upp sig via trådlösa nätverk i hemmet. En fjärdedel (27 %) kopplar huvudsakligen upp sig via mobilnätet medan en fjärdedel (26 %) använder båda näten ungefär lika mycket.

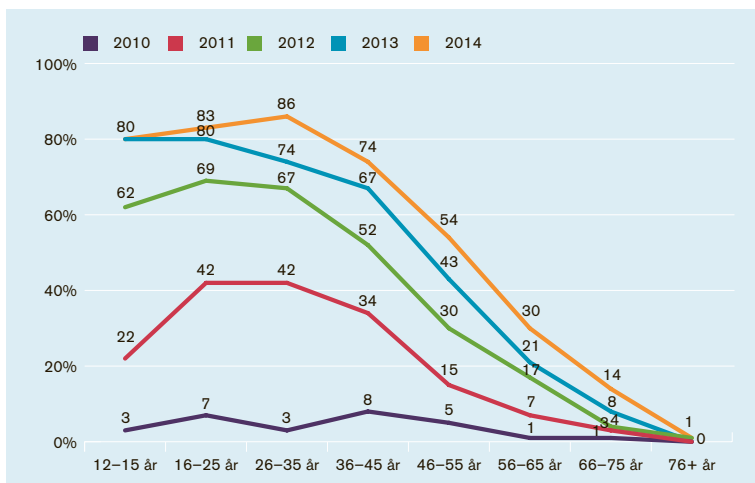


Diagram 2.2. Andel av alla de med mobil i olika åldersgrupper som dagligen använder sig av internet i mobilen.

Hur många använder dagligen internet i mobilen? En jämförelse 2010–2014

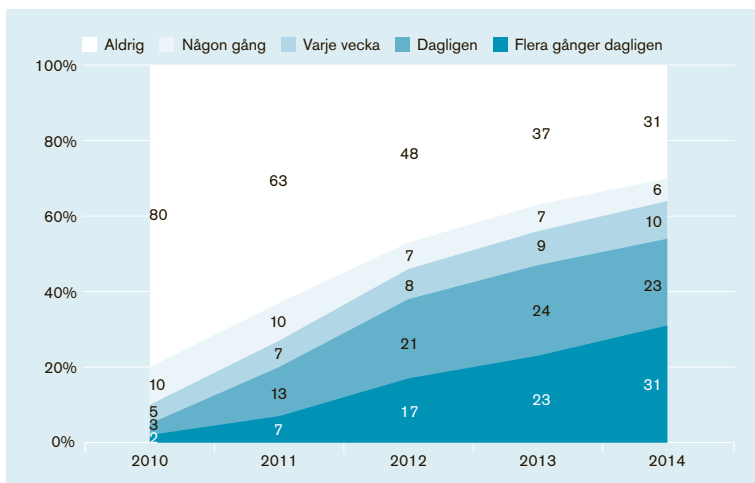


Diagram 2.3. Andel av befolkningen (12+ år) som med olika frekvens använder internet i mobilen under 2010–2014.

Användningen av internet i mobilen tog fart 2010–2014

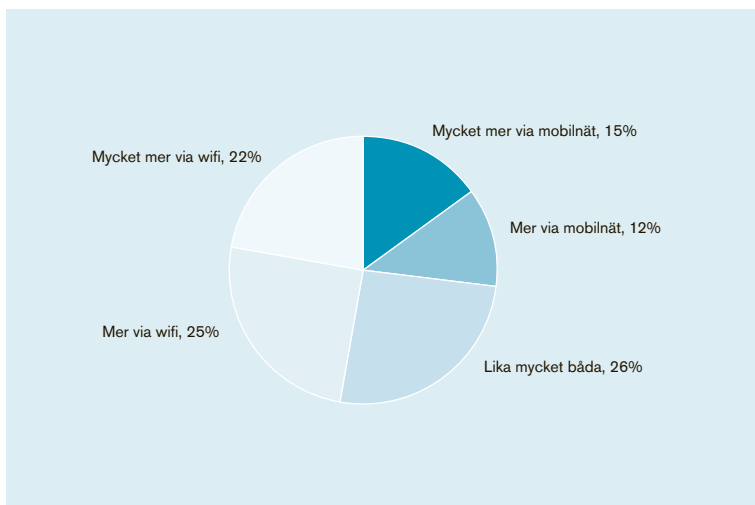
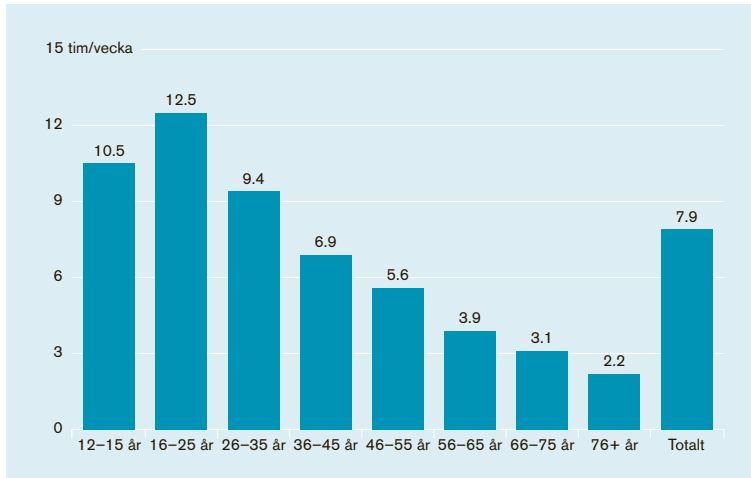


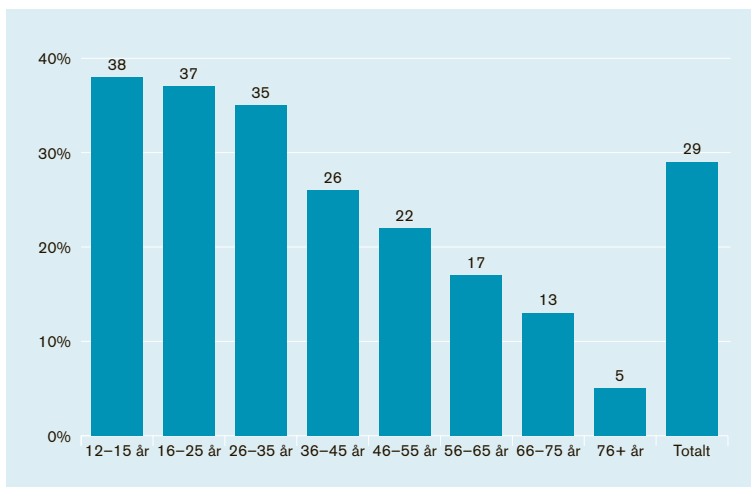
Diagram 2.4. Andel av de som använder en smart mobil som huvudsakligen kopplar upp sig via mobilnät eller via nätverk (wifi) eller en kombination av dessa.

Hur många kopplar upp sin smartmobil via mobilnät, trådlöst nätverk eller båda?



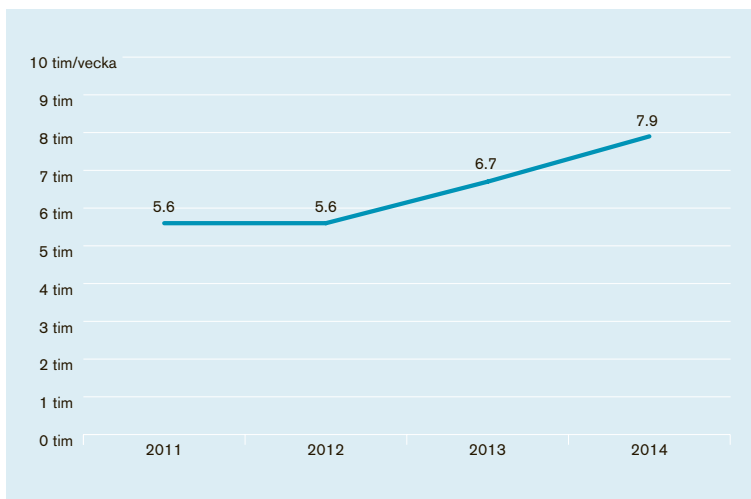
Hur mycket tid ägnar man sig åt internet i mobilen i olika åldrar (tim/vecka)

Diagram 2.5. Genomsnittlig tid (tim/vecka) som i olika åldersgrupper ägnas åt internet på mobilen bland användarna.



Hur stor del av den totala internettiden sker på smartmobilen?

Diagram 2.6. Andel mobiltid av total internettid bland internetanvändarna.



Tiden som ägnas åt mobilt internet har ökat. En jämförelse 2011-2014

Diagram 2.7. Genomsnittlig tid (tim/vecka) som under olika år ägnas åt internet på mobilen bland användarna.

Här skiljer sig de yngsta (12-15 år) från övriga genom att endast 13 procent av dem huvudsakligen använder mobilnätet för den smarta mobilen. En stor del av användningen av de smarta mobilerna, särskilt bland de unga, sker således i hemmet eller i skolan där det finns tillgång till wifi nätverk. (Se kapitel 7 om barn och unga).

Allt mer tid ägnas åt smartmobilen

Vi såg tidigare att det under de senaste åren inte bara är mångdubbelt fler som skaffat sig en smart mobil utan också att man idag använder mobilen mycket oftare än tidigare. Nästan hälften använder sin smartmobil flera gånger om dagen. Den frekventa användningen av smarta mobiler, särskilt i åldrarna 12 till 35 år, återspeglar sig också i den tid man lägger ner på att använda sina mobiler. Genomsnittet för åldersgruppen 12-35 år är lite mer än en timme om dagen med en topp på nästan 2 timmar (1,8) om dagen för de som är mellan 16 och 25 år.

Även om den totala internettiden också ökat medför den ökande tiden med internet i mobilen att en allt större del av internetanvändningen sker via mobilen. Bland de yngre (12-35 år) utspelar sig nu en dryg tredjedel av den totala internettiden på smartmobilen. Sedan minskar mobilandelen med åldern. Genomsnittet för alla smartmobilanvändare är år 2014, 29 procent.

Jämför vi med tidigare år har den mobila internettiden ökat med 1 timme i veckan mellan 2012 och 2013 och ännu lite mer (1,2 tim/vecka) mellan 2013 och 2014.

Allt fler använder surfplattan

Den smarta mobilen har, som vi tidigare sett, spridit sig mycket snabbt bland internetanvändarna efter 2010. Surfplattan kom ett steg efter och dess spridning tog fart mellan 2011 och 2012. Till skillnad från den smarta mobilen började surfplattan nästan från noll. Nu använder 45 procent av befolkningen en surfplatta och 25 procent gör det dagligen. För en jämförelse mellan de olika spridningsförloppen se slutet av detta kapitel.

Barnfamiljerna driver på

Särskilt anmärkningsvärt är spridningen av surfplattan i barnfamiljer. Här har föräldragenerationen (35–45 år) gått före. Visserligen används surfplattan som arbetsredskap bland många förvärsarbetare, men i barnfamiljer tycks den passa mycket bra med att vara lätt tillgänglig, lätt att använda även för de som inte kan läsa. Den har stor skärm och startar direkt. Det anmärkningsvärda är att tillgången är större i åldersgruppen 35–45 år än i åldersgruppen 16–25 år, där annars internetanvändningen är störst. Detta har fått till följd att tillgångskurvan går ner i åldrarna 16–35 år. Kurvan gör något så ovanligt som ett hack nedåt för dessa åldersgrupper som annars brukar ligga i toppen av alla kurvor över tillgång och användning.

84 procent av föräldrarna, 36–45 år, har tillgång till en surfplatta vilket är lika vanligt som bland barn och ungdomar från 6 till 15 år. Användningen av surfplattan bland barn och ungdomar är dock betydligt frekventare än bland föräldrarna. 58 procent av skolbarnen i åldern 9–12 år använder dagligen surfplattan jämfört med 36 procent av de som befinner sig i åldern 36 till 45 år.

Under det senaste året har andelen som använder en surfplatta dubblerats och mer än fördubblats när det gäller den dagliga användningen. Störst har ökningen varit i åldern 36–45 år, där föräldrarna till de små barnen finns.

Hälften har en egen surfplatta

Idag har 74 procent av befolkningen tillgång till en egen dator. Lika många har en egen smartmobil och 27 procent har en egen surfplatta. Det innebär att hälften (52%) av de som använder en surfplatta har en egen sådan. 8 av 10 internetanvändare har en egen dator och nästan alla som använder en smartmobil har en egen sådan.

Den snabbaste spridningskurvan

Den primära fasen när en ny teknik sprider sig brukar räknas från den första böjnings-

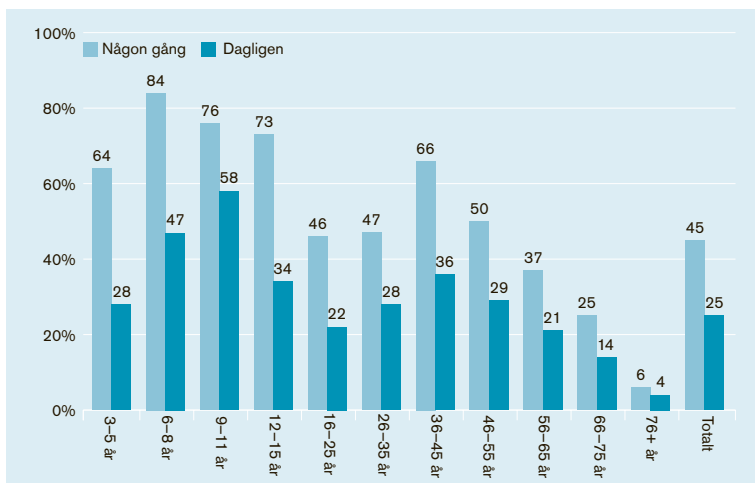


Diagram 2.8. Andel i olika åldrar i befolkningen som använder en surfplatta.

Halva befolkningen använder en surfplatta och en av fyra gör det dagligen.

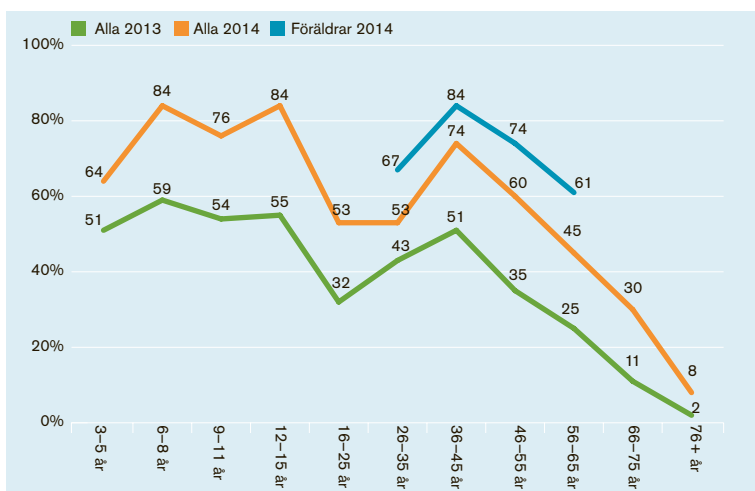


Diagram 2.9. Andel med tillgång till en surfplatta hemma i olika åldrar och bland föräldrar.

Hur många har och hade tillgång till en surfplatta 2013 och 2014?

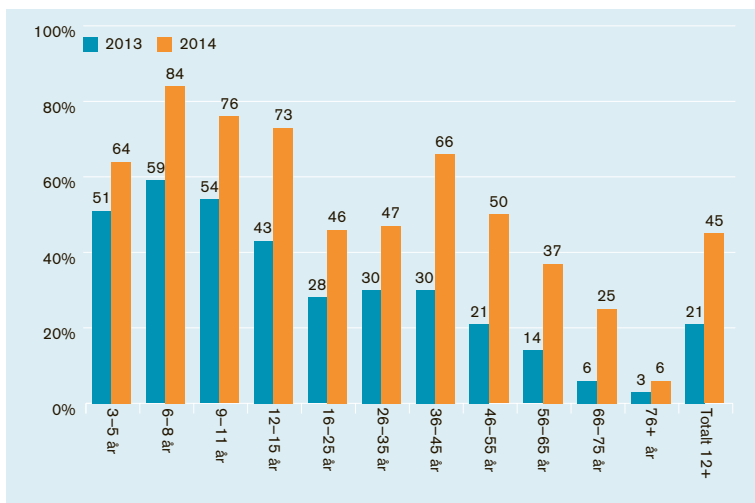
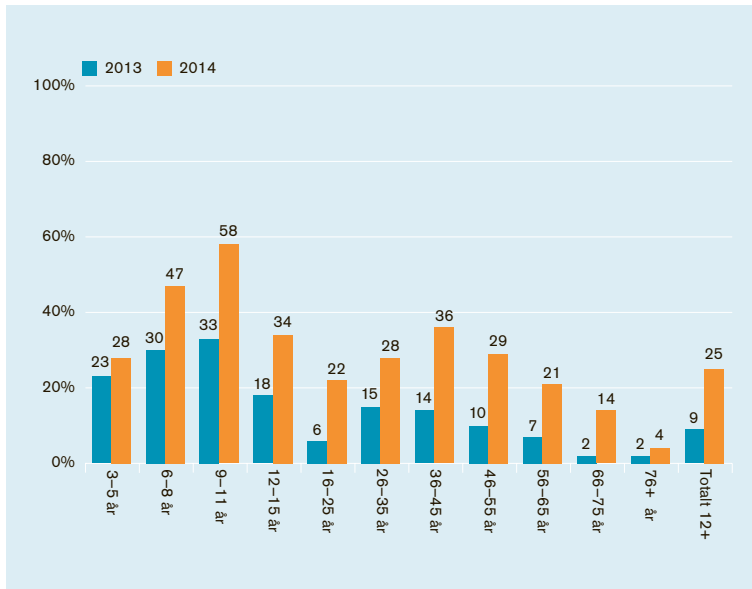


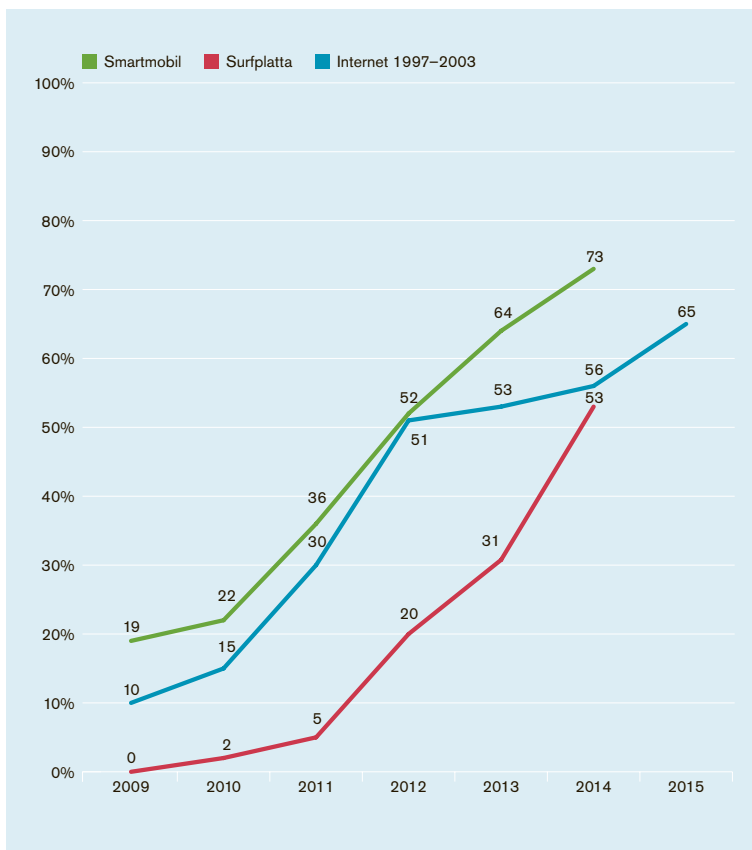
Diagram 2.10. Andel i olika åldrar i befolkningen som någon gång använder en surfplatta.

Hur många använde sig av surfplattan någon gång 2014 jämfört med 2013?



Hur många använde dagligen surfplatta 2014 jämfört med 2013?

Diagram 2.11. Andel i olika åldrar i befolkningen som dagligen använder en surfplatta.



Hur snabbt har olika tekniker spridit sig?

Diagram 2.12. Andel av befolkningen som under olika år har haft tillgång till smarta mobiler, surfplattor jämfört med internet under ett tidigare skede.

punkten när spridningen tar fart fram till den andra böjningspunkten när spridningens hastighet nått sitt maximum och spridningstakten börjar minska. Det blir först en böjning uppåt i spridningskurvan och sedan efter några år ändrar kurvan riktning igen och böjer av.

För internet i Sverige tog spridningen oräntlig fart 1998 och spridningstakten nådde sitt maximum kring år 2000. Uppgången var kraftig under slutet på 90-talet med årliga ökning på 15 och 21 procentenheter, som sedan följdes av en ökning på 3 procentenheter efter år 2000. Spridningskurvan böjde av och planade ut.

För de smarta mobilerna skedde den primära tillväxtperioden mellan 2010 och 2012, efter en mycket lång introduktionsfas. De första mobilerna som kunde kopplas upp till internet fanns tillgängliga långt före iPhone som lanserades 2007, men de fick ingen större spridning. Men 2010 tog tillväxten fart med en årlig tillväxt på först 14 och sedan 18 procentenheter. Till skillnad från vad som gällde för spridningen av internet fortsätter tillväxttakten för smartmobiler att vara hög ytterligare ett år efter 2012 för att börja avta något 2014.

Surfplattans spridning kan slå rekordet

Surfplattans historia är betydligt kortare. Apple lanserade iPad 2010 och redan 2012 hade spridningen tagit fart. Först med 15 procentenheter, sedan med 11 och senaste året med 22 procentenheter. Om surfplattornas spridningskurva inte böjer av drastiskt efter 2014 skulle det innebära ett svårslaget rekord.

Både internet via datorn och särskilt smartmobilen hade en längre uppstartssträcka på flera år innan spridningen tog riktig fart till skillnad från surfplattan där spridningen tog fart nästan från noll. Det har gett surfplattan mer utrymme för en snabb spridning över en längre tid: 48 procentenheter på tre år. Men ser vi tillbaka på slutet av 90-talet så var den spridning som

Maximal ökning i procentenheter under spridningen av olika medietekniker				
Största ökning i procentenheter	Internet	Smartmobil	Surfplatta	Television
Under 1 år	21%	16%	22%	20%
Under 2 år	36%	30%	33%	35%
Under 3 år	41%	42%	48%	45%

Tabell 2.1. Största spridningsökning i procentenheter under tidsintervallet 1, 2 och 3 år för internet, smartmobil och surfplatta.

skedde av internet via datorn under 1998 och 1999 snabbare än vad både smartmobilen och surfplattan kan visa upp.

Internet uppvisar den snabbaste ökningen under en tvåårsperiod med 36 procentenheter (1998–2000). Sedan följer surfplattan med 33 procentenheter (2012–2014) och inte långt efter den smarta mobilen med en ökning på 30 procentenheter under två år (2010–2012). I ett historiskt perspektiv finns det stora likheter mellan spridningskurvorna av den digitala tekniken och den analoga televisionen som under två år (1959–1961) spred sig med 35 procentenheter (Findahl, 1999).

Vad som händer med spridningen av smarta mobiler och surfplattor efter den snabba tillväxten under det primära skeendet vet vi inte, men som vi redan har konstaterat har den sekundära spridningsprocessen vad gäller internet pågått och pågår fortfarande 14 år efter det att spridningstakten nådde sitt maximum 1999.

Hur använder man smartmobilen och surfplattan?

I förra årets undersökning kunde vi se att det vanligaste som många gör med sin smarta mobil är att kolla sin e-post och besöka sitt sociala nätverk. Det var de aktiviteterna som dominerade den dagliga användningen hos många som använder smarta mobiler.

I år ställde vi frågor om appar. Första frågan vi ställde i år var hur ofta men brukar ladda ner nya appar? Svaret var att nästan alla som använder en smartmobil gör det åtminstone någon gång. Över 90 procent (95%) bland de

unga och omkring 80 procent (78%) bland de äldre. App-kulturen omfattas således även av de äldsta användarna av smartmobiler. Viktigt att komma ihåg här är att majoriteten av pensionärerna inte använder smarta mobiler, men de som gör det laddar ner appar precis som användarna i allmänhet.

De unga är flitigast att ladda ner nya appar. 16 procent gör det minst någon gång i veckan. Frekvensen minskar sedan med åldern.

Den andra frågan var vilka appar som man själv laddat ner som man använde mest? Det finns ju idag tusentals appar och några av dem kanske bedöms som mest värdefulla

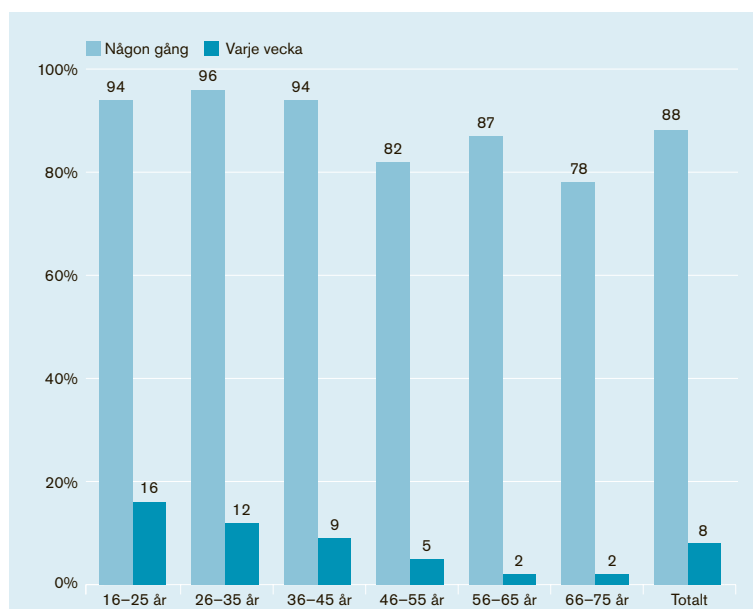
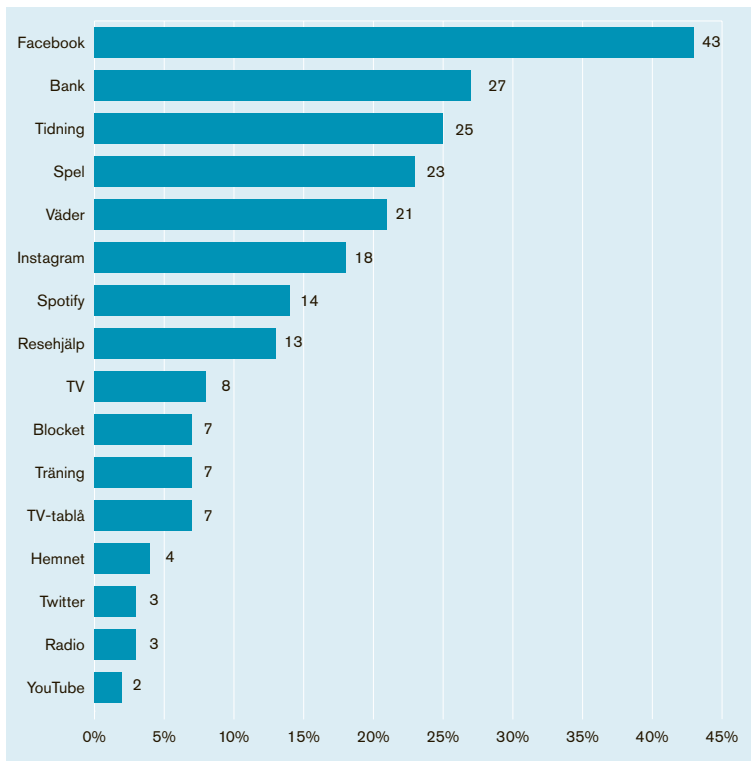


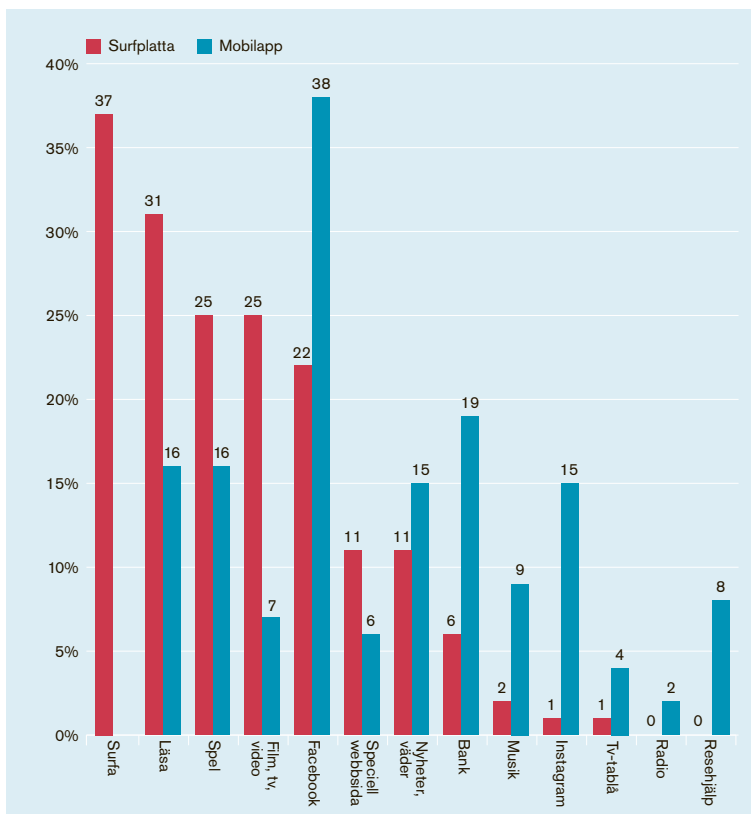
Diagram 2.13. Andel av de som har tillgång till en smart mobil som laddar ner appar.

Hur vanligt är det att ladda ner appar?



Vilka appar används mest i den smarta mobilen?

Diagram 2.14. Andel av de som någon gång laddar ner appar som nämner olika appar som de mest använda (5 förslag tillättna).



Vilken användning passar bäst för surfplattan och vad passar bäst för mobilen?

Diagram 2.15. Andel av användarna som gör olika saker på surfplattan respektive den smarta mobilen. Öppna svarsalternativ (3 förslag tillättna).

men används kanske bara ibland. Frågan gällde inte de värdefullaste eller de bästa utan de som användes mest. Fem val var tillåtna och resultatet redovisas i diagram 2.14. De tre första redovisas i diagram 2.15.

App för Facebook mest använd

E-posten finns redan förinstallerad i de flesta mobiler så den finns inte med i uppräkningsen. Men Facebook-appen finns där och får utan konkurrens mest noteringar: 43 procent av alla omnämmanden Sedan kommer en bank-app (27%), vilket många tycker är praktiskt. En tidnings-app för att kolla nyheter (23%) och en väder-app (21%). Spel-appar är också vanliga (23%).

Förutom Facebook förekommer också andra sociala nätverk. Många har en app för Instagram (18%), och några nämner Twitter (3%). Bland medie-apparna används som vi sett tidnings-appar mest (25%), sedan musik med Spotify (14%), TV (8%), Radio (3%) och YouTube (2%).

Reshjälp med tidtabeller (13%), eller kvällens tv-tablå (7%) är också appar som omnämns och flitiga besökare till vissa hemsidor laddar ner appar för Hemnet (4%) och Blocket (7%).

Vad används surfplattan huvudsakligen till?

98 procent av alla som använder internet har tillgång till en dator. Och som framkom i förra årets rapport (Findahl, Soi 2013) används datorn minst lika mycket som mobilen och surfplattan även bland de som använder den smarta mobilen eller surfplattan flera gånger om dagen.

Surfplattan används idag huvudsakligen på samma sätt som 2011, även om det då endast var 5 procent som använde en surfplatta. Ipad var då helt dominerande. Att surfa runt, spela, läsa och se på film/video var helt dominerande aktiviteter (Findahl, Soi 2011). Användningsmönstret är detsamma idag.

Vad gör man med sin surfplatta?

Vanligast är att använda surfplattan för att söka och surfa runt på internet (37%) och

att läsa, framför allt en tidning (31%). Sedan kommer att se på tv film eller video (25%) och att spela (25%). Nästan lika vanligt är att man anger som huvudsaklig användning besök på sociala nätverk (22%) och att läsa eller skicka e-post (21%). En del spelar med barn och barnbarn. För några ligger surfplattan ”mest och skräpar”.

Vi kan nu jämföra hur den smarta mobilen används med användningen av surfplattan. Surfa runt, läsa, spela, se på film och video är aktiviteter som dominerar användningen av surfplattan. Facebook, Instagram, musik, bankärenden, nyheter/väder och till exempel reshjälp är aktiviteter som är vanliga i mobilen och ovanliga i surfplattan. 70 procent av de dagliga användarna av smarta mobiler kollar sin e-post (Soi 2013), jämfört med 21 procent av de som använder surfplattor.

Nya tjänster

Publicera var man befinner sig

Ständigt tillkommer det nya sätt att använda sin mobil när nya tjänster lanseras. En sådan möjlighet är att med hjälp av gps-funktionen publicera var man befinner sig. Det finns en rad sådana tjänster som Foursquare och Instagram.

År 2011 var det var fjärde (24%) som använde en smartmobil som använde denna möjlighet vilket motsvarar 9 procent av befolkningen. Idag är det var tredje (37%) vilket motsvarar 25 procent av befolkningen

eftersom många fler använder smarta mobiler idag. Från att 9 procent av befolkningen ibland publicerade var man befann sig är det nu 25 procent som gör det.

2011 var det de äldre ungdomarna (16–25 år) som var mest aktiva att positionera sig. Idag är det de yngre, 12–15 år, som är mest flitiga i att publicera var de befinner sig. Hälften (57%) gör det någon gång och var tredje (31%) minst någon gång i veckan. Även här är det flickorna som är mest aktiva: 23 procent av de kvinnliga smartmobilanvändarna (12–15 år) publicerar sin position dagligen, 66 procent någon gång.

Hälso- och träningsappar

Idag finns också olika hälso- och träningsappar och små apparater som kan mäta och registrera på internet vad man gör, till exempel puls, steg, hur långt man sprungit. Nästan var tredje (29%) internetanvändare har skaffat sig något sådant. De unga kvinnorna är flitigast att använda hälso- och träningsappar, långt mer än unga män. Hälften av de unga kvinnorna i åldern 16–35 år har en sådan app.

Mobilt Bank-ID

Under de senaste åren har allt fler banker och myndigheter öppnat möjligheten för legitimering med mobilt bank-id. Det har snabbt blivit populärt i alla åldrar och idag använder sig hälften (48%) av mobilanvändarna av denna möjlighet. Mest använt är legitimeringen via mobilen i åldrarna 16 till 35 år (59%).

Hur många har en hälso- eller träningsapp?

	12–15 år	16–25 år	26–35 år	36–45 år	46–55 år
Män	9%	29%	41%	40%	32%
Kvinnor	26%	48%	51%	41%	29%
Totalt	18%	37%	45%	41%	30%

Tabell 2.2. Andel av internetanvändande män och kvinnor i olika åldrar som har en hälso- eller träningsapp.

Mobila betaltjänster

Att slå ett femsiffrigt nummer, som började med en 7:a, på sin mobil var tidigare ett vanligt sätt att betala biljetten när man åkte kollektivt. 2012 använde sig en fjärdedel (24%) av befolkningen av betal-SMS som sedan debiterades på mobilfakturan (Findahl, Soi 2012). I början av 2013 infördes nya regler och användningen av betal-SMS minskade.

Istället har nya app-baserade betalningstjänster tillkommit. 19 procent i befolkning-

en använder nu betaltjänsten Swish, 7 procent WyWallet. Användningen av Swish och förtroendet för betal-apparna är störst bland de yngre (16–29 år).

Det är också möjligt att betala med en streckkod (QR-kod) som man skannar av med sin mobil. Användningen är dock fortfarande mycket begränsad. Mindre än 1 procent använder sig av denna möjlighet (Sverige betalar, 2014). ●





03

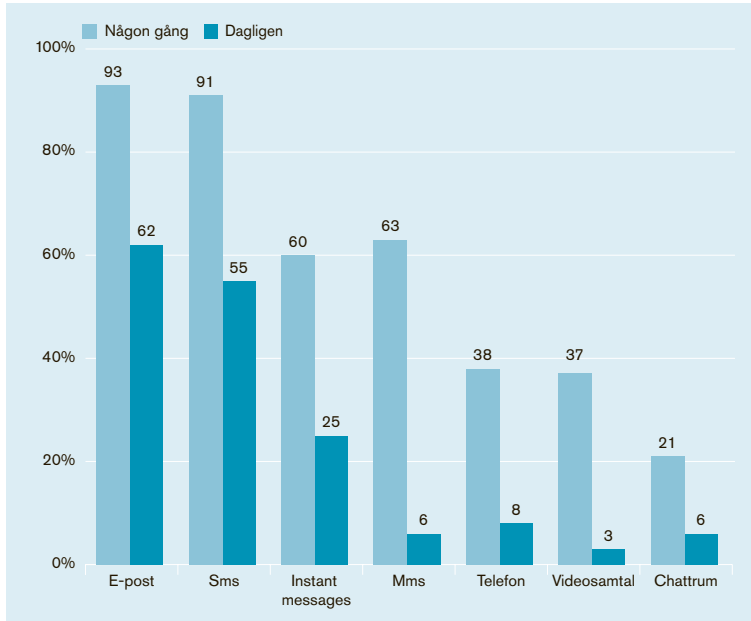
Kommunikation
och sociala nätverkHur många använder olika sätt att
kommunicera på internet?

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

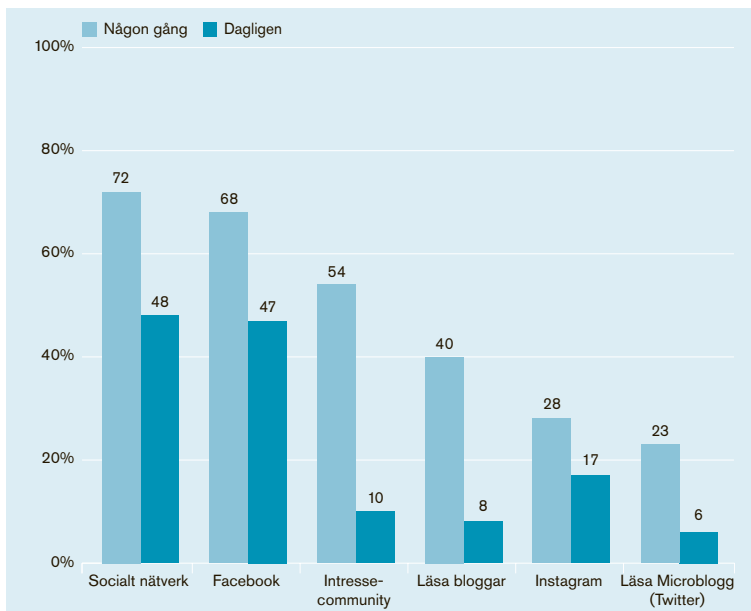
Hur många besöker olika sociala nät-
verk på internet?

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: Läsa 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, videosamtal, telefonsamtal, läsa bloggar.

Lika aktiva upp till 55 år.

Inlägg på olika diskussionsforum. Dela och skicka vidare.

Lika aktiva över alla åldrar.

E-post.

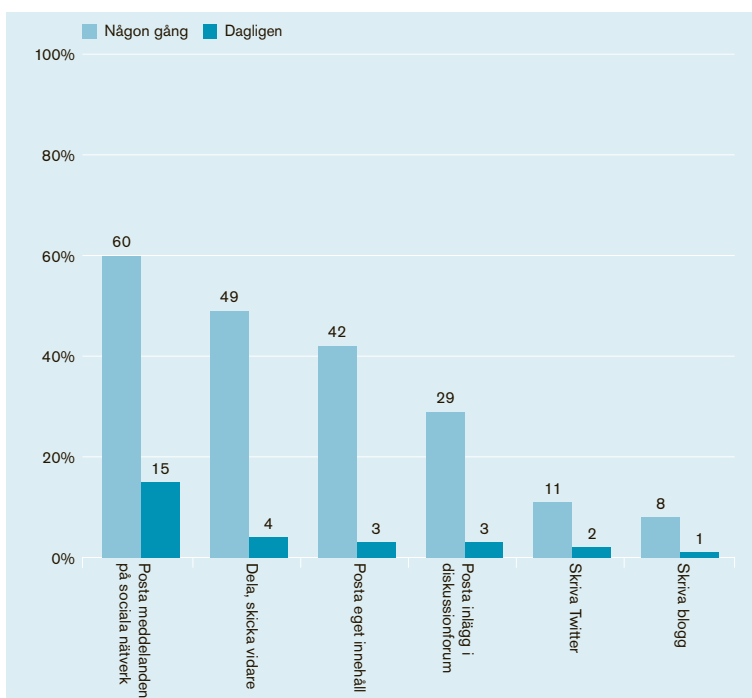


Diagram 3.3. Andel av internetanvändarna (12+ år) som själva producerar innehåll på internet.

Hur många är på olika sätt aktiva på internet?

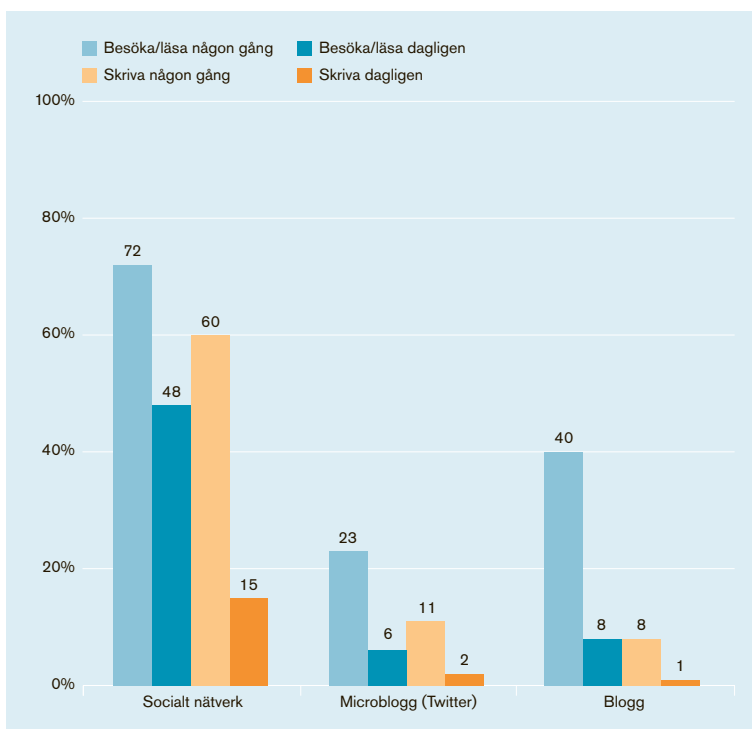
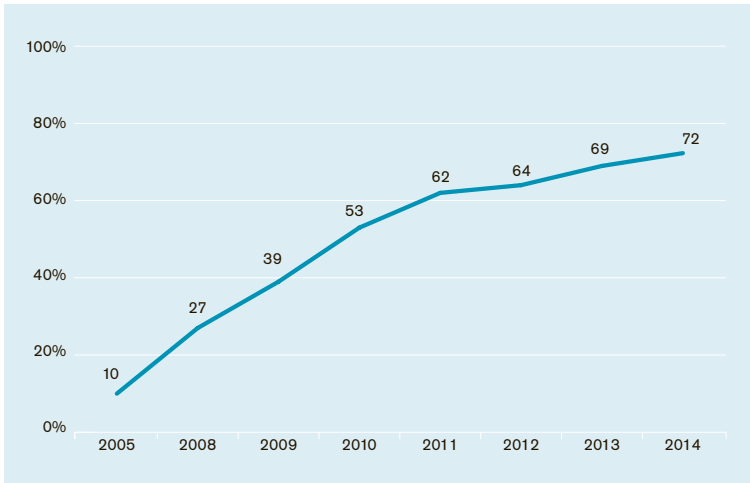


Diagram 3.4. Andel av internetanvändarna (12+ år) som någon gång respektive dagligen läser och tar del av vad andra skriver och andel som själva producerar innehåll på internet.

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



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 tre 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.

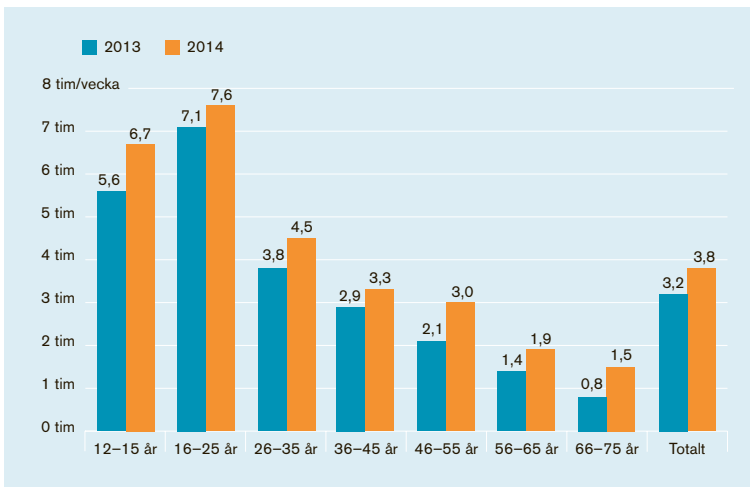
Facebook är fortfarande mycket populärt, särskilt bland yngre. I åldern 16–25 år besöker 95 procent någon gång Facebook och åtta av tio (81%) gör det dagligen och var tredje (36%) flera gånger dagligen. Men ser vi till hur Facebook har spridit sig är det fortfarande en majoritet av de som är äldre än 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

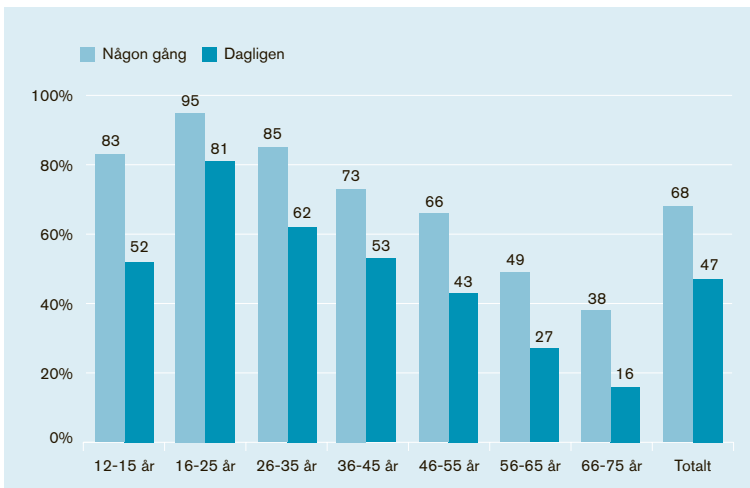
Hur många besöker sociala nätverk?

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 i olika åldrar som 2014 besöker Facebook.

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 lanserats. Ett av dem är Instagram.

Instagram – De unga kvinnornas nätverk

Ett komplement till Facebook utgör Instagram, som också ägs av Facebook. Det används främst av de unga, särskilt unga kvinnor. 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 nätverk tycks kunna komplettera varandra och det är få (4%) som överger Facebook och enbart använder Instagram.

En av fem använder Twitter

Användningen av Twitter har inte ökat särskilt mycket. 19 procent svarar att de besöker Twitter någon gång, 6 procent att de gör det

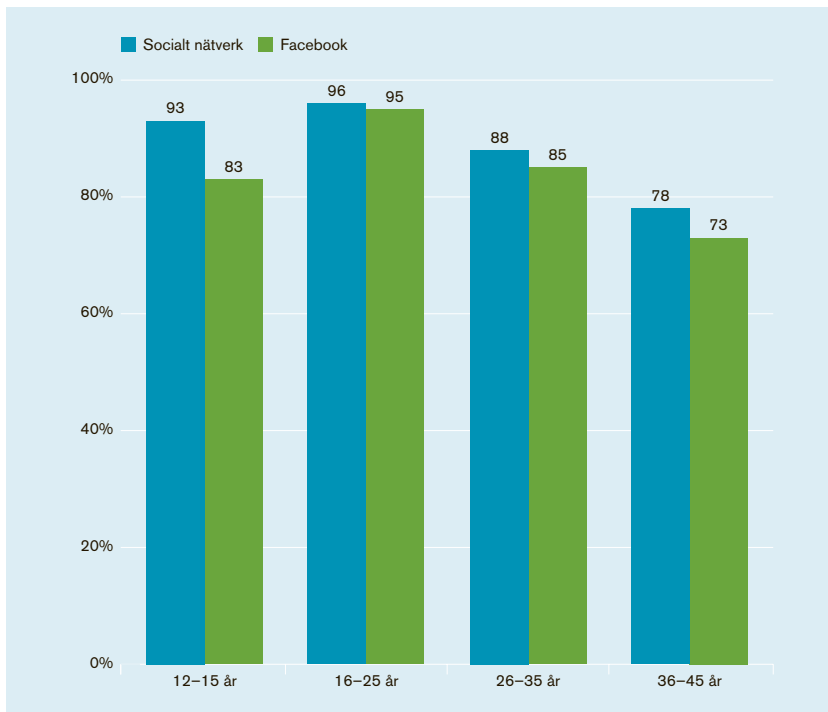


Diagram 3.8. Andel internetanvändare som sade sig någon gång besöka sociala nätverk respektive Facebook 2014.

Besöker alla som besöker sociala nätverk också Facebook?

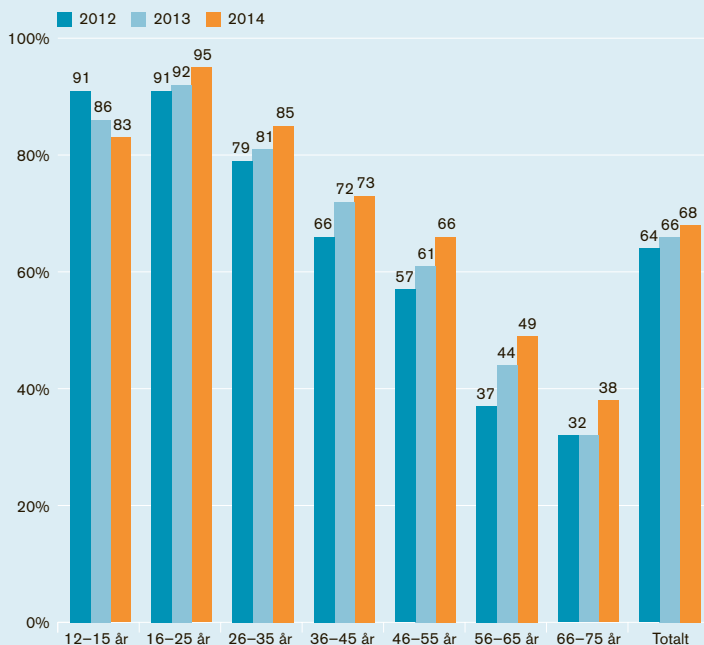


Diagram 3.9. Andel internetanvändare (+12 år) i olika åldrar som någon gång besökte Facebook under 2012, 2013 och 2014.

Har användningen av Facebook ökat eller minskat?

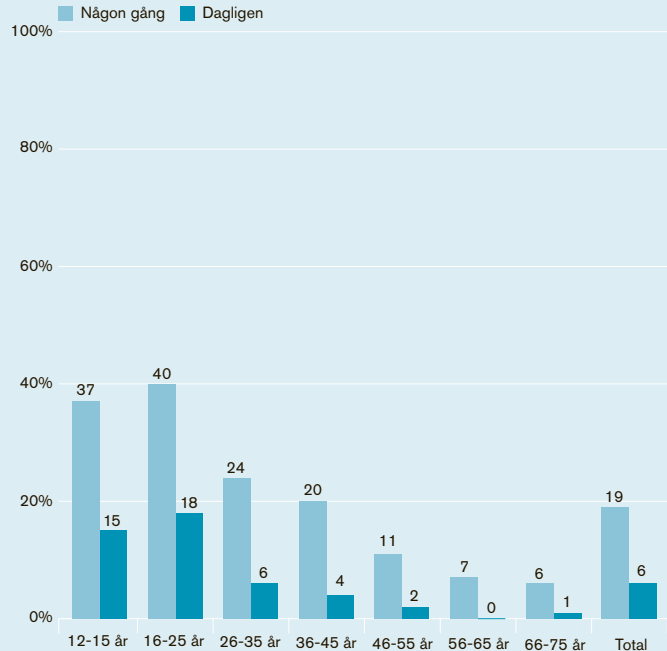
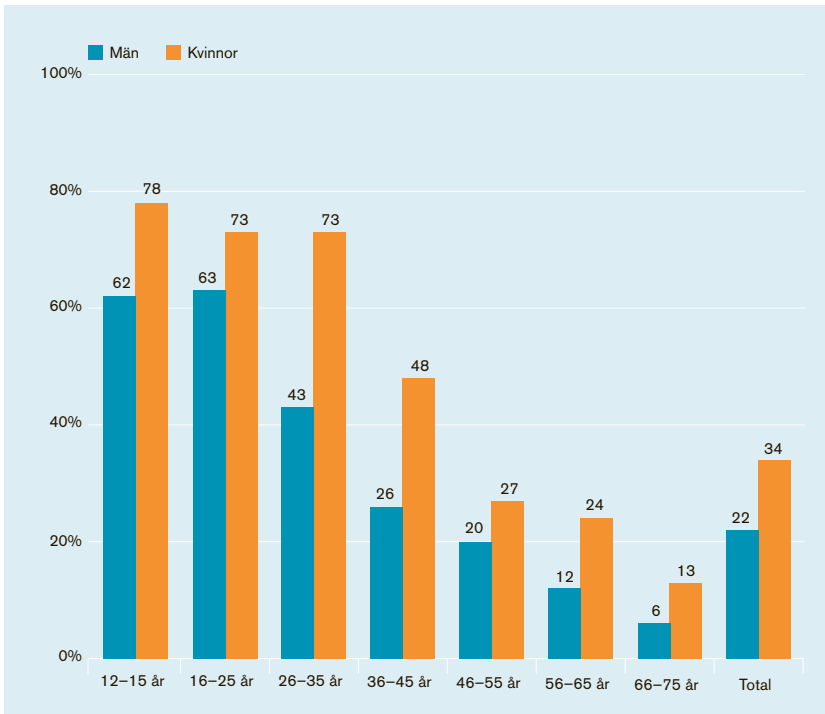


Diagram 3.10. Andel av internetanvändarna som någon gång eller dagligen besöker Twitter.

Hur många besöker Twitter?



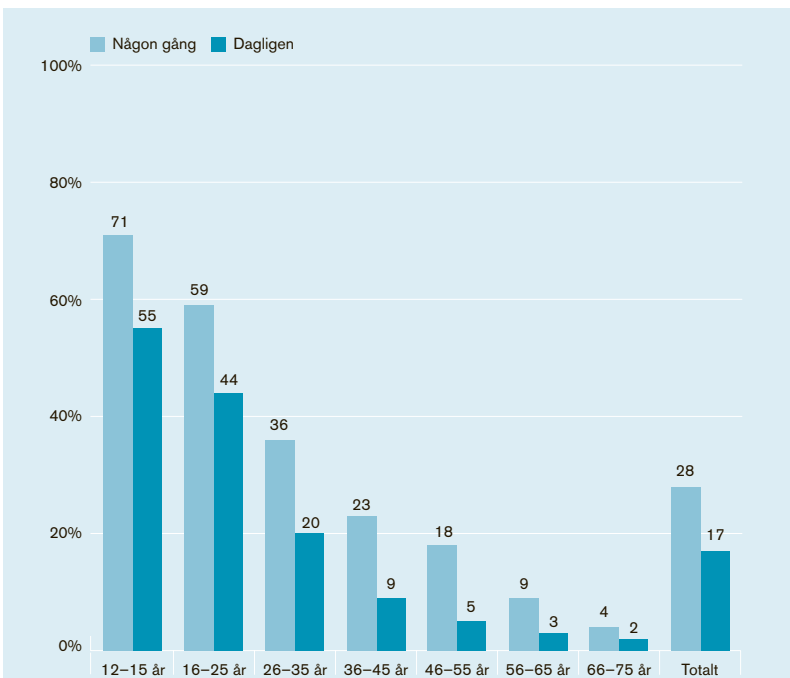
Hur många män och kvinnor besöker Instagram?

Diagram 3.11 Andel internetanvändare som någon gång besöker Instagram fördelat på kön och ålder.

dagligen. Användningen har i princip stått still sedan 2013 då 17 procent besökte någon gång och 6 procent dagligen. Det är fler män (21%) än kvinnor (17%) som använder Twitter. Av de som använder Twitter är det dubbelt så många som läser än som skriver.

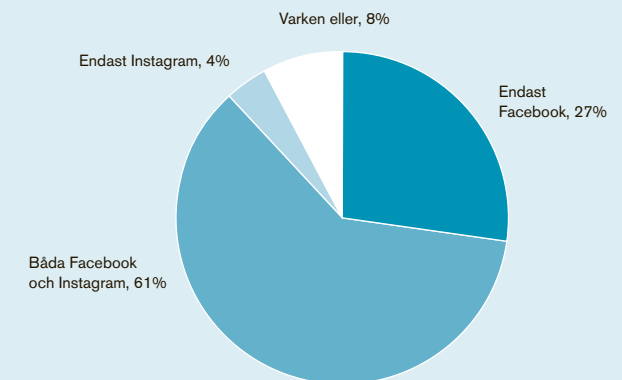
Har kön, ålder och utbildning någon betydelse för deltagande på de sociala nätverken?

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.



Hur många besöker Instagram?

Diagram 3.12. Andel av internetanvändarna som någon gång eller dagligen besöker Instagram.



Konkurrerar Instagram ut Facebook bland de unga (12-25 år)?

Diagram 3.13. Andel av internetanvändarna i åldern 12-25 år som besöker Instagram och Facebook.



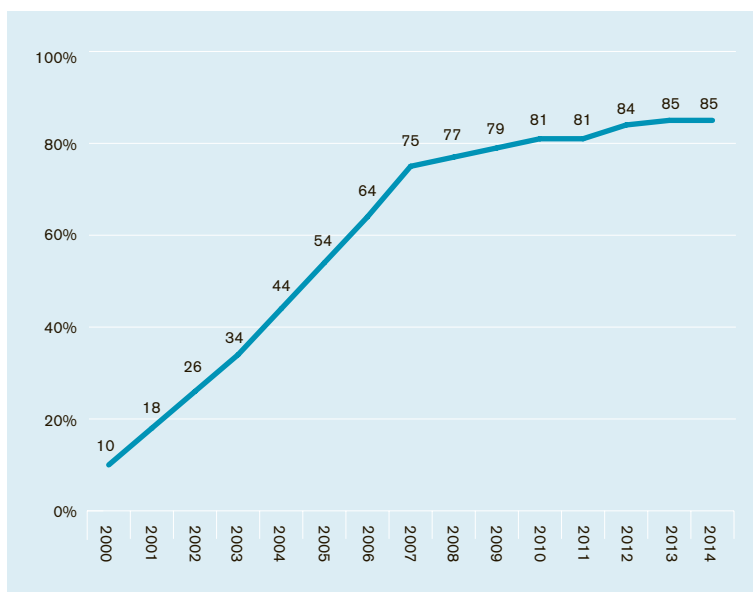
Som tidigare framgått finns det stora skillnader mellan olika åldersgrupper i hur aktiv man är att kommunicera och delta på de sociala nätverken. De yngre är mer aktiva. I vissa fall som när det gäller Instagram och chatt är det de yngsta (12–15 år) som är mest aktiva, i en del andra fall är det de lite 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 kommunikation 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.

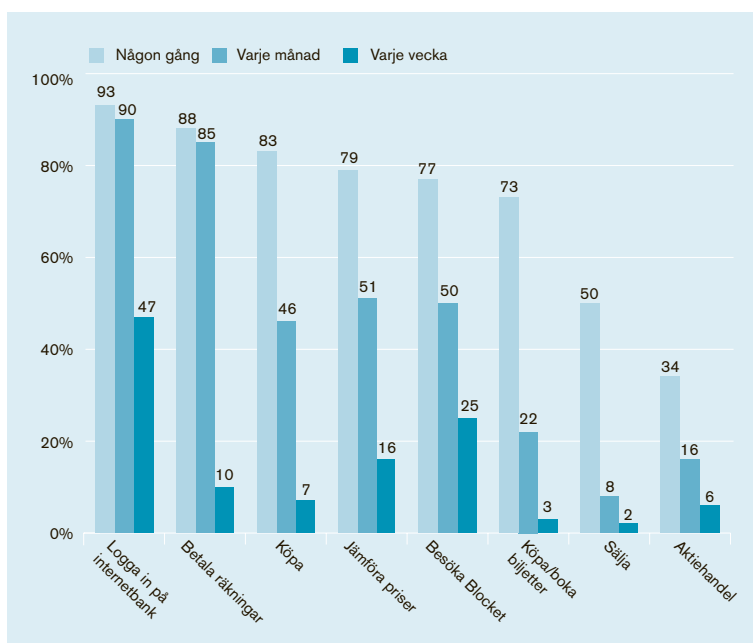
Ett närmare studium visar att det finns vissa skillnader när man ser på varje åldersgrupp för sig. Det är bland de äldre, särskilt bland pensionärerna, som utbildningen spelar in. Här är de högutbildade äldre mer aktiva när det gäller till exempel sms, mms, Facebook, att posta meddelanden och kommentarer,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

04 E-handel



Hur många handlar på internet? En jämförelse från år 2000 till 2014

Diagram 4.1. Andel av internetanvändarna (18+ år) som någon gång köper och betalar för varor eller tjänster via internet.



Hur många är aktiva i anslutning till e-handel?

Diagram 4.2. Andel av internetanvändarna (16+ år) som utför olika aktiviteter med anknytning till e-handel.

De senaste fem åren har drygt åtta av tio som använder internet handlat över nätet. Utslaget på hela befolkningen motsvarar det tre av fyra svenskar. Det är en mycket hög siffra jämfört med andra länder i Europa och världen. Sverige ligger högst i Europa tillsammans med Storbritannien, Danmark och Norge men lite efter e-handeln i USA. Det gäller om man räknar de som handlar via internet per år. Räknar man de som handlar per vecka eller månad hamnar Sverige längre ner.

En viktig orsak till att så många handlar över nätet är att tilliten till betalningssystemet blivit allt högre. År 2000 var 72 procent oroad för kreditkortsbedrägerier. Andelen sjönk till 42 procent 2007 och förra året var andelen oroad nere i 19 procent. Utbudet har också blivit allt större och leveranserna allt snabbare.

Sett över en längre tid har det således skett stora förändringar men utvecklingen har planat ut och andelen som e-handlar har under de senaste åren befunnit sig på ungefär samma nivå. Det gäller både andelen som e-handlar ofta och mer sporadiskt. Vi kan här skilja mellan postorder – där information, beställningar och köp sker via nätet av varor som sedan levereras som paket – och köp av digitalt innehåll som man kan ladda hem till sin egen dator eller ta emot direkt via "strömmande" tjänster. Här, när det gäller digitalt innehåll, har det skett stora förändringar under senaste åren. Mer om det i slutet av kapitlet.

Redan för fyra år sedan utnyttjade de flesta internet för att betala räkningar men succesivt har ännu fler börjat använda dessa tjänster. 90 procent av internetanvändarna loggar in på sin internetbank minst någon gång i månaden jämfört med 84 procent 2011. 85 procent betalar räkningar jämfört med 78 procent 2011. Blocket har behållit sin popularitet och det är ungefär lika många idag som för fyra år sedan

som använder internet för att jämföra priser och köpa/boka biljetter.

Genomgående e-handlar män något oftare än kvinnor. Det gäller köpa och sälja, jämföra priser, aktiehandel och logga in på sin internetbank. Däremot finns det få skillnader när det gäller att betala räkningar, och köpa/boka biljetter.

Digitala köp

Ett stort problem tidigare var svårigheten att ta betalt för det digitala innehållet. Man använde sig till en början av samma affärsmodell som när varorna såldes i vanliga affärer. Men konsumenterna accepterade inte detta. När man nu i större utsträckning utnyttjar internets möjligheter till större mångfald (obegränsad lagringskapacitet), lägre pris (mindre omkostnader) och större tillgänglighet (direkt via datorn eller mobil) har också köpen av digitalt innehåll ökat. Appar som öppnar sig när man trycker på dem i mobilen eller surfplattan och ger tillgång till särskilda program eller innehåll har blivit mycket populära. Kostnaden för användaren är ofta låg eller ingen alls samtidigt som antalet användare kan bli mycket stort.

Apparna var det som dominerade de digitala köpen 2012. Det gällde i alla åldersgrupper utom de två yngsta. Bland ungdomarna (16–25 år) kom köpen av musik före och bland de yngsta (12–15 år) kom köp av spel före musik och appar. (Soi 2012).

Förutom apparnas stigande popularitet har de strömmande tjänsterna som erbjuder musik, video och film fått ett allt större genomslag. De utgör ett komplement till de reklamfinansierade gratistjänsterna.

Enligt Tillväxtverket (Musikbranschen i siffror) passerade den digitala försäljningen av musik den fysiska försäljningen 2011. Det är en utveckling mot en allt större andel av digital försäljning, som fortsatt. Och inom den digitala försäljningen har inkomsterna från den strömmande musiken tagit allt mer plats. Redan 2010 passerade försäljningen av strömmande musik försäljningen av nedladdad musik.

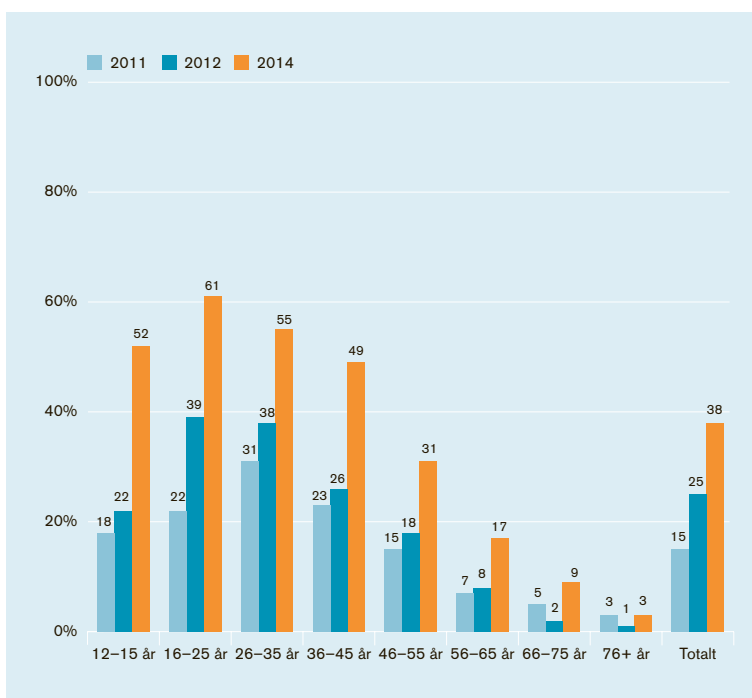


Diagram 4.3. Andel av internetanvändarna som 2014 prenumererar/abonnerar på musik via internet (inga data för 2013).

Hur många abonnerar på musik?

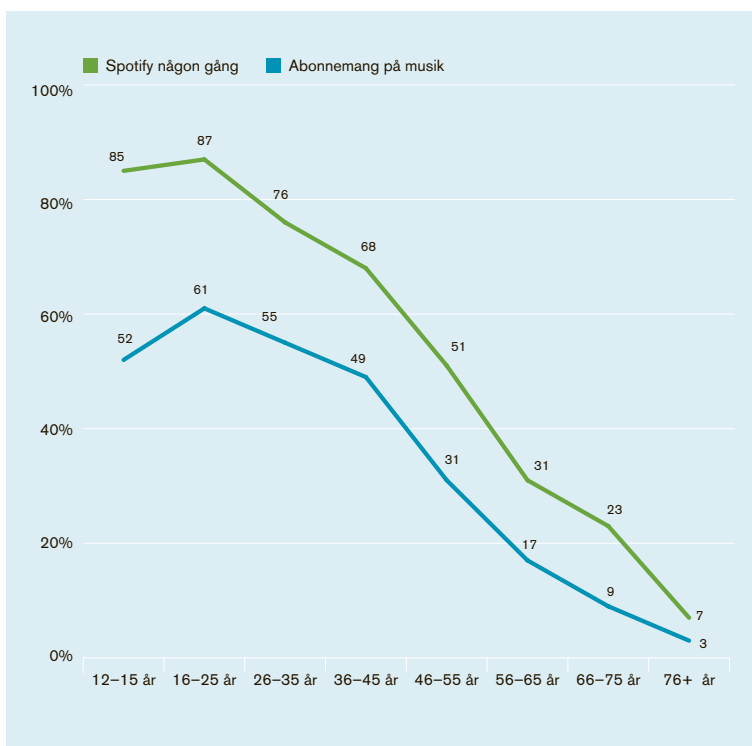
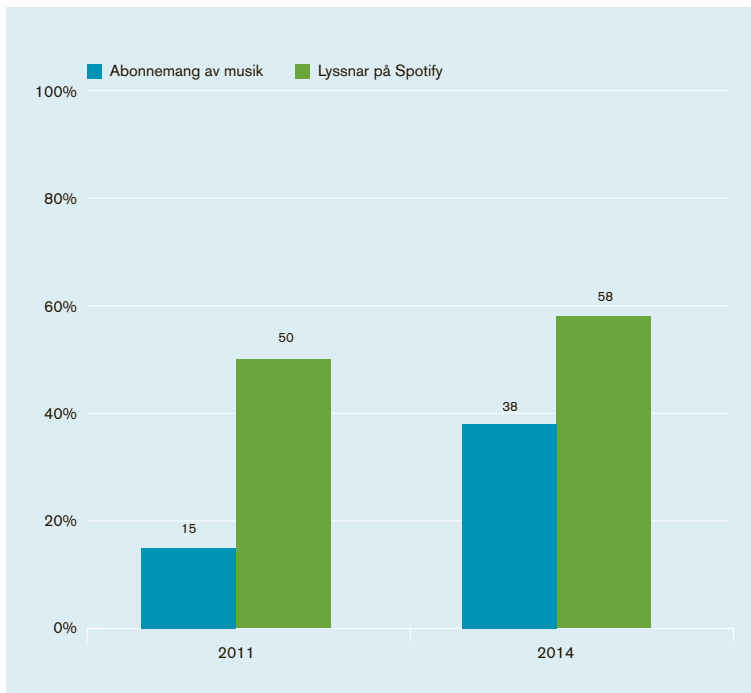


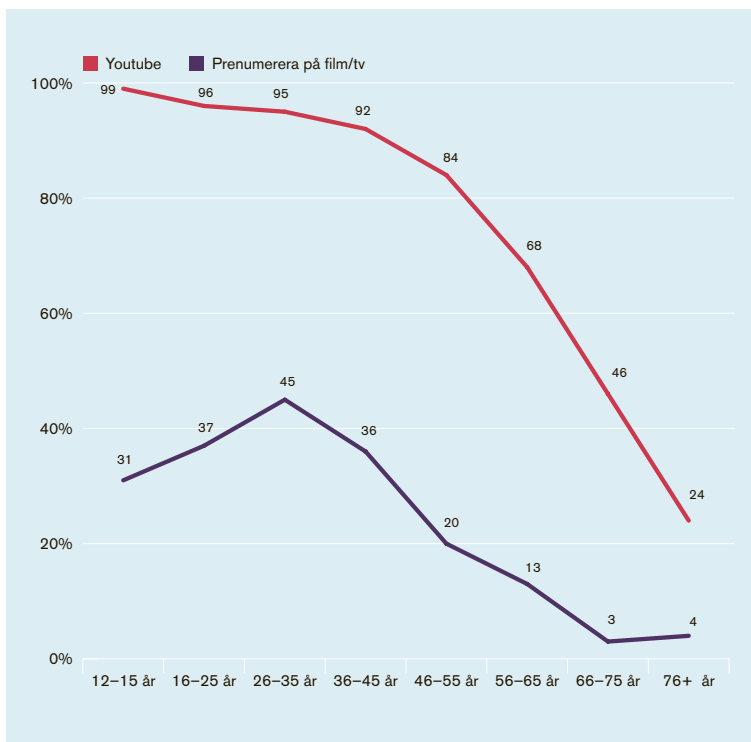
Diagram 4.4. Andel av internetanvändarna i olika åldrar som någon gång lyssnar på Spotify och andel som betalar för musiken.

Hur många lyssnar på Spotify och hur många betalar?



Allt fler betalar för att lyssna på Spotify. En jämförelse 2011–2014

Diagram 4.5. Andel av internetanvändarna (12+ år) som abonnerar på musik och andel som lyssnar på Spotify.



Hur många ser på Youtube och hur många betalar för video/film/tv?

Diagram 4.6. Andel av internetanvändarna (12+ år) som abonnerar på video/film/tv och andel som ser på YouTube.

Allt fler betalar för musik på internet

Det är således allt fler som betalar för att lyssna på sin musik via internet. Här har utvecklingen gått snabbt från 15 procent 2011 till 38 procent av internetanvändarna 2014. Ökningen har varit särskilt stor bland de unga. En tredubbling på fyra år. Från 18 till 52 procent bland de yngsta (12–15 år), från 22 till 61 procent bland de lite äldre (16–25 år).

Lyssnandet på Spotify var redan 2011 mycket utbrett: 50 procent lyssnade, 20 procent dagligen. 2014 är motsvarande siffror: 58 procent lyssnar, 28 procent dagligen.

Det är således inte så många fler som lyssnar på Spotify idag jämfört med för fyra år sedan. Däremot är det många fler som betalar för sitt lyssnande. Andelen som betalar har ökat från 15 procent till 38 procent. Det innebär att tre av fyra (74%) av lyssnarna betalar idag mot 39 procent 2011.

Allt fler betalar för video/film/tv på internet

Det är också många fler som betalar för att se film, video och tv via internet. Denna utveckling kom igång senare än för musiken och har inte ännu fått samma utbredning. Dominerande är det reklamfinansierade Youtube som besöks av 82 procent av internetanvändarna (18% dagligen). Samtidigt är det 14 procent av internetanvändarna som prenumererar för att se video/film/tv. I åldersgrupperna från 12 till 35 år är andelen kring 25 procent och något lägre (18%) bland de som är 36–45 år.

Vem betalar?

Vilka är det som utnyttjar dessa betaltjänster på internet? Det är en bred grupp som i åldern sträcker sig från 12 till 45 år och det är också de som lyssnar mycket på digital musik. Tidigare var det främst i åldern 16–35 år som man abonnerade. Nu betalar även hälften av de yngre (12–15 år) och hälften av de något äldre (36–45 år) för musiken och en fjärdedel prenumererar på video/film/tv. Det gäller även de yngsta på 12 till 15 år.

Har utbildningen någon betydelse?

Bland de yngre (16–45 år) har utbildningen inte någon betydelse för lyssningen och tittandet eftersom nästan alla lyssnar på strömmande musik och ser på video. Däremot är det betydligt vanligare att äldre lågutbildade (46–65 år) lyssnar på Spotify och prenumererar på musik. Å andra sidan är det vanligare att de välutbildade i åldern 16–65 år med högskolestudier betalar för video/film/tv jämfört med lågutbildade som inte har studentexamen.

Fildelningen minskar bland de unga

Möjligheten att ladda ner filer med musik och video och dela sådana filer med andra har funnits på internet sedan 2000 (Findahl & Selg, 2005; Findahl, 2006). Idag finns flera sådana tjänster på internet. Efter det att fildelningen ökade fram till 2008 har den sedan dess legat ganska stabilt kring 20 procent. Det innebär att var femte svensk någon gång brukar fildela. Under åren 2011 till 2013 har andelen som fildelar legat på 21 procent. Nu kan vi under det senaste året se en viss minskning. Det gäller framför allt i de yngre åldersgrupperna. I de äldre åldersgrupperna finns också vissa minskningar men förhållandena där är i stort oförändrade.

Samtidigt som fildelningen minskar bland de yngsta har vi sett att många av dem börjat betala och prenumerera på strömmande musik och till viss del även på film/tv/video. 52 procent i åldern 12–15 år prenumererar idag på musik och 25 procent prenumererar på video/film/tv.

Fildelningen har alltid främst varit något som männen ägnat sig åt, och så är det fortfarande. Det ansågs som krångligt. 29 procent av männen fildelar någon gång jämfört med 8 procent av kvinnorna. ●



Diagram 4.7. Andelen av befolkningen som någon gång under året fildelar.

Hur många fildelar? En jämförelse 2004–2014

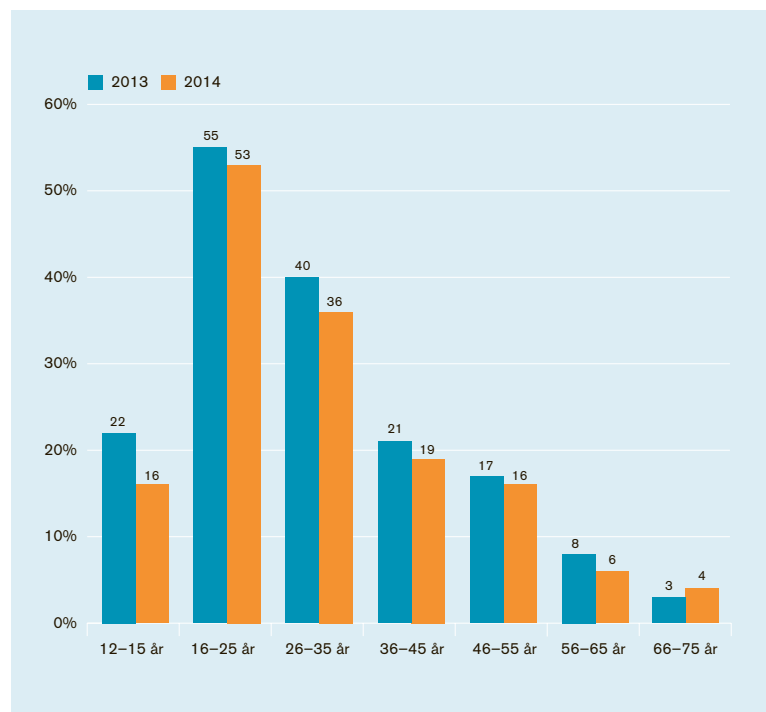


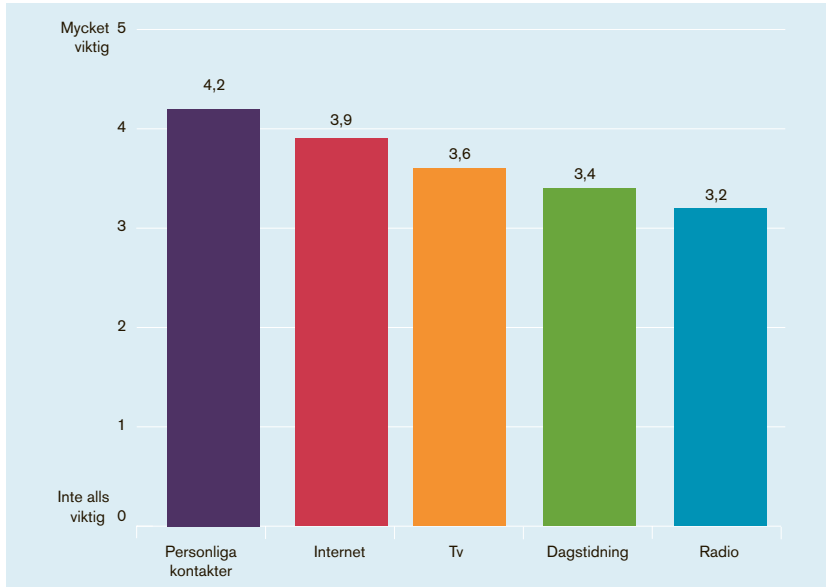
Diagram 4.8 Andelen som använder fildelningstjänster i olika åldrar 2013 och 2014.

Fildelningen har minskat

Svenskarna och internet finns nu som webbversion! På soi2014.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från årets rapport med dina vänner.

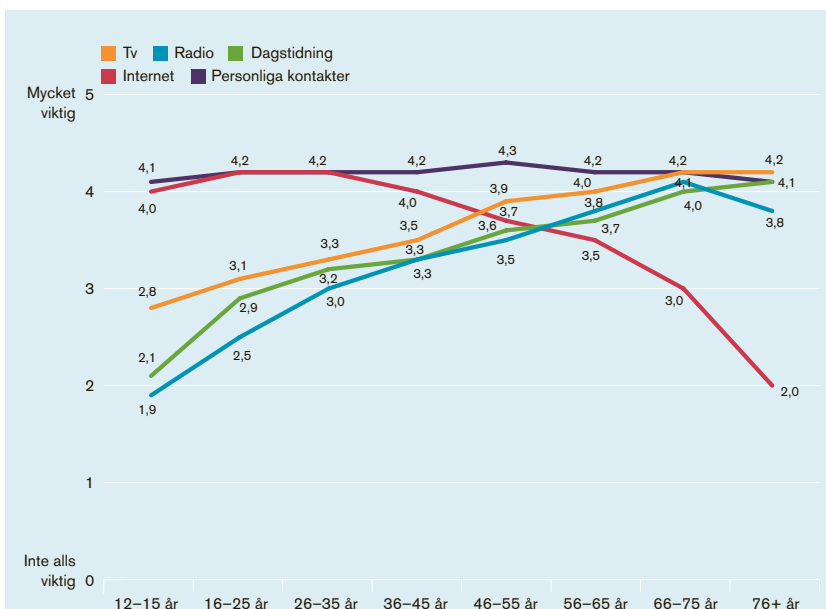
05

Information och fakta



Vilken är den viktigaste källan för information?

Diagram 5.1. Genomsnittlig bedömning i befolkningen av olika mediers viktighet som källa till information på en femgradig skala.



Hur viktiga är olika informationskällor i olika åldrar?

Diagram 5.2. Genomsnittlig bedömning av olika mediers viktighet som källa till information på en femgradig skala i olika åldersgrupper i befolkningen.

Internet har idag blivit den viktigaste informationskällan för de som använder internet. 2012 delade internet den platsen med televisionen. Men idag har internet gått om och får i genomsnitt 3,9 poäng på en skala där 1 betyder att mediet inte har någon betydelse alls och 5 betyder att det är mycket viktigt som informationskälla. Tv får genomsnittsvärdet 3,6 och de personliga kontakterna bedöms som viktigast (4,2).

Som nyhetskälla bedömdes dock televisionen fortfarande 2013 vara viktigast med genomsnittsvärdet 3,6 mot internets 3,4. Att vara källa till information är ett mer omfattande begrepp och innefattar mycket mer än nyheter.

Internet viktigaste informationskällan

Internet är således den viktigaste källan till information idag, men som fallet är när det gäller underhållning går det här en mycket tydlig skiljelinje mellan unga och gamla med de medelålders i en mittenposition. Upp till 45 år har internet en helt dominerande ställning som informationskälla medan internet intar en undanskymd roll för pensionärerna. Här är det de traditionella medierna, tv, radio och dagstidningar som är viktigast. Däremellan, i åldrarna 46 till 65 år, är alla medier inklusive internet ungefär lika viktiga. Viktigast, i alla åldrar utom de över 66 år, bedöms de personliga kontakterna vara.

Söka efter fakta och slå upp ord

Mest utnyttjat är internet, både bland skolbarn och pensionärer, i sökandet efter fakta (90%) och för att slå upp ord (85%). Alla gör det åtminstone någon gång även bland pensionärerna. Många, även det i alla åldrar, använder internet för att söka efter adresser

och tidtabeller. Att använda internet för att skaffa sig information om en hobby eller ett specialintresse, att ta del av kultur, vetenskap och litteratur, att söka information om resor, om hälsoinformation och offentlig information är något som internetanvändare i alla åldrar gör. Viktigt att komma ihåg här är att inte alla äldre använder internet. Men de äldre som gör det utnyttjar i stor utsträckning internet för att söka efter information och fakta.

I några fall som när det gäller att använda internet för att ta del av politisk information, besöka nätgemenskaper och fora i anslutning till specialintressen och att använda internet för att jämföra priser är det främst de i åldrarna 16 till 35 år respektive 16 till 45 år (jämföra priser) som är mest aktiva.

Utslaget på alla internetanvändare är det inte så många som använder internet för att söka jobb, delta i distansstudier eller söka information om skolarbete. Men ser vi till de arbetslösa har 94 procent använt internet åtminstone någon gång för att söka jobb, 86 procent gör det åtminstone någon gång i veckan och 49 procent gör det dagligen.

Skola och utbildning

Bland de studerande har 98 procent använt internet för skolarbete, 79 procent någon gång i veckan och 35 procent gör det dagligen. Internet spelar sålunda en stor roll och det gäller särskilt för de vuxenstuderande. Hälften (59%) av äldre studerande (26–35 år) använder internet dagligen för att skaffa information för skolarbete, 43 procent av studerande i åldern 16–25 år och 23 procent av skolbarn i åldern 12 till 15 år. (Se mer om internet och skolan i kapitlet om barn och ungdomar)

Att använda internet för distansutbildning är inte lika vanligt i Sverige som i en del andra länder som Nya Zeeland och Australien. Men bland de studerande har 18 procent i åldern 16–25 år och 31 procent i åldern 26–35 år åtminstone någon gång deltagit i distansutbildning via internet.

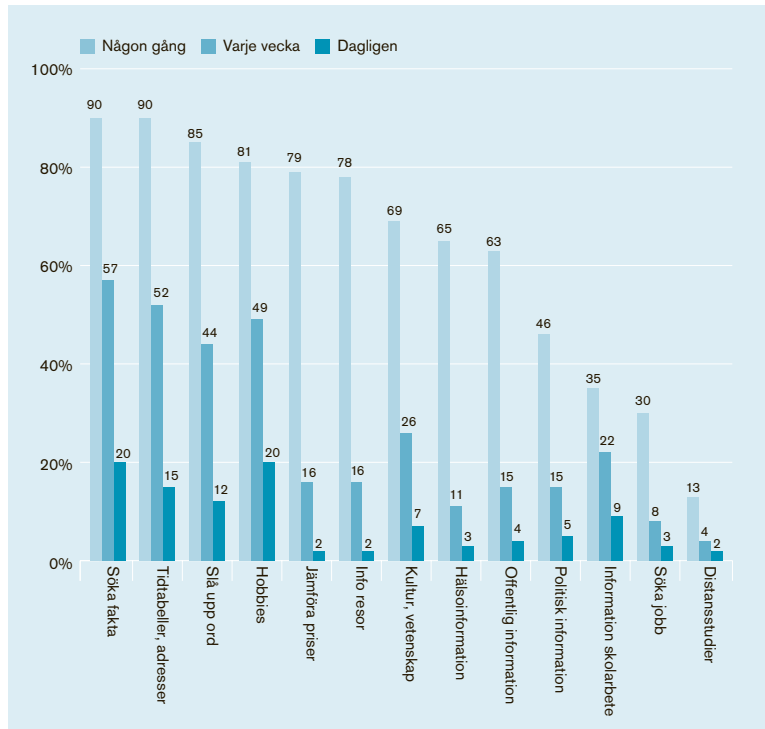


Diagram 5.3. Andel av internetanvändarna (12+ år) som någon gång, veckovis eller dagligen gör olika saker på internet.

Hur många söker efter information och fakta på internet?

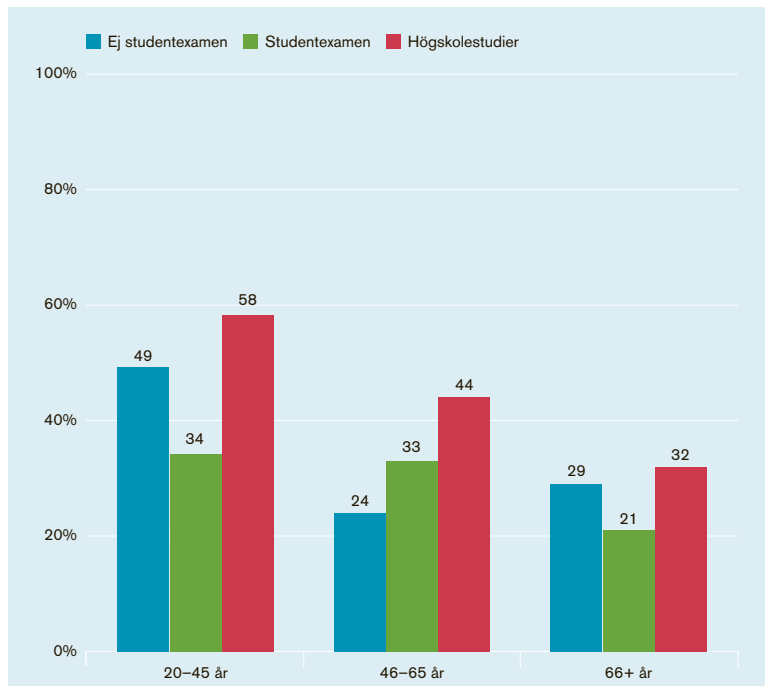


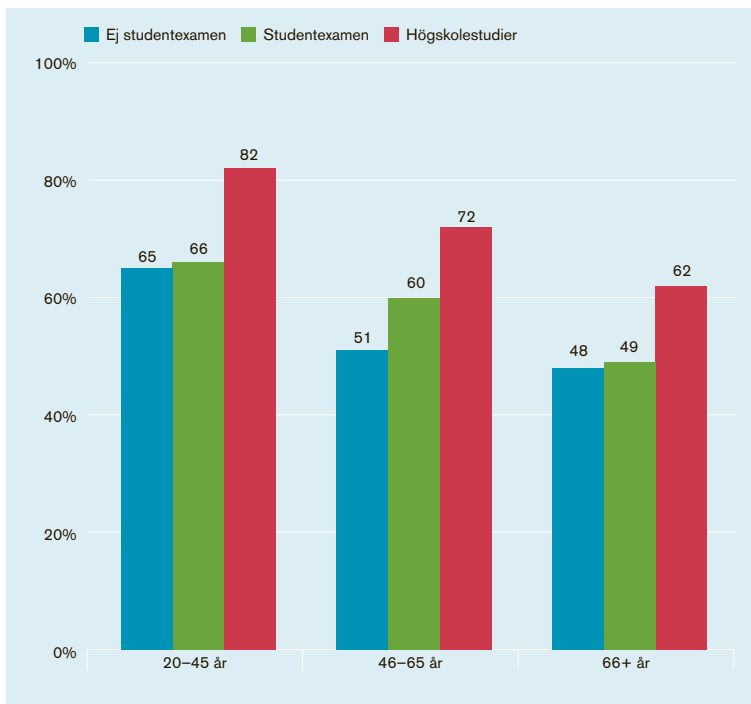
Diagram 5.4. Andel av internetanvändarna med olika utbildning i olika åldersgrupper som slår upp ord på internet varje vecka.

Har utbildningen någon betydelse för om man använder internet för att slå upp ord?



Har utbildningen någon betydelse för om man använder internet för att söka upp och kontrollera fakta?

Diagram 5.5. Andel av internetanvändarna med olika utbildning i olika åldersgrupper som söker och kontrollerar fakta på internet varje vecka.



Vem tar del av hälsoinformationen på internet?

Diagram 5.6. Andel av internetanvändarna med olika utbildning i olika åldersgrupper som tar del av hälso- och medicinsk information på internet.

Har ålder och utbildning någon betydelse för om man använder internet för information och fakta?

Som vi tidigare sett är skillnaderna mellan unga och gamla i hur man använder internet för att skaffa sig information på internet inte lika stora som när det gäller underhållning och att delta i sociala nätverk. Ålder har inte så stor betydelse. Det finns skillnader men många äldre är aktiva att söka information och fakta på internet. Men spelar utbildningen någon roll? Är det så att det främst är de redan välutbildade som utnyttjar internet?

Slå upp ord

Har utbildningen någon betydelse för hur ofta man använder internet för att slå upp ord? Ja, i viss mån men skillnader mellan olika utbildningsgrupper är små och gäller främst de medelålders (46–65 år).

Söka och kontrollera fakta

När det gäller att söka information och kontrollera fakta finns det skillnader mellan utbildningsgrupper bland de yngre och bland de medelålders och de äldre. Här är det de högutbildade som i störst utsträckning utnyttjar internet för informations- och faktasökning.

Kultur, vetenskap och litteratur

Två av tre (69%) använder internet för kultur, vetenskap och litteratur. Skillnader bland yngre beroende på utbildning finns men ökar för de över 45 år. Bland medelålders och äldre är det tre gånger så vanligt att de med högskolestudier, jämfört med de som inte har tagit studentexamen, använder internet för kultur, vetenskap och litteratur.

Läsa tidning

Tidningsläsning på internet är populärt i alla åldrar och i medelåldern 45–65 år läser man ungefär lika mycket oberoende av utbildning. Däremot spelar utbildningen roll för tidningsläsningen bland de äldsta över 65 år och bland de yngre (20–45 år). Betydligt fler

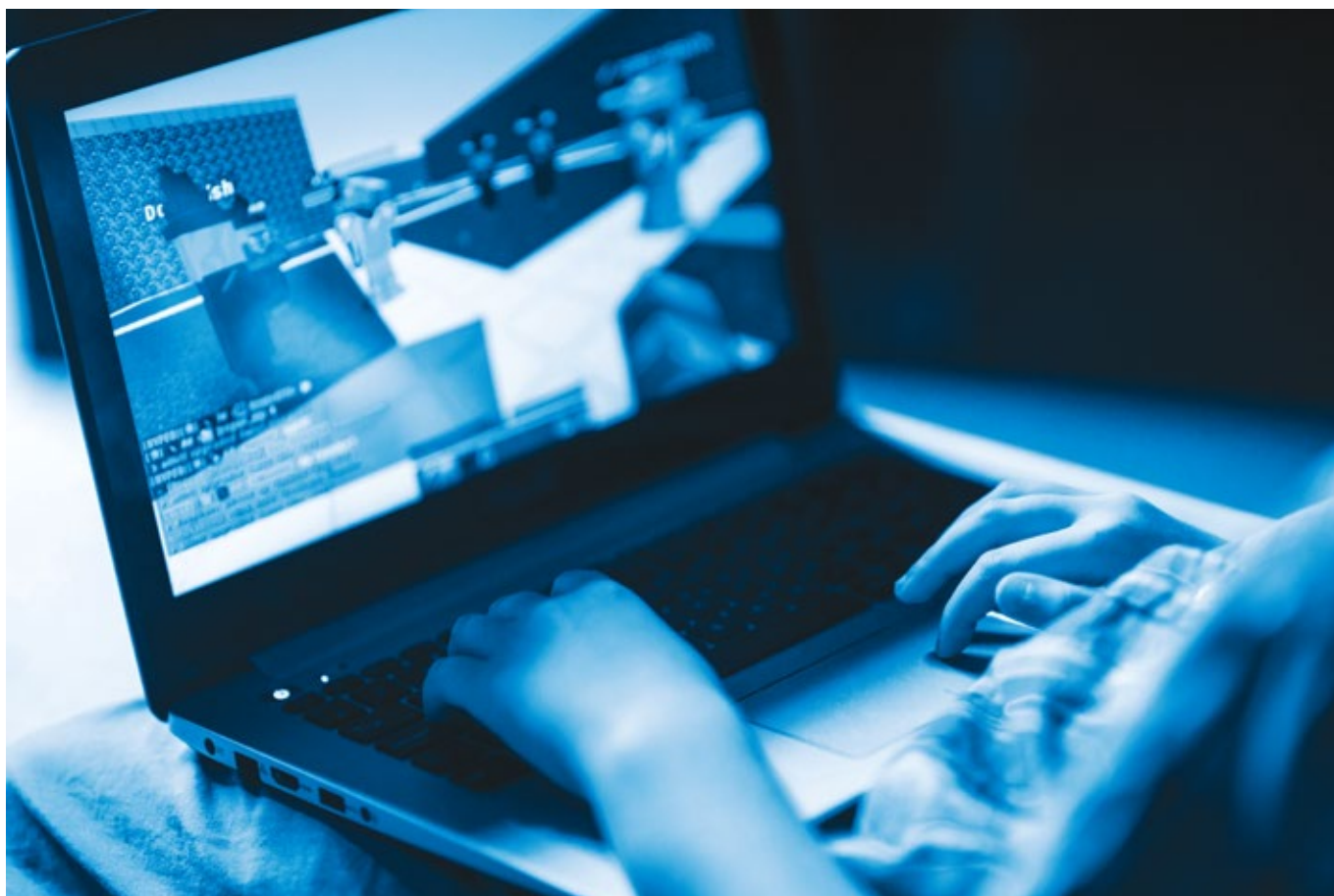
av de unga med högskoleutbildning läser tidning på internet jämfört med de med kortare utbildning.

Hälso- och medicinsk information

Det finns stora skillnader mellan ålders- och utbildningsgrupper i hur man tar del av den information om hälsa och medicinska frågor som finns på internet. De flesta unga och välutbildade (82%) tar del av denna information åtminstone ibland, medan äldre och lågutbildade mer sällan gör det. Kvinnor är också mer intresserade av denna information än män. Mest intresserade av hälsoinformation är unga välutbildade kvinnor (94%). ●

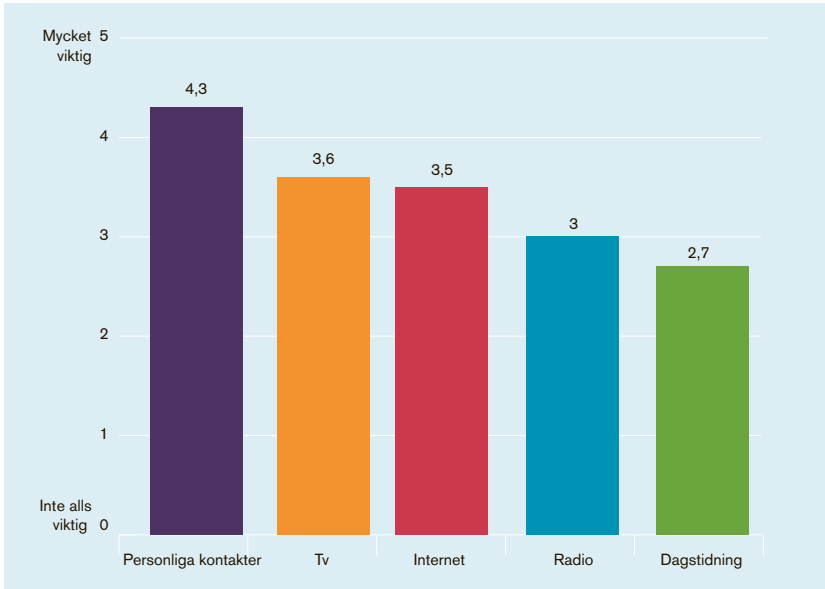
Sammanfattning:

Har utbildningen någon betydelse?	
Slå upp ord	Liten betydelse utom för medelålders.
Söka fakta	Ja, i alla åldersgrupper.
Kultur, vetenskap	Liten för yngre, stor för de som är äldre än 45 år.
Läsa tidning	Nej för medelålders, Ja för de som är yngre än 45 och äldre än 65 år.
Hälsoinformation	Stor betydelse i alla åldrar.



Svenskarna och internet finns nu som webbversion! På soi2014.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från årets rapport med dina vänner.

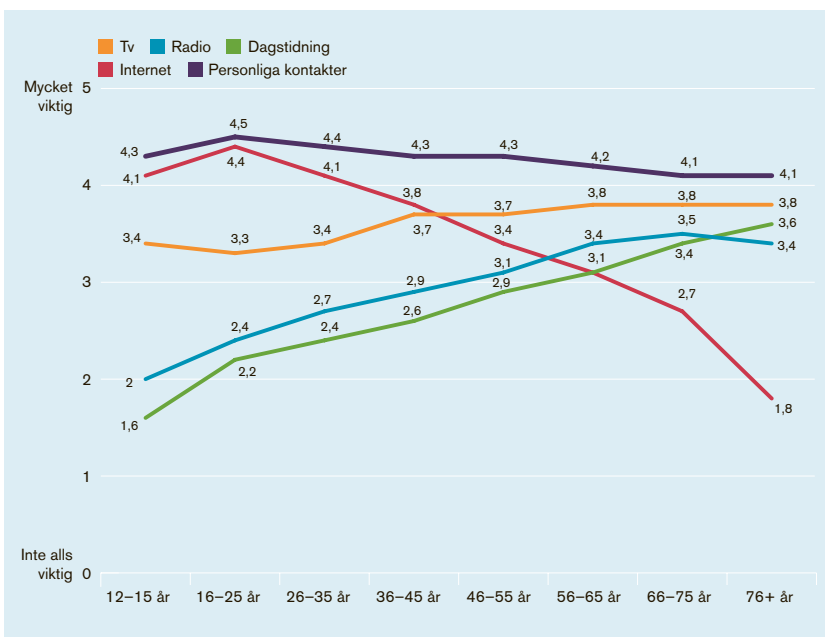
06 Underhållning



Efter personliga kontakter är tv den bästa underhållningskällan för svenska folket, knappt före internet. Sedan kommer radion och långt därefter dagstidningen. Skillnaden mellan generationerna är stora. Visserligen är tv en viktig källa för underhållning i alla åldrar men för de unga är internet utan konkurrens viktigast samtidigt som internet är utan betydelse för de äldre. Traditionella medier som radio och dagstidningen är minst viktiga för de unga medan de blir allt viktigare med åldern. I mellanåldern 36–45 år är tv och internet lika viktiga.

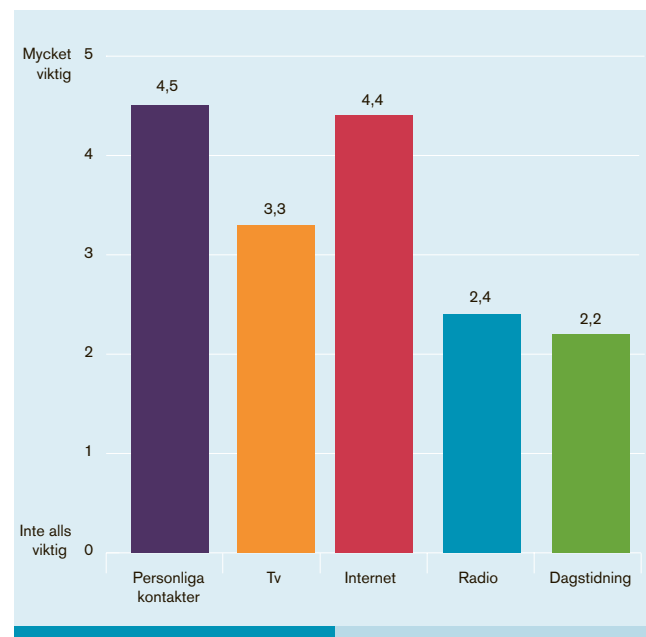
Vilken är den viktigaste källan till underhållning?

Diagram 6.1. Genomsnittlig bedömning i befolkningen av olika mediers viktighet som källa till underhållning på en femgradig skala.



Hur viktiga är olika underhållningskällor i olika åldrar?

Diagram 6.2. Genomsnittlig bedömning av olika mediers viktighet som källa till underhållning på en femgradig skala i olika åldersgrupper i befolkningen.



Vilken är den viktigaste underhållningskällan för ungdomar i åldern 16–25 år?

Diagram 6.3. Genomsnittlig bedömning av de i åldern 16–25 år i befolkningen av olika mediers viktighet som källa till underhållning på en femgradig skala.

Underhållning på internet och i traditionella medier

Jämför vi användningen av traditionella medier som tv och radio med användningen av underhållning via internet är skillnaderna fortfarande stora till förmån för de traditionella medierna. 94 procent har minst någon gång i veckan sett på tv och 74 procent har lyssnat på radio jämfört med att 57 procent lyssnat på musik via internet och 30 procent sett på video/film på internet.

Youtube och Spotify populärast på internet

Störst spridning på internet har Youtube fått. 82 procent av internetanvändarna har någon gång besökt Youtube, 75 procent har någon gång lyssnat på musik via internet, 63 procent har använt sig av tv-play, 58 procent har lyssnat på Spotify, 48 procent har någon gång spelat spel.

Ser vi istället på den dagliga användningen är det musiken som dominerar med 35 procent som dagligen lyssnar på musik via internet, 28

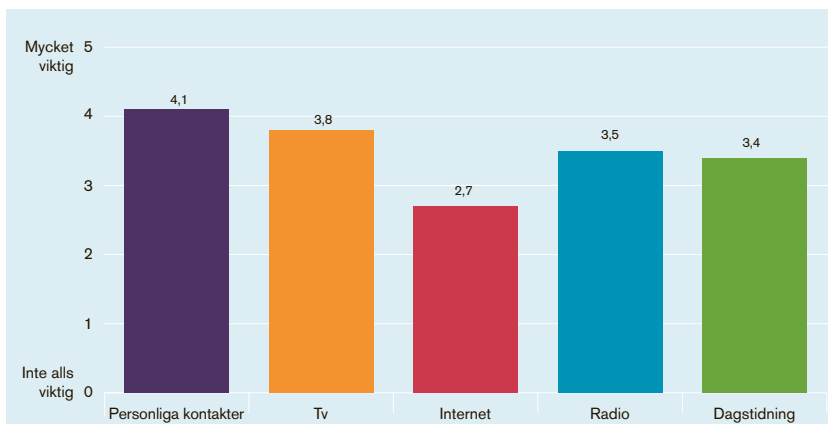


Diagram 6.4. Genomsnittlig bedömning av de i åldern 66-75 år i befolkningen av olika mediers viktighet som källa till underhållning på en femgradig skala.

Vilken är den viktigaste underhållningskällan för pensionärer i åldern 66-75 år?

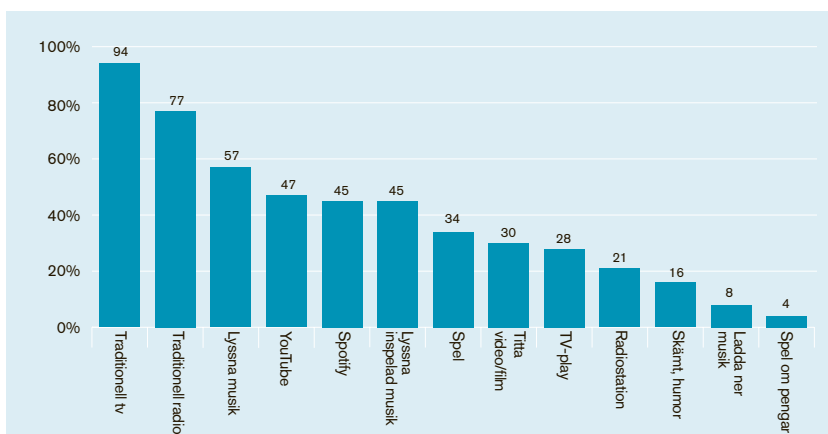


Diagram 6.5. Andel av internetanvändarna som varje vecka använder internet för underhållning jämfört med användning av traditionella medier.

Traditionella media används mer än samma media på internet

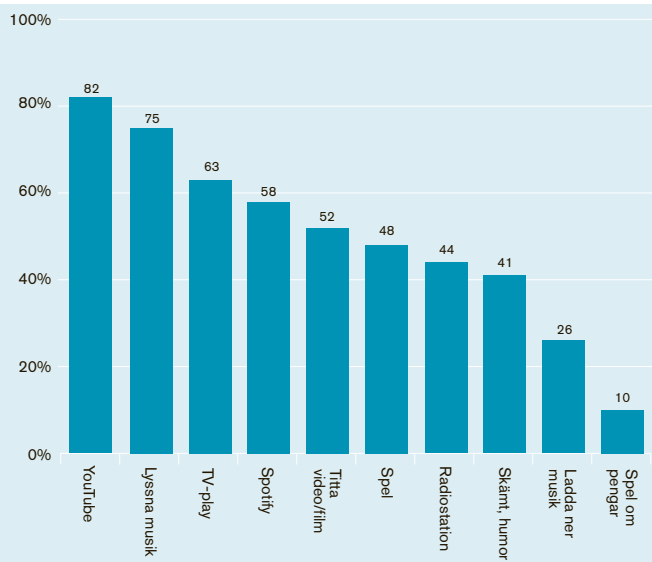


Diagram 6.6. Andel av internetanvändarna som någon gång använder internet på olika sätt för underhållning.

Hur många använder någon gång olika internetkällor för underhållning?

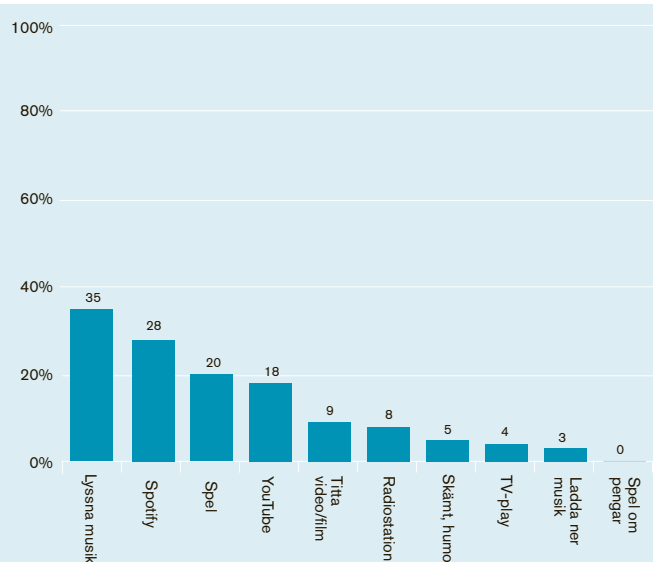
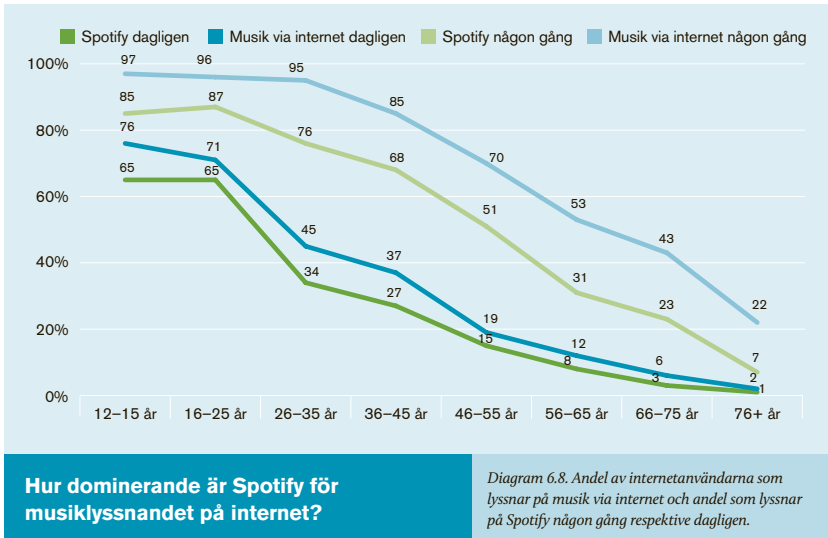


Diagram 6.7. Andel av internetanvändarna som dagligen använder internet på olika sätt för underhållning.

Hur många använder dagligen olika internetkällor för underhållning?



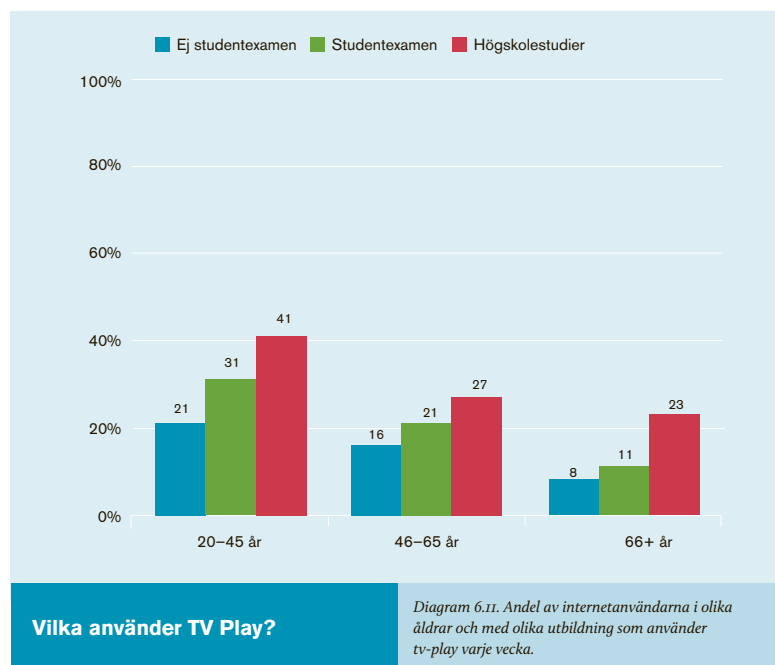
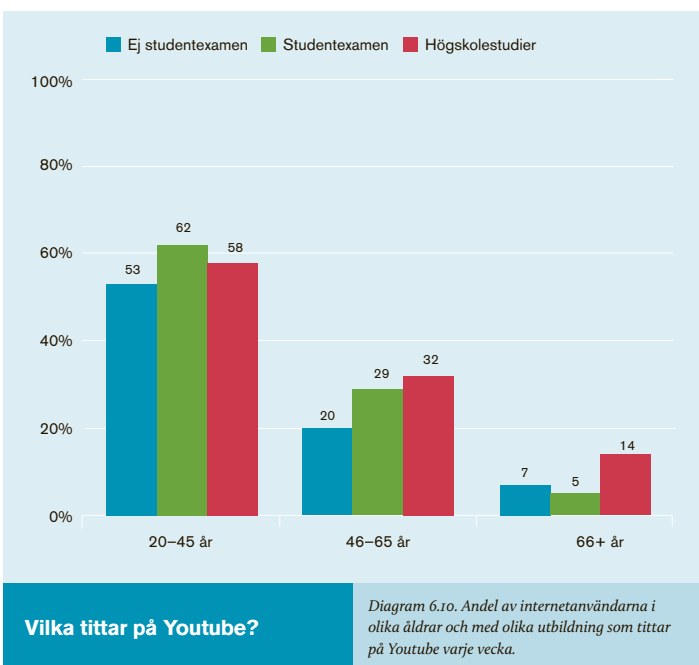
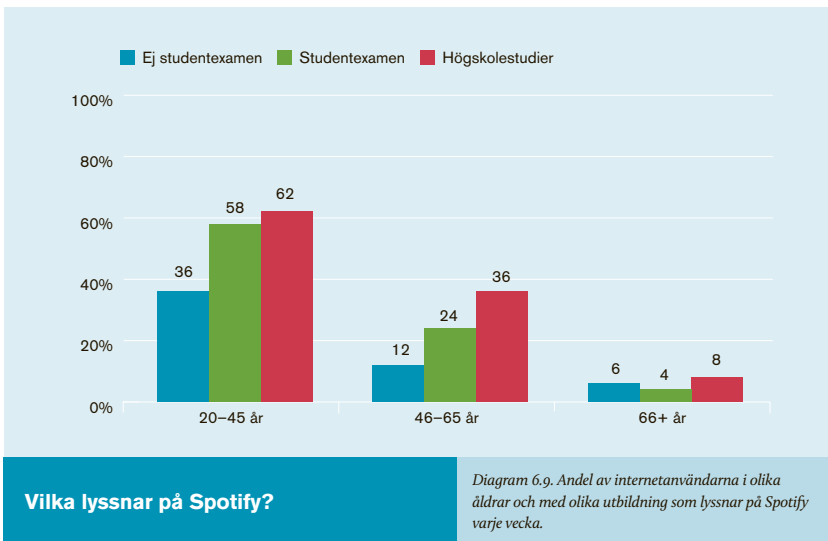
procent lyssnar dagligen på Spotify, 20 procent spelar spel dagligen och 18 procent tittar dagligen på Youtube. Den dagliga användningen av tv-play är nere i 4 procent.

Anmärkningsvärt är den dominerande roll som Spotify fått för musiklyssnandet på internet. Nästan alla som lyssnar på musik via internet lyssnar också på Spotify. Det är en position som Spotify nu haft under flera år.

Ålder men även utbildning spelar roll för hur internet används för underhållning

De yngre, 20-45 år, är de som mest frekvent använder internet för underhållning. Det gäller för strömmande musik (Spotify), strömmande video (YouTube) och även för tv-play tjänster.

I de flesta åldrar (20-65 år) utnyttjar de välutbildade internet mer för underhållning än de med lägre utbildning. Det gäller Spotify och tv-play. Men detta gäller inte YouTube där mer än hälften av de yngre (20-45 år), oberoende av utbildning, ser på YouTube åtminstone någon gång i veckan.

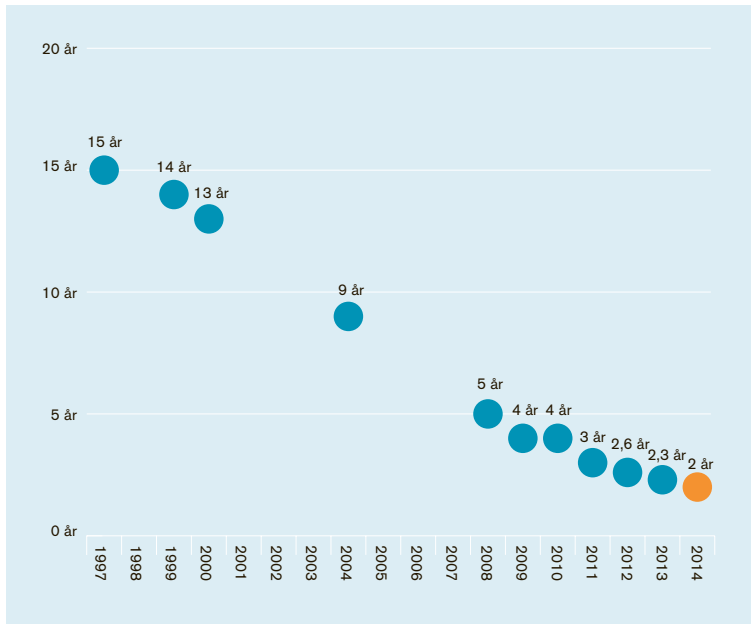


Svenskarna och internet finns nu som webbversion! På soj2014.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från årets rapport med dina vänner.



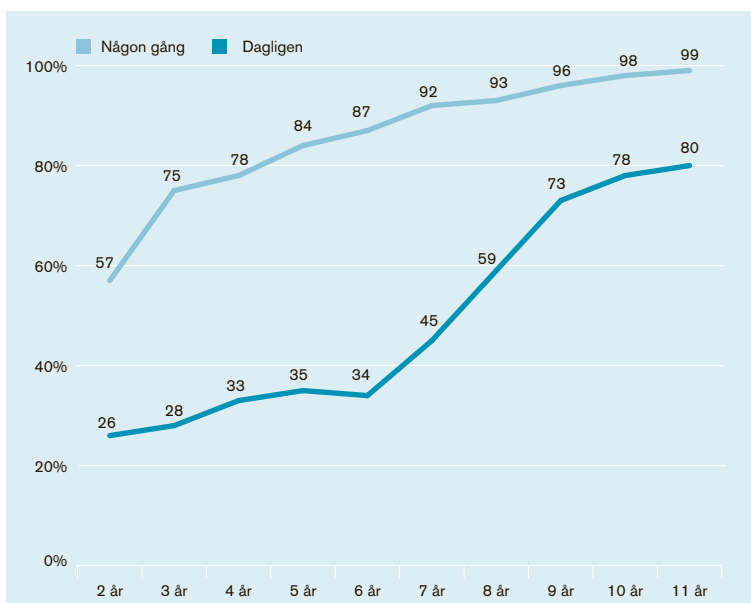
07

Barn och ungdomar



När började hälften av en åldersgrupp använda internet?

Diagram 7.1. Ålder då 50 procent av en åldersgrupp börjat använda internet.



Internetanvändning bland barn och unga 2014

Diagram 7.2. Andel av de unga i olika åldrar som använder internet någon gång och dagligen.

Idag har drygt hälften av tvååringarna (57%) börjat använda internet. En fjärdedel (26%) av tvååringarna använder internet dagligen. Det är en situation som är helt ny och helt annorlunda jämfört med när internet introducerades och snabbt började sprida sig i befolkningen under slutet på 90-talet. Då var det tjänstemän som var vana att arbeta med datorer och unga välutbildade män som var först att intressera sig för den nya kommunikationstekniken. Internet var vid den tiden inget för förskolebarn och inget för skolbarn. Det var bland yngre tonåringar i familjer som skaffat sig internet som vi hittade de yngsta internetanvändarna. Och det var vid den tiden först bland 14- till 15-åringarna som mer än hälften av åldersgruppen hade börjat bekanta sig med internet.

Efter millenniumskiftet började internet sprida sig neråt i åldrarna och ungdomarna var ibland kunnigare att använda internet än sina föräldrar som många gånger också var nybörjare i att använda internet. Men i takt med att de unga föräldrarna blev allt kunnigare samtidigt som nybörjarna blev allt yngre har föräldrarnas roll förändrats. De har nu fått en dominerande och pådrivande roll för barnens internetanvändning upp till tio års ålder.

Hälften av tvååringarna använder internet

Hälften av 2-åringarna använder sig idag åtminstone ibland av internet. Redan bland 3-åringarna är tre av fyra internetanvändare och vid 7 år är andelen 90 procent. Den stora ökningen de senaste åren har skett bland de yngsta. 2011 använde 49 procent av 3-åringarna internet. Idag är det 75 procent. Bland 7-åringarna var det däremot redan 2011 90 procent användare.

Den största förändringen de senaste åren har varit att barns användning av internet blivit mycket frekventare. 2011 fanns det få dagliga användare bland förskolebarnen. Idag är var fjärde i åldern 2 till 3 år daglig användare och var tredje i åldern 4 till 6 år. I skolåldern

ökar sedan den dagliga användningen snabbt från 45 procent bland 7-åringar till 73 procent bland 9-åringar.

Stort genomslag för surfplattor

När surfplattan kom var den först lika populär bland de yngsta som bland de äldre barnen. Tryckbara symboler gjorde den möjlig att använda utan att kunna läsa. Det gällde även den dagliga användningen där det 2013 var små skillnader mellan barn från 3 år och uppåt. Omkring 30 procent i alla åldrar från 2 år och uppåt använde dagligen surfplattan 2013. Det senaste året har det dock skett en förändring; surfplattan har fått en bredare spridning bland skolbarnen och blivit mycket populär där. Resultatet har blivit att över hälften av dem är nu dagliga användare av surfplattor.

Alla dagliga internetanvändare från 2 till 7 år är också dagliga användare av surfplattor, medan surfplattan inte är lika frekvent använd av alla över 9 år där de flesta dagligen använder datorer och smarta mobiler (diagram 7.9).

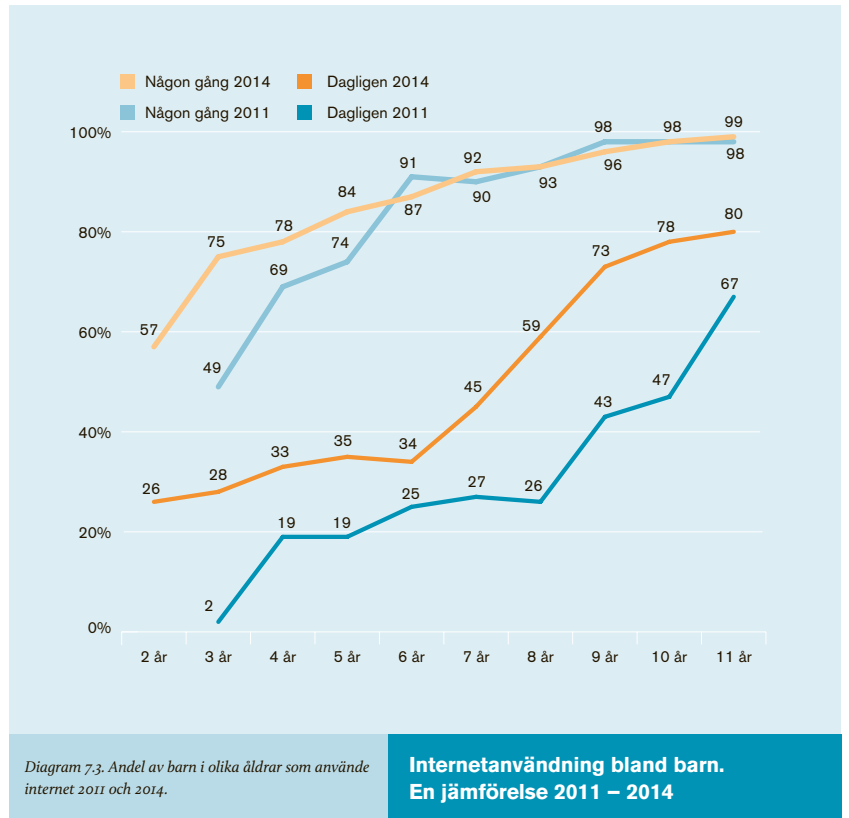


Diagram 7.3. Andel av barn i olika åldrar som använde internet 2011 och 2014.

Internetanvändning bland barn. En jämförelse 2011 – 2014

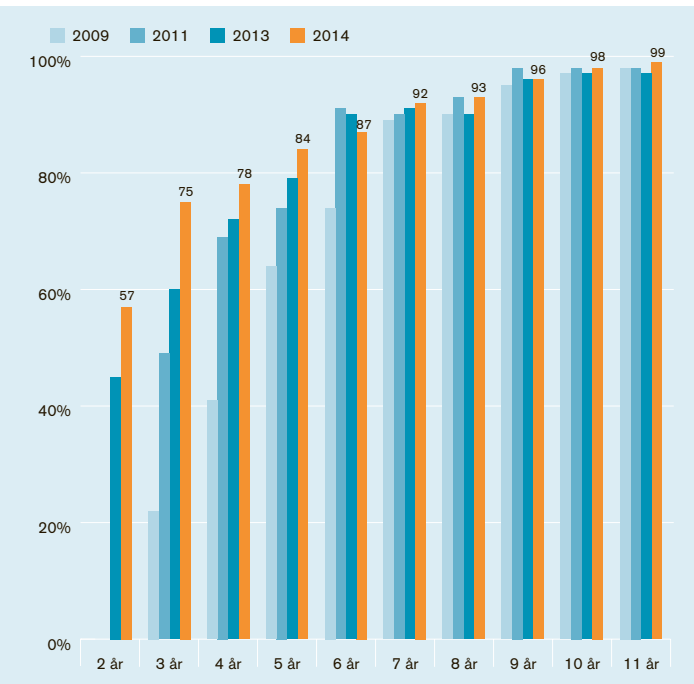


Diagram 7.4. Andel av barn i olika åldrar som använde internet någon gång 2009, 2011, 2013 och 2014.

Användning av internet någon gång. En jämförelse 2009–2014

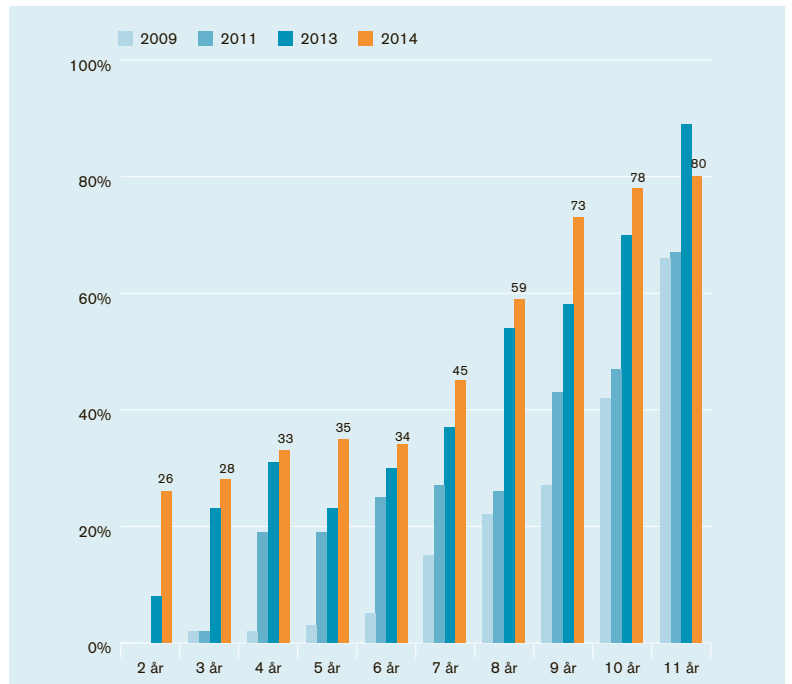
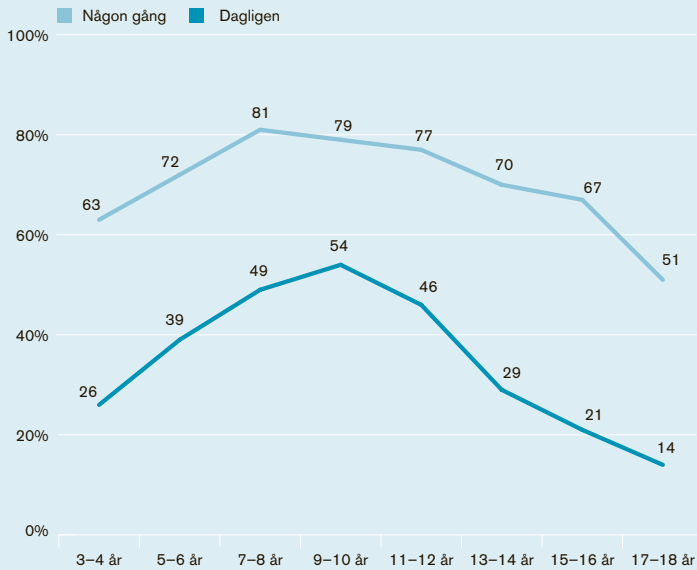


Diagram 7.5. Andel av barn i olika åldrar som använde internet dagligen 2009, 2011, 2013 och 2014.

Daglig användning av internet bland barn. En jämförelse 2009–2014



Hur många barn och ungdomar använder en surfplatta år 2014?

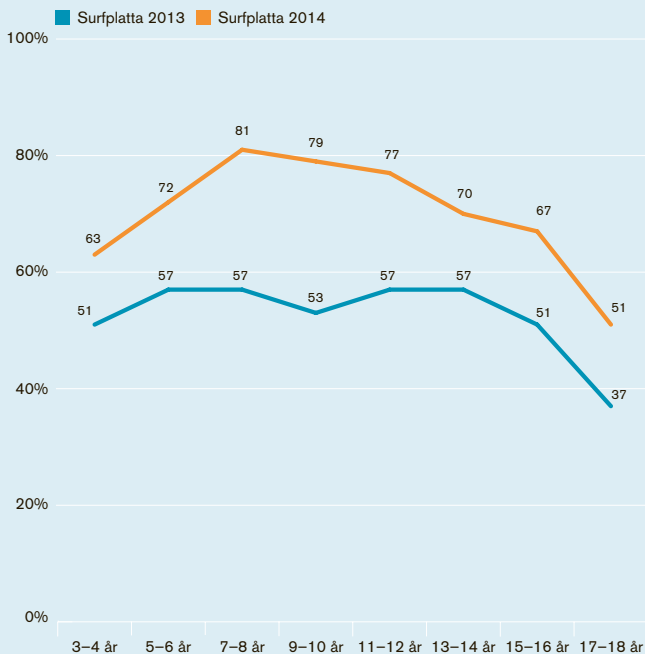
Diagram 7.6. Andel barn och ungdomar i olika åldrar som använder en surfplatta någon gång och dagligen.

Allt fler har egna surfplattor

På ett liknande sätt som det var för datorn var det i början vanligast med en surfplatta i familjen. En surfplatta som alla fick samsas kring. Nu har det, på samma sätt som för datorn, blivit vanligt med flera surfplattor i större familjer. Ungefär hälften av de barnfamiljer som har tillgång till en surfplatta har fler än en i hemmet. Många har nu en egen surfplatta på samma sätt som man har en egen dator och en egen smartmobil (diagram 7.10).

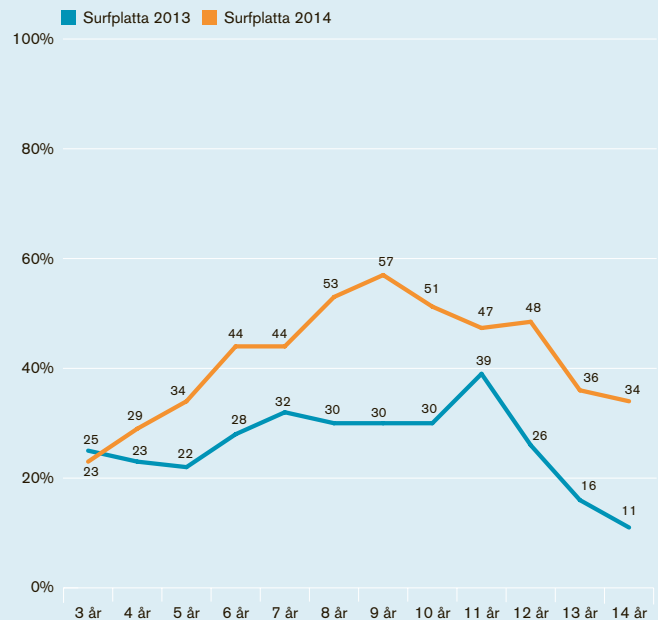
Spel och video

Den första aktiviteten de minsta barnen ägnar sig åt på internet är att se på film och video. Nästan alla (94%) i åldrarna 2 till 3 år som använder internet gör detta. Hälften (51%) prövar på att spela något spel på internet. Här finns idag alla sorters spel: underhållande, spännande, kreativa, lärande med mera. Det är enkelt att starta en app på surfplattan, det är bara att trycka på den. Andelen som spelar ökar sedan med åldern och är



Hur har barn och ungdomars användning av surfplattor förändrats under det senaste året?

Diagram 7.7. Andel barn och ungdomar i olika åldrar som någon gång använde en surfplatta 2013 och 2014.



Hur har barn och ungdomars dagliga användning av surfplattor förändrats under det senaste året?

Diagram 7.8. Andel barn och ungdomar i olika åldrar som dagligen använde en surfplatta 2013 och 2014.

uppe i 93 procent i 6–7 årsåldern och förblir högt över 90 procent i tonåren. Tidigt finns också möjligheten att skapa egna saker på internet som att till exempel rita och måla men det är ingen utbredd aktivitet.

När barnen blir 6 till 7 år och kan börja skriva och läsa öppnar sig internet med chatt och möjligheter att kommunicera med andra, att besöka sociala nätverk och börja söka efter information och fakta och att använda internet för skolarbete. Fortfarande upptar dock spelandet och videotittandet en stor del av internettiden långt fram i tonåren.

För skolbarnen (8–9 år) dominerar fortfarande spelandet och videotittandet. Kommunikation via chatt (25%), sociala nätverk (20%) och e-post (20%) har inte kommit igång riktigt. Betydligt vanligare är att använda nätet för att söka fakta (62%), använda internet för skolarbete (50%) och skapa eget innehåll (48%).

Vid åldern omkring 10–11 år sker det ett språng i den sociala och kontaktskapande

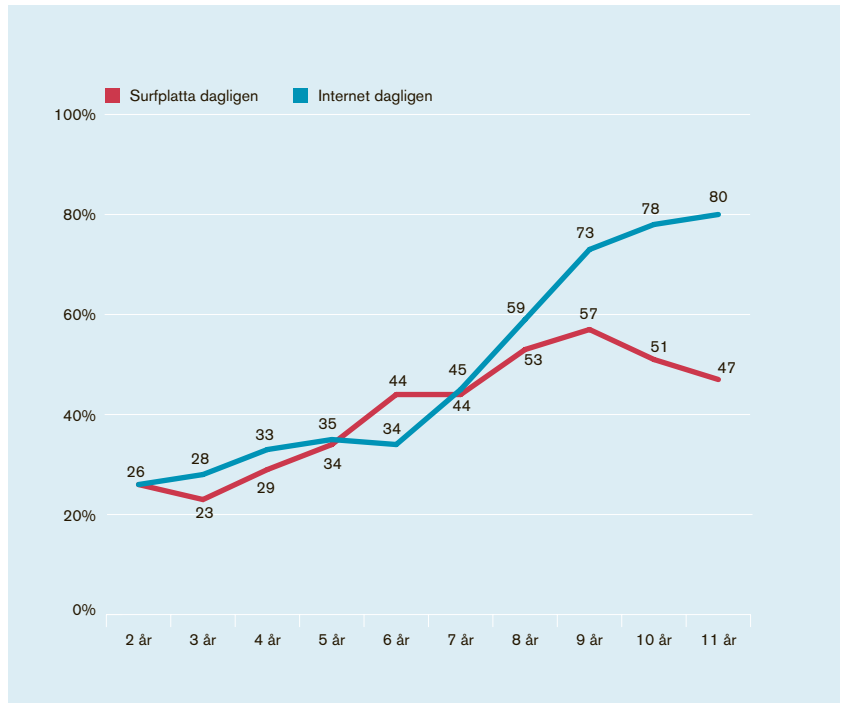


Diagram 7.9. Andel av barn 2–11 år som dagligen använder internet och som dagligen använder en surfplatta.

Daglig användning av internet bland barn jämfört med daglig användning av surfplattor

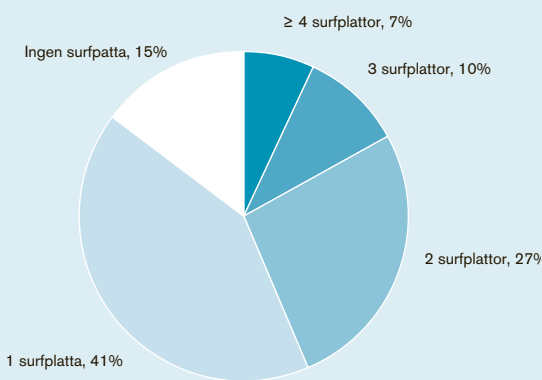


Diagram 7.10. Andel av familjer med barn i åldern 12–15 år som har olika antal surfplattor.

Hur många surfplattor finns det i familjer med barn i åldern 12–15 år?

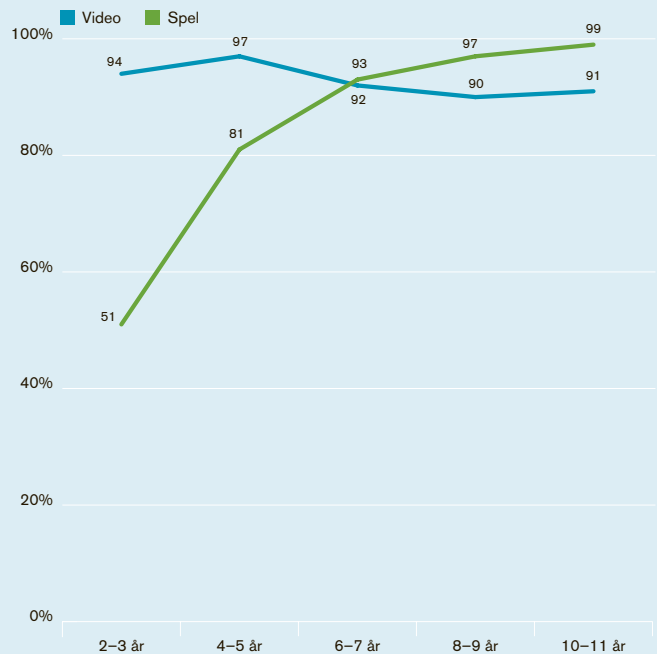
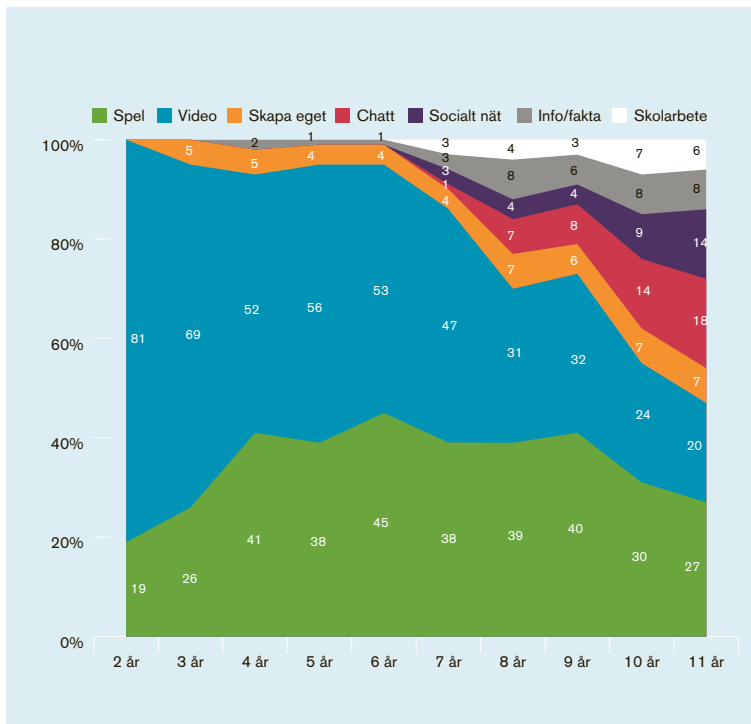


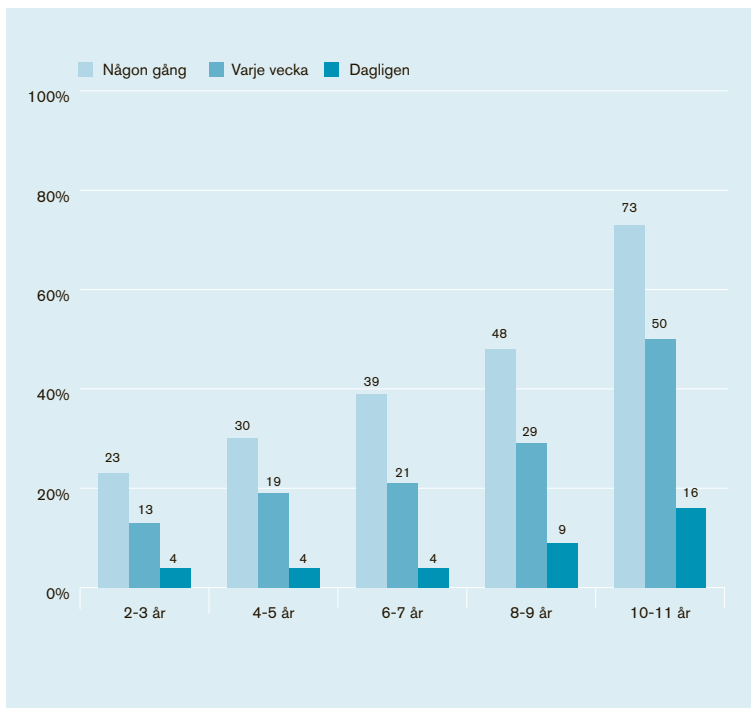
Diagram 7.11. Andel av internetanvändarna i olika åldrar (2–11 år) som ägnar sig åt spel och att se på video.

Först video och sedan både spel och video bland de yngsta



Vad ägnar sig barnen åt på internet?

Diagram 7.12. Förhållandet mellan olika internetaktiviteter i olika åldrar upp till 11 år.



Hur vanligt är det bland barnen att skapa ett eget innehåll på internet?

Diagram 7.13. Andel av barnen i olika åldrar som skapar ett eget innehåll på internet.

användningen av internet. Två av tre (66%) chattar och är nu med på sociala nätverk (63%). Samtidigt använder omkring 80 procent internet för att söka fakta om skolarbete och nästan alla spelar och ser på video.

I början av tonåren (12–15 år) tar internets sociala funktioner allt mer av internettiden, men de flesta använder internet även till information och underhållning. Nästan alla söker och kollar fakta (82%), slår upp ord (91%) och använder internet för skolarbete (78%). Ännu högre är andelarna som via internet lyssnar på musik (92%), ser på Youtube (99%), och är på sociala nätverk (93%). För tonåringarna är internet den viktigaste källan både för information och underhållning.

Skapa eget innehåll

Tidigt erbjuder internet möjligheter till ett eget skapande i form av att rita och måla och bygga. Mobilkameran erbjuder möjligheter att både ta egna bilder och spela in videos. Redan tidigt prövar en del av de yngsta den möjligheten. Andelen som på internet skapar ett eget innehåll stiger med åldern och med att allt fler blir dagliga användare av internet. Hälften av 10-åringarna skapar något eget på internet åtminstone någon eller några gånger i veckan. Med skrivandet kommer sedan nya möjligheter att uttrycka sig.

Chatt

Idag finns många sätt att chatta på för de unga, till exempel Kik, WhatsApp, Snapchat, vilket särskilt märkts bland de i åldern 10 till 11 år. Kik som många unga använder är byggd för den mobila webben och är knutet till ett användarnamn, inte ett mobilnummer. Där kan man inte bara skicka texter utan också till exempel bilder och videos. Man kan lägga till en profil med bild, koppla till Instagram och så vidare. Det sker hela tiden en utveckling och integrering av kommunikationskanalerna och de sociala nätverken. Under det senaste året har detta chattande ökat och tagit ett steg neråt i åldrarna. Man börjar idag med detta tidigare än förut.

Smarta mobiler används mest i trådlösa nätverk

För att minska kostnaderna för användarna behövs emellertid en uppkoppling till ett wifi-nätverk vilket innebär att en stor del av användningen av Kik sker i hemmet eller i skolan. Det sätter också sina spår på hur den smarta mobilen används. Över hälften (56%) av ungdomarna i åldern 12–15 år använder sin smarta mobil mer via ett nätverk än via mobilnätet och endast 13 procent använder mobilnätet mer. Då räcker det ofta med ett kontantkort i mobilen.

Söka och kontrollera fakta

Tidigt lär sig skolbarnen att kolla fakta på internet. I början under de första skolåren är skillnaderna mellan barnen stora. Drygt hälften av de som är 8–9 år har upptäckt möjligheten att kolla fakta på internet, den andra halvan har inte gjort det. I tioårsåldern gör åtta av tio detta och två av tre gör

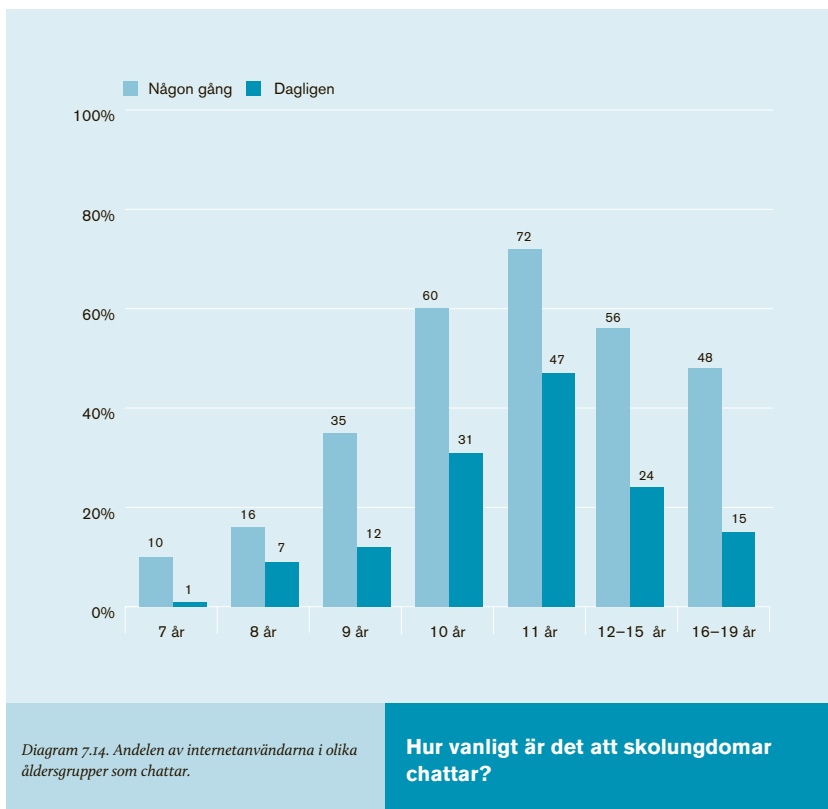


Diagram 7.14. Andelen av internetanvändarna i olika åldersgrupper som chattar.

Hur vanligt är det att skolungdomar chattar?

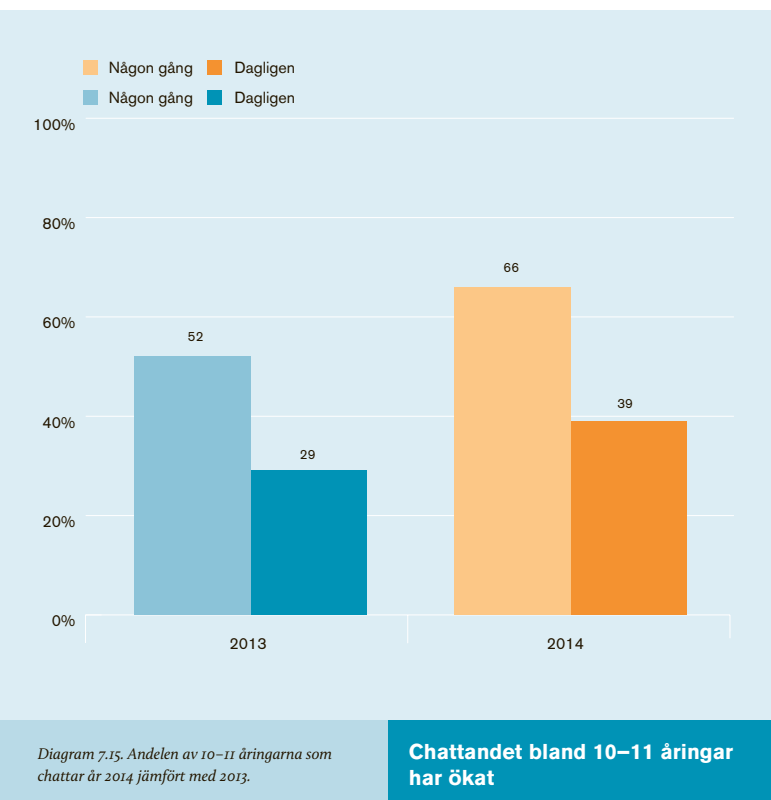


Diagram 7.15. Andelen av 10–11 åringarna som chattar år 2014 jämfört med 2013.

Chattandet bland 10–11 åringar har ökat

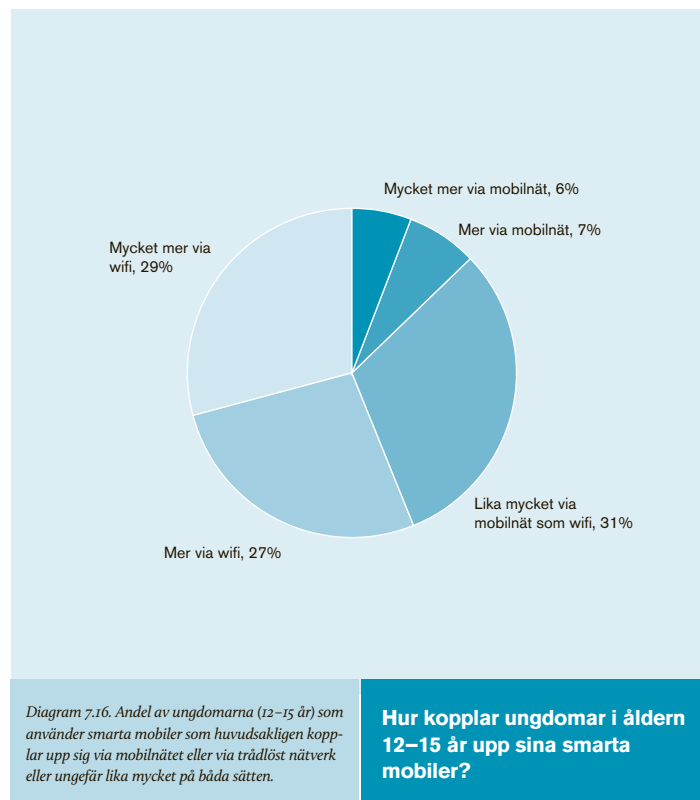
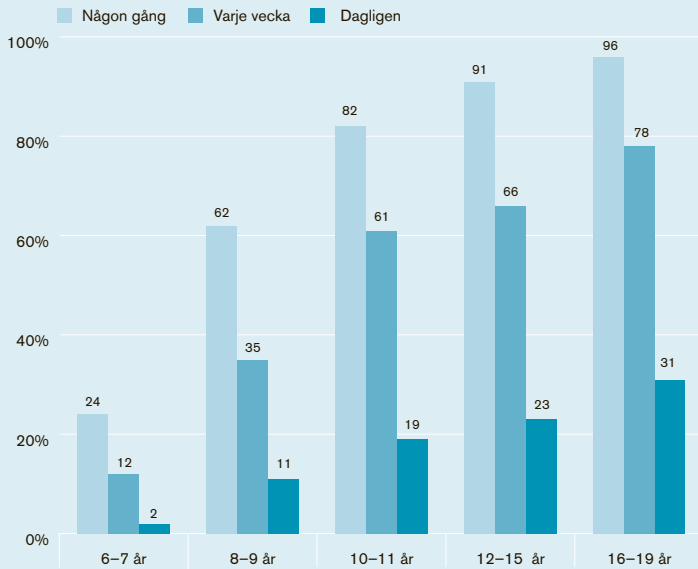


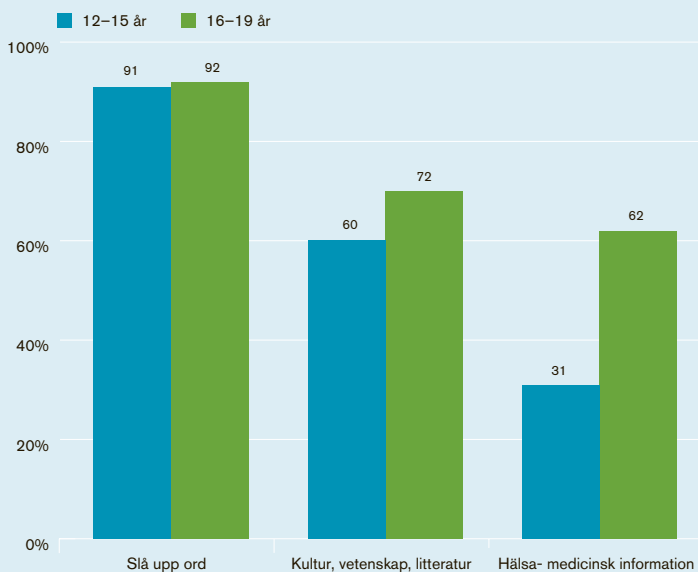
Diagram 7.16. Andel av ungdomarna (12–15 år) som använder smarta mobiler som huvudsakligen kopplar upp sig via mobilnätet eller via trådlöst nätverk eller ungefär lika mycket på båda sätten.

Hur kopplar ungdomar i åldern 12–15 år upp sina smarta mobiler?



Hur vanligt är det att ungdomar använder internet för att kolla fakta?

Diagram 7.17. Andel av barn och ungdomar i olika åldrar som använder internet för att söka och kontrollera fakta.



Hur många ungdomar använder internet för att slå upp ord, söka information om kultur, vetenskap, litteratur och hälsa?

Diagram 7.18. Andel av ungdomar i olika åldrar som använder internet för att någon gång slå upp ord, söka information om kultur, vetenskap och hälsa.

det minst någon gång i veckan. Nivåerna här har inte förändrats under det senaste året.

Lika vanligt som att söka efter fakta är att använda internet för att slå upp ord. Många, särskilt de äldre ungdomarna, använder också internet för att söka efter information om hälsa och medicinska frågor och ta del av kultur, vetenskap och litteratur. Jämför vi med tidigare år är det särskilt när det gäller kultur, vetenskap och litteratur som det skett förändringar. Bland de som är 12 till 15 år använder idag 60 procent internet för att åtminstone ibland ta del av kultur, vetenskap och litteratur. En ökning från 39 procent 2012. Bland de äldre (16-19 år) är ökningen liten, från 68 procent 2012 till 70 procent idag.

Internet i skolan

Idag har nästan alla ungdomar tillgång till internet i hemmet och i skolan och de flesta använder internet i skolan minst någon gång i veckan och två av tre (62%) gör det dagligen. I tre av fyra skolor finns det tillgång till trådlösa nätverk. Under det senaste året har det skett förändringar och tendensen är att allt fler använder internet dagligen i skolan. Från 53 procent av 12-15 åringarna 2013 till 62 procent daglig användning av internet i skolan 2014. Men det är samtidigt vanligt att man också använder internet i skolan för privat bruk. För en mer ingående och detaljerad analys se Alexanderson & Davidsson (2014), Eleverna och internet.

Vad har ungdomar i åldern 12-15 år tillgång till i skolan?

Internet	Egen dator	Datorsal	Trådlöst nätverk
93%	31%	47%	77%

Genom det ökande användandet av mobiler och surfplattor har tiden som ungdomarna ägnar sig åt internet i hemmet ökat väsentligt medan tiden som ägnas åt internet i skolan bara ökat marginellt bland de yngre 12-15 år. Den ökning som skett tidigare år har stannat av. Likaså har ungdomarnas (12-15 år) bedöm-

ning av internets viktighet för skolarbetet inte ökat utan snarare minskat under det senaste året. I de äldre tonåren, 16–19 år, är så inte fallet utan tiden med internet i skolan har ökat även under senaste året och internet är minst lika viktigt för skolarbetet som för privatlivet.

Lika vanligt att använda internet för privat bruk som för skolarbete

I många skolor finns idag trådlösa nätverk och en tredjedel av eleverna har en egen dator i skolan. Ser vi till vad som händer i skolorna är det nästan lika vanligt att använda internet för privat bruk som att använda internet för skolarbete. Och i den dagliga användningen är det fler som använder internet för annat än för skolarbete. Hälften av eleverna använder dagligen internet i skolan för privata ändamål och 35 procent använder internet dagligen för skolarbete.

Sammantaget innebär detta att en tredjedel (32%) använder internet oftare för skolarbete än för annat, 41 procent använder internet lika

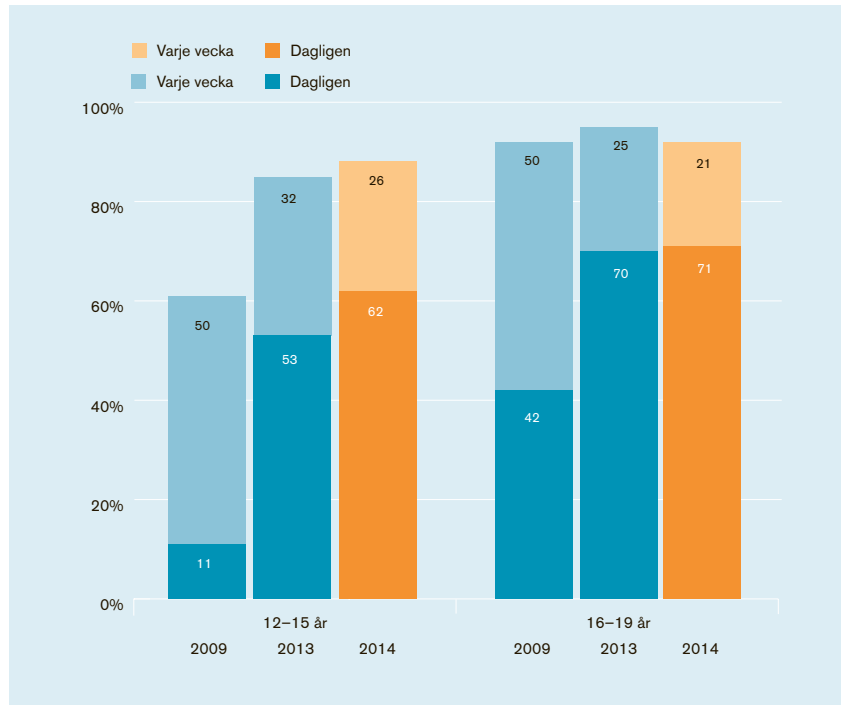


Diagram 7.19. Andel av ungdomarna 12–15 år samt 16–19 år som använder internet i skolan dagligen och veckoligen 2009, 2013 och 2014.

Hur ofta används internet i skolan? En jämförelse 2009–2014

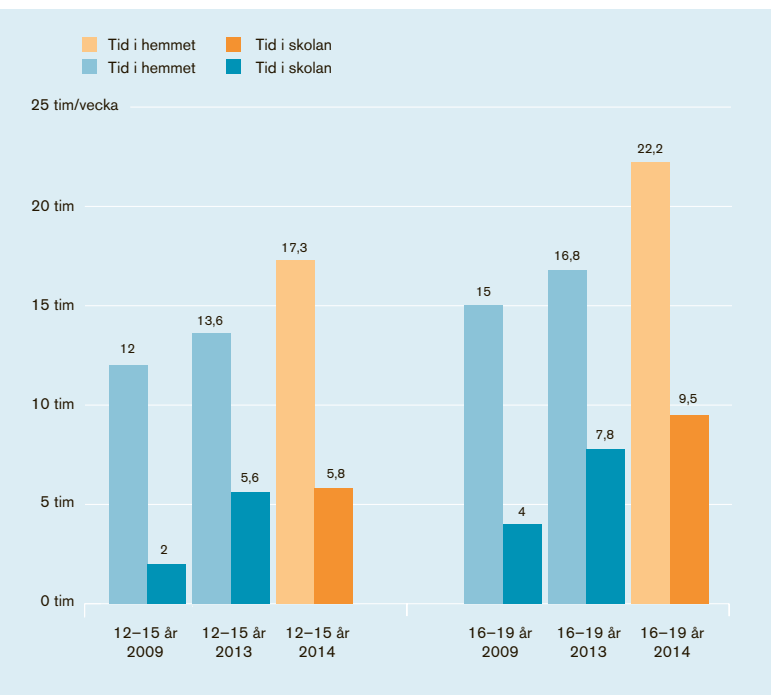


Diagram 7.20. Genomsnittlig tid (tim/vecka) som ungdomar ägnade åt internet i skolan och hemma 2009, 2013 och 2014.

Hur mycket tid ägnar ungdomar åt internet hemma och i skolan?

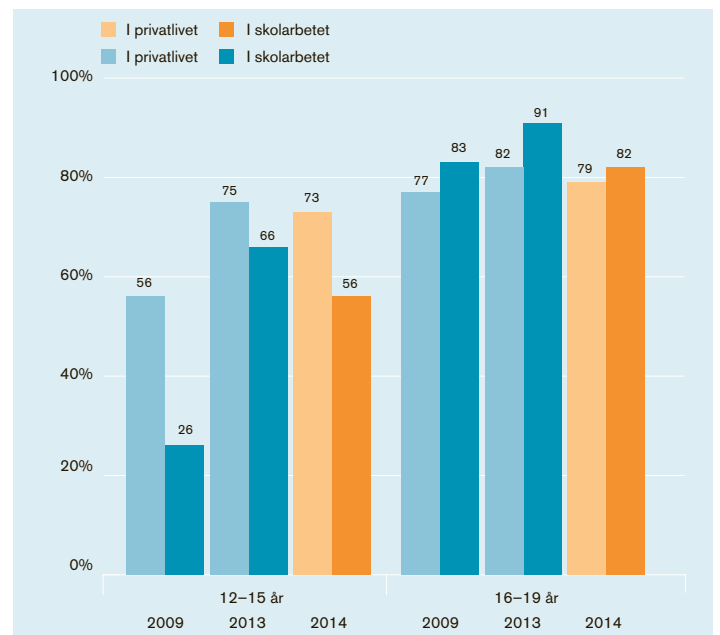
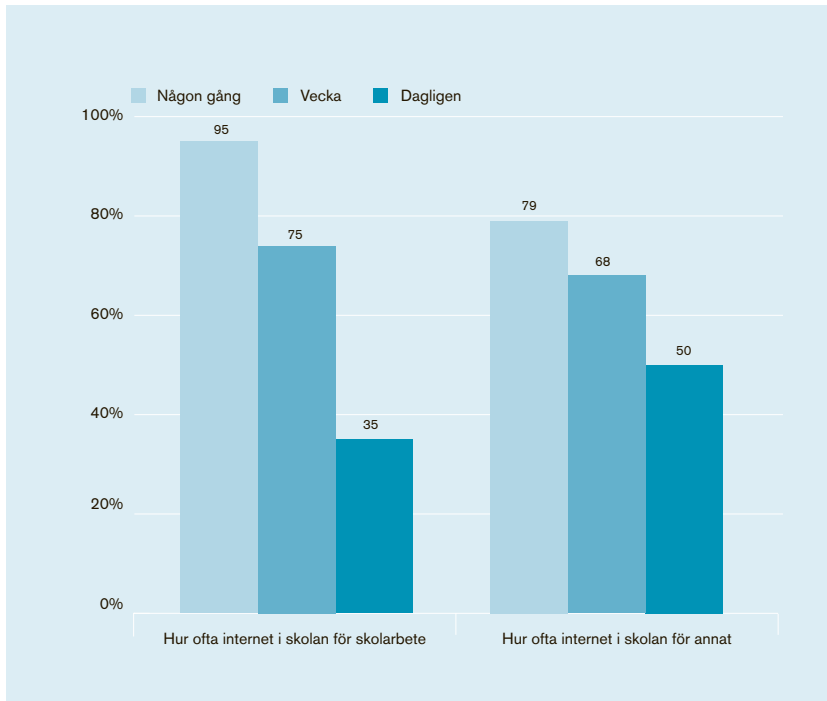


Diagram 7.21. Andel av studerande i åldern 12–15 år samt 16–19 år som bedömer att internet är viktigt eller mycket viktigt i skolarbetet och för privatlivet på en femgradig skala år 2009, 2013 och 2014.

Hur många i åldern 12–15 år samt 16–19 år tycker att internet är viktigt eller mycket viktigt för skolarbetet och för privatlivet? En jämförelse 2009–2014



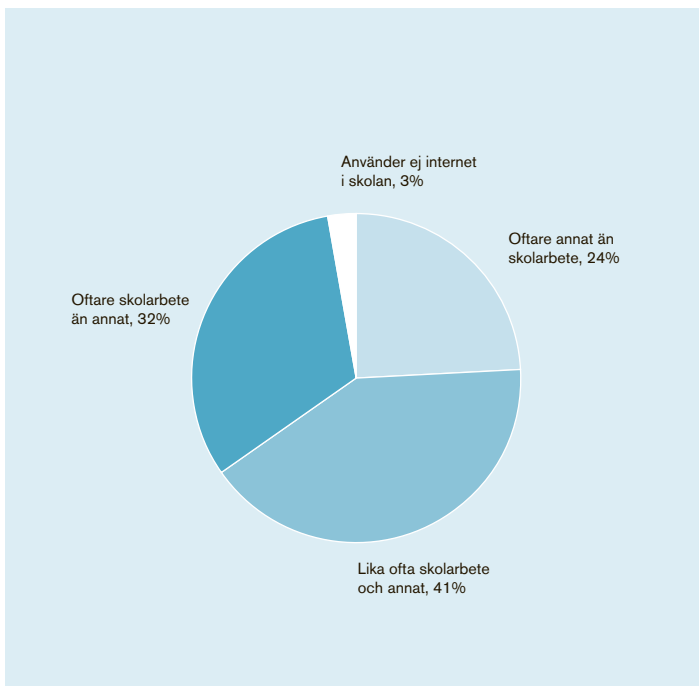
Hur ofta använder man (12–15 år) internet i skolan för skolarbete och hur ofta för annat?

Diagram 7.22. Andel av de som är 12–15 år som använder med olika frekvens internet för skolarbete och för privat bruk.

ofta för annat som för skolarbete och en fjärdedel (24%) av eleverna använder oftare internet för annat än skolarbete. Internet i skolan handlar sålunda mycket om elevernas privata bruk.

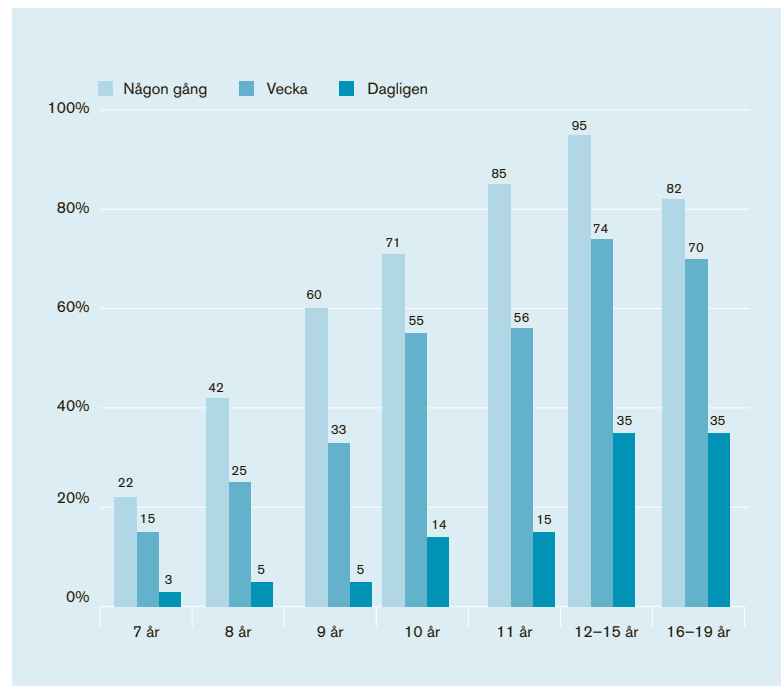
Vi kan nu se att användningen av internet i skolan ökar. Bakom finns två tendenser. Den ena är att internet används allt oftare för skolarbetet. Den dagliga användningen har ökat. Samtidigt används också internet i skolan för privat bruk och den användningen ökar också. För två av tre är den privata användningen minst lika omfattande som den som rör skolan.

Det är ungefär lika många som använder internet för skolarbete som vi tidigare sett använder internet för att söka och kontrollera fakta på internet. Dessa aktiviteter hör ihop. I åldern 8–9 år utnyttjar hälften av barnen någon gång denna möjlighet som internet ger och var tredje gör det någon gång i veckan. Här föreligger således stora skillnader. Ett visst samband finns med föräldrarnas utbildningsbakgrund så att 53 procent av de



Hur använder man internet i skolan? Mer för skolarbete eller mer för det privata?

Diagram 7.23. Andel av skoleleverna (12–15 år) som använder internet i skolan mer för skolarbete eller mer för det privata eller lika mycket för båda.



Hur många använder internet för att göra skolarbete?

Diagram 7.24. Andel av barn och ungdomar i olika åldrar som använder internet för att göra skolarbete.

välutbildades barn (8–9 år) använder internet någon gång för skolarbete jämfört med 40 procent av barnen till övriga. Men detta förklarar bara en liten del av skillnaderna.

Stora förändringar under senare år

Redan för flera år sedan använde sig de flesta i åldern 12 till 15 år åtminstone någon gång av internet för ett skolarbete. Den regelbundna dagliga användningen var dock begränsad. Här kan vi nu se en förändring. Den dagliga användningen av internet för skolarbete har ökat från 10 procent till 35 procent. Var tredje skolbarn (12–15 år) använder sålunda nu internet dagligen för skolarbete.

Allt fler och allt yngre på sociala nätverk

Hälften av tioåringarna (56%) är idag bekanta med sociala nätverk och var femte (20%) är där dagligen. Sedan ökar andelen som besöker sociala nätverk successivt med ökande ålder och nästan alla ungdomar i åldern 12 till 15 år är där någon gång och 9 av 10 är där minst någon gång i veckan och tre av fyra (72%) är där dagligen. Ungdomarna (12–15 år) är också aktiva deltagare. 79 procent postar uppdateringar och 21 procent gör det dagligen.

Går vi neråt i åldrarna kan vi hitta de som besöker sociala nätverk redan vid 7 och 8 års ålder vilket inte skedde tidigare. Den stora ökningen de senaste åren har skett bland skolbarnen i åldrarna 9 till 11 år. Allt fler av dem är nu ute på sociala nätverk, men i åldrarna däröver, där de flesta redan tidigare har besökt sociala nätverk, har förhållandena sett ut ungefär på samma sätt under de senaste åren.

Alla är med på Facebook

Facebook har länge varit det dominerande sociala nätverket där alla varit med. Och så är det fortfarande med ett undantag: de i åldern 12–15 år. Här finns flera alternativa nätverk tillgängliga och andelen som är med i ett socialt nätverk är betydligt större än andelen som är med på Facebook, vilket innebär att alla i den åldern som besöker sociala nätverk inte besöker Facebook.

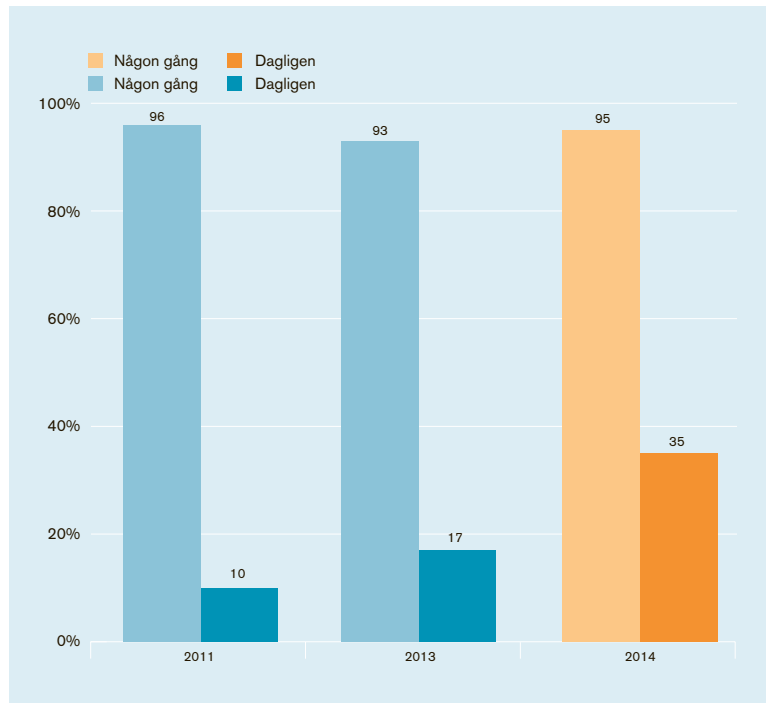


Diagram 7.25. Andel av internetanvändarna i åldern 12–15 år som använder internet i skolan för skolarbete någon gång respektive dagligen.

Hur många i åldern 12–15 år använder internet för skolarbete?

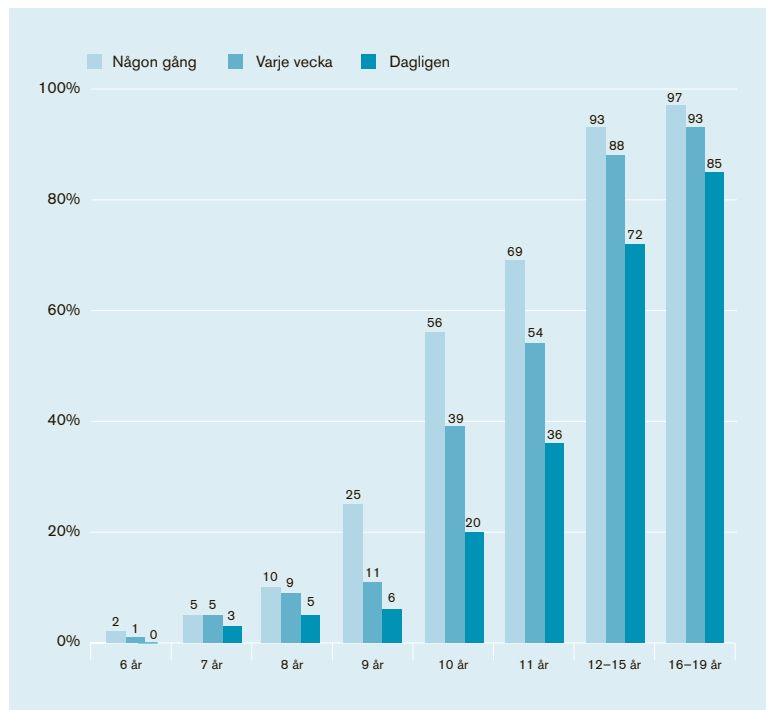
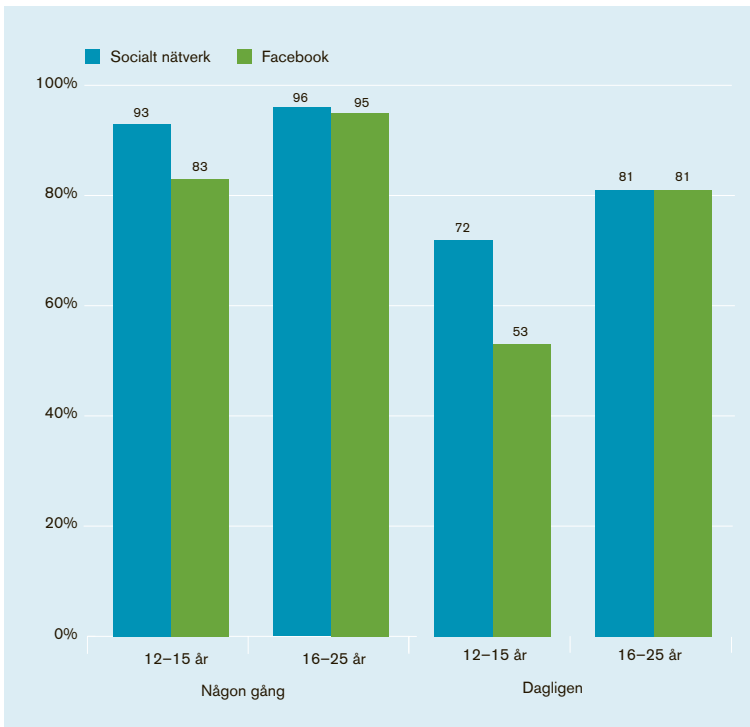


Diagram 7.26. Andel barn och ungdomar som besöker sociala nätverk.

Allt fler skolbarn (9–11 år) är ute på sociala nätverk



Men fortfarande är Facebook störst och 83 procent är med på Facebook och 53 procent är där dagligen. Inget annat nätverk är lika populärt.

Nästan alla är med på Instagram

Nästan lika populärt som Facebook bland de unga, särskilt bland de unga kvinnorna, är Instagram. 78 procent av flickorna 12-15 år är där någon gång och 62 procent av pojkarna. 62 procent av flickorna är där dagligen och nästan hälften (45%) flera gånger om dagen.

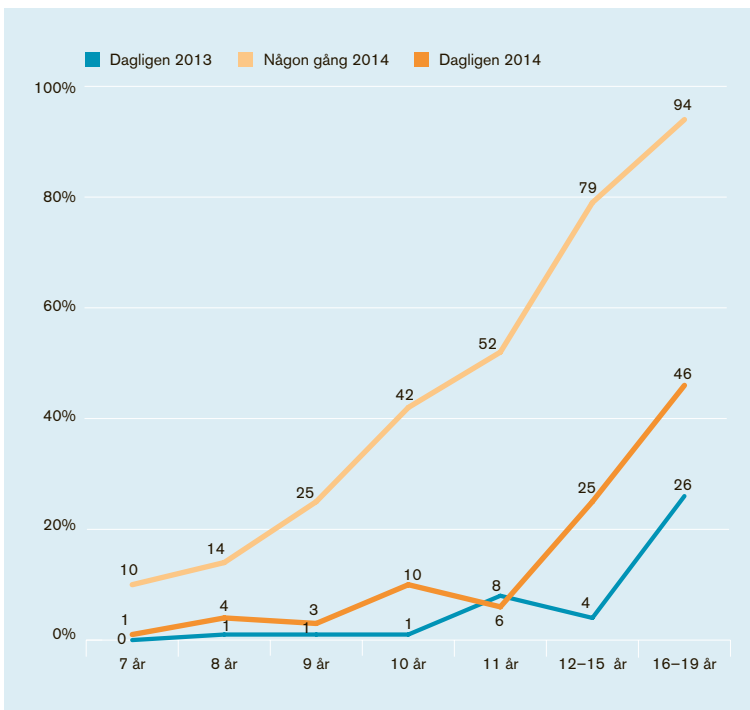
Även de något äldre (16-25 år) använder dagligen Instagram. 60 procent av de unga kvinnorna och 30 procent av de unga männen. För de flesta utgör inte Instagram en konkurrent till Facebook (se kapitel 3 diagram 3.13), men i åldern 12-15 år finns det nätverk som kan konkurrera med Facebook i den dagliga användningen.

Ökad användning av e-post

Andelen som dagligen använder e-post har ökat bland tonåringarna under det senaste året. E-post är inte något obekant för tonåringarna, och redan tidigare år har de flesta använt e-post någon gång, men det har inte varit något som man använt särskilt frekvent. Idag använder hälften (51%) av de yngre tonåringarna (12-15 år) e-post åtminstone någon gång i veckan och 25 procent gör det dagligen, jämfört med 4 procent daglig användning 2013. Så gott som alla äldre ungdomar (16-19 år) är sedan tidigare bekanta med e-posten och 46 procent använder e-posten dagligen jämfört med 26 procent förra året. Detta innebär att även e-posten hos tonåringarna blivit något som tillhör det vardagliga användandet på internet. ●

Alla i åldern 12-25 år som besöker sociala nätverk besöker inte Facebook

Diagram 7.27. Andel av internetanvändarna som någon gång och dagligen besökt ett socialt nätverk respektive Facebook.



Den dagliga användningen av e-post ökar bland äldre ungdomar

Diagram 7.28. Andelen skolbarn i olika åldrar som använder e-post.

Svenskarna och internet finns nu som webbversion! På soj2014.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från årets rapport med dina vänner.

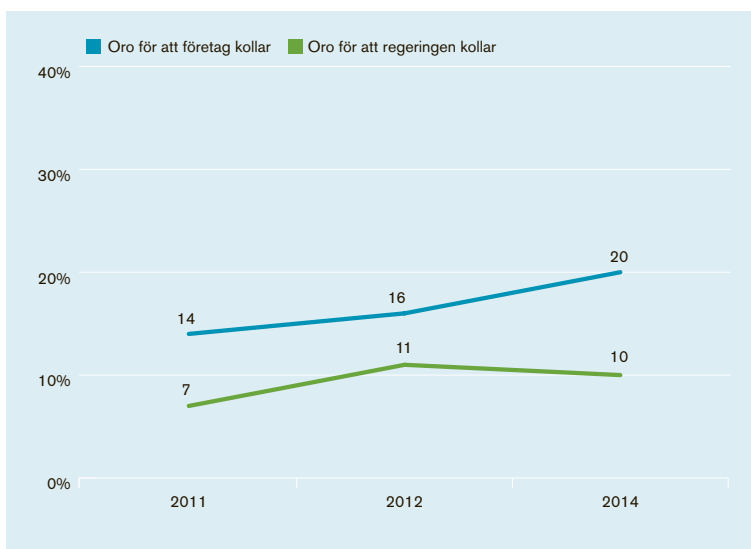




Personlig integritet, övervakning och politik

Obehagliga saker kan hända när man använder internet. Internet är ett öppet nätverk och har man en e-postadress kan vem som helst skicka vad som helst till denna adress. Men det finns också en dold sida som vi vanligen inte är medvetna om. Det är något som sker i skymundan och även om de flesta har olika sorters skyddsväggar hindrar det inte de som vill ta sig in i våra datorer.

Att inte bara kriminella aktörer är intresserade av din dator och vad du skickar för meddelanden på internet är känt sedan länge. Också olika myndigheter har varit intresserade att övervaka och registrera vad som sägs och från vem och till vem meddelandena går. 2009 beslutade riksdagen att Försvarets Radioanstalt (FRA) skulle få omfattande befogenheter för signalspaning av telefon och internettrafik. Det har också visat sig att telekomoperatörerna sparar kundernas integritetskänsliga information.



Hur många oroar sig för att regeringen och företag kollar vad de gör på internet? En jämförelse 2011–2014

Diagram 8.1. Andel av internetanvändarna som instämmer(4) eller instämmer helt och fullt (5) på en femgradig skala.

Hur omfattande denna verksamhet att övervaka trafik på internet i själva verket är blev tydligare när Edward Snowden sommaren 2013 la fram bevis på att det amerikanska NSA (National Security Agency) registrerat mobil- och internettrafik över hela världen. Det visade sig också att svenska FRA hade ett nära samarbete med NSA, och att flera av de stora internetföretagen som Google och Facebook levererar uppgifter till NSA.

Dessa stora internetföretag som Google, Facebook och Amazon registrerar i sin tur en mängd uppgifter om alla sina många miljoner kunder som de i första hand använder för sina annonsörer. Även kring detta har det förts en omfattande diskussion under det senaste året. Hur har detta påverkat människor oro över att övervakas och registreras på internet? Känner de att deras personliga integritet är hotad?

Stor oro som har minskat men nu ökat något

För 14 år sedan då halva svenska folket hade börjat använda internet fanns det en utbredd oro för att internet skulle öka möjligheterna för övervakning och kontroll (Findahl, Soi 2000). Hälften av befolkningen (51%) instämde i denna oro för övervakning och ännu fler var det bland de som redan använde internet. Två av tre internetanvändare (63%) kände att internet underlättade möjligheterna för övervakning.

Ju fler som började använda internet och med ökande erfarenhet minskade oron och för tre år sedan, 2011, var det ganska få, kring 10 procent, som uttryckte någon oro över att myndigheter och företag skulle övervaka och registrera vad de gjorde på internet. När frågan upprepades i år är oron fortfarande inte utbredd men den har ökat något. Det gäller särskilt oron för de stora internetföretagens registrering. 2011 var det 14 procent som sa att de var oroade för att företag kollade vad de gör på internet. I dag har denna siffra stigit till 20 procent. En oro för att regeringen kollar vad de gör omfattades år 2011 av 7 procent i befolkningen, vilket ökat till 10 procent år 2014.

Specificerar man frågan och nämner personlig integritet och istället för "regering" talar om "myndigheterna" och istället för "företag" nämner Google och Facebook, så ökar andelen som känner oro. Var fjärde (27%) är oroad att stora företag som Google och Facebook inkräktar på deras personliga integritet och var femte (19%) är oroad över att myndigheter gör detsamma.

Här är skillnaden liten mellan olika generationer och mellan kvinnor och män. Men frågar man om oron för att andra människor skall inkräkta på den personliga integriteten finns det en skillnad mellan generationerna. Fler av de yngre (16–25 år), som har fått många nya kontakter på internet, instämmer inte i denna oro. Genomgående kan vi se att omkring en tredjedel av internetanvändarna inte alls är oroad över att deras personliga integritet kan inkräktas. En tredjedel är oroad och en tredjedel svarar varken eller.

Internet och den personliga integriteten?

De flesta (84%) håller inte med om påståendet att "det inte längre finns någon personlig integritet och jag accepterar det". De som instämmer i påståendet (16%) finns i alla åldrar med en övervikt för de äldsta. Det är inte heller många (23%) som tycker att oron över den personliga integriteten är överdriven. Det är fler (41%) som tycker att oron är berättigad.

Samtidigt som många tycker att oron är berättigad, säger många (67%) att de inte har något att dölja. Hälften (52%) anser att de kan kontrollera sin personliga integritet, vilket innebär att den andra hälften är osäkra om de kan det. Hälften säger också att de aktivt skyddar sin integritet.

En majoritet av de som inte är oroad anser att de inte har något att dölja och att de kan kontrollera sin personliga integritet och känner sig därför inte särskilt oroad. Till dessa attityder finns också en koppling till inställningen att oron över den personliga integriteten är överdriven. Andelen som anser att oron är överdriven är dock inte så stor, men starkast bland de unga. Här finns också ett samband med upp-

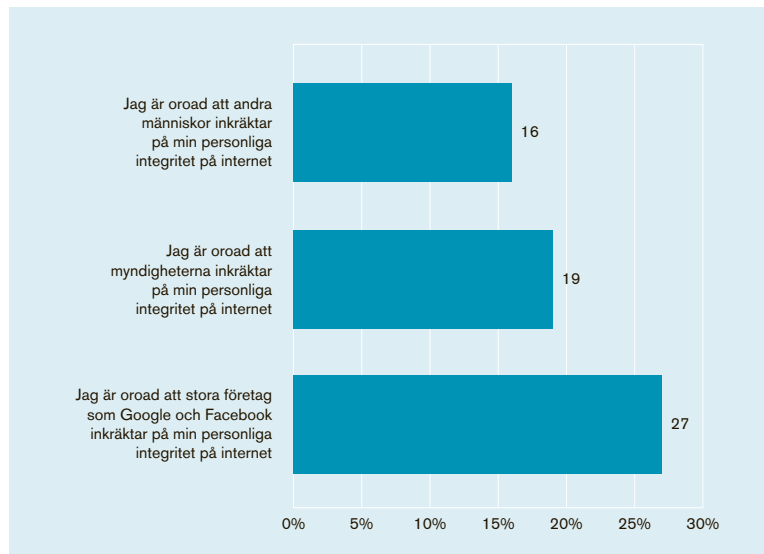


Diagram 8.2. Andel av internetanvändarna som instämmer(4) eller instämmer helt och fullt (5) på en femgradig skala.

Hur många är oroad för övervakning av regering och företag?

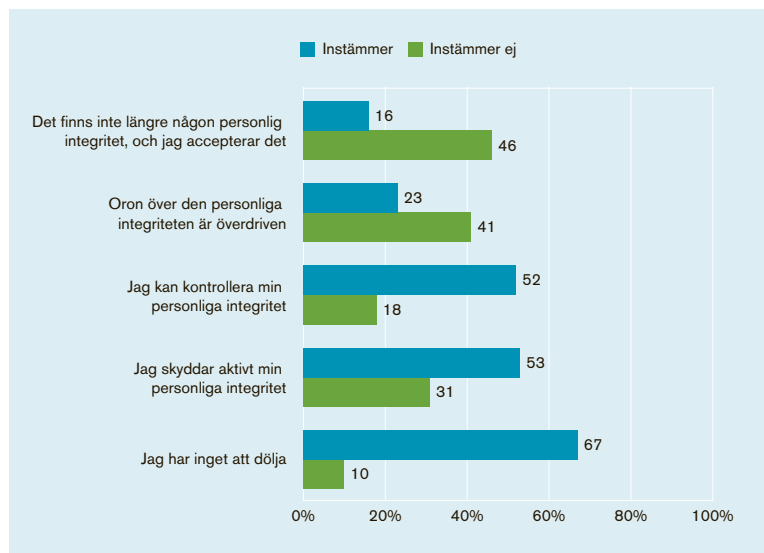


Diagram 8.3. Andel av internetanvändarna som instämmer (4+5) i olika påståenden om den personliga integriteten och andelen som inte instämmer (1+2) på en femgradig skala.

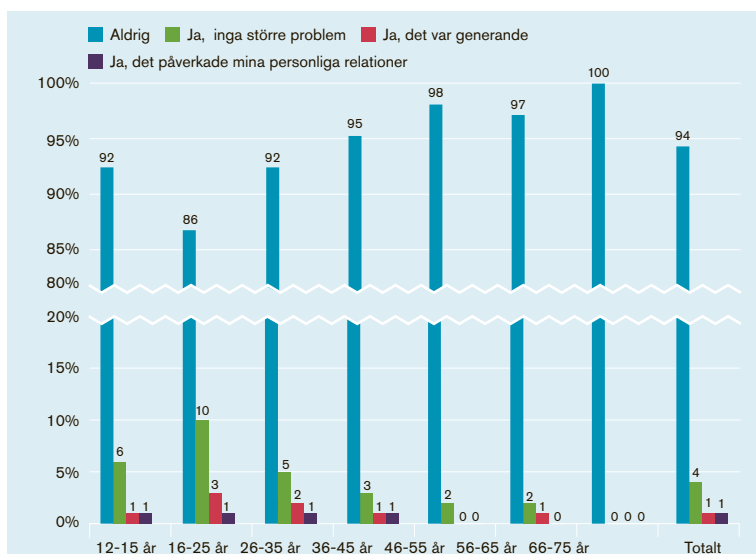
Hur ser internetanvändarna på den personliga integriteten?

fattningen att det inte längre finns någon personlig integritet och att man accepterar det.

De som är oroad anser att det finns något som heter personlig integritet, att de är osäkra på om de kan kontrollera sin personliga integritet och att oron inte är överdriven.

Hur många har fått sin personliga integritet kränkt på internet?

På frågan om de någon gång fått sin personliga integritet kränkt på internet svarar nästan alla nej. De som svarar ja är företrädesvis



Hur vanligt är det att den personliga integriteten blivit kränkt?

Diagram 8.4. Andel av internetanvändarna som uppger att de blivit kränkta och vilka effekter detta fick.

unga och flest ja-svar återfinns i gruppen 16–25 år. Här svarar 14 procent att de någon gång fått sin personliga integritet kränkt. (Se kapitel 7 om barn och ungdomar.)

De flesta kränkningar som förekommer verkar vara mindre allvarliga eftersom de inte leder till några större problem. Hos en procent påverkade kränkningarna de personliga relationerna. Effekter som påverkade arbete/karriär eller som fick finansiella konsekvenser var mycket få och uppgick inte till en procent.

Vad gör man för att skydda sig?

Vidtar man några åtgärder för att försöka ta kontroll över vad som kommer in i datorn? Ja, det vanligaste är att då och då rensa cacheminnet (44%) och ta bort "kakor" från tidigare kopplingar till olika internetsidor. Detta är dock snarast en åtgärd för att snabba upp en dator som börjar kännas seg. Annonblockerare är något man kan aktivera för att slippa en del annonser och en av fem (22%) har det. Båda dessa mer tekniska åtgärder är något män gör dubbelt så ofta som kvinnor och när det gäller annonblockerare är det mer än dubbelt så vanligt att de unga (16–25 år) installerar sådana jämfört med de äldre (55+ år). En tredjedel av kvinnorna kan inte svara på dessa frågor eftersom de är osäkra på vad frågorna handlar om.

19 procent av internetanvändare har vidtagit någon annan åtgärd, förutom de ovan nämnda, för att känna sig mer säkra. Bland dessa finns användare i alla åldrar och här ingår 25 procent av männen och 13 procent av kvinnorna.

Den stora majoriteten (81%) av internetanvändare har inte vidtagit några speciella åtgärder för att skydda sig, vilket särskilt gäller unga kvinnor (16–25 år) där 94 procent inte vidtagit några åtgärder. Bland de 19 procent som gjort något är den vanligaste åtgärden som man nämner att man installerat olika viruskydd (35%) och brandväggar (23%). Men det förekommer också att man använder mer avancerade former av krypteringar (22%) för att skydda sig och 10 procent, av de som vidtagit några extra åtgärder använder sig av VPN (Virtual Private Network) för att surfa anonymt med kryptering och utbyte av ip-adress. Det motsvarar någon procent av alla internetanvändare. Det händer också att man ofta byter ip-adress eller använder ghost-ip. Någon enstaka använder sig av anonymitetstjänsten Tor.

Det är framför allt män som vidtar dessa åtgärder och de är i de flesta fall till yrket tjänstemän eller egna företagare. Vi kan anta att det här finns en koppling till deras arbeten. För de allra flesta internetanvändare är dessa skyddsåtgärder en fråga om tekniska krångligheter som de inte kan hantera och som de inte heller känner att de har något behov av.

Vilka problem har människor råkat ut för?

Det allra vanligaste som var tredje internetanvändare (30%) har råkat ut för är att de fått *falska förfrågningar* från myndigheter, banker eller spelföretag om att de anmodats skicka in bank- och kreditkortsuppgifter. Lika många (30%) har ofrivilligt råkat hamna på en *pornografisk internetsida* utan att de själva valt detta.

Två av fem (18%) har fått *virus* i sin dator. Det är ett gammalt problem men andelen med virusproblem är idag lägre än för tio år

sedan då nära hälften av de med tillgång till bredband sa att de hade problem med virus i sina datorer (Findahl, Soi 2003).

Obehaglig och kränkande e-post förekommer i alla åldrar (7%), inte bara bland unga utan ungefär lika mycket i alla åldrar, liksom att man köpt något på internet som inte motsvarade vad som stod på den internet-sida varifrån man handlade (6%). Mobbning via internet (3%) drabbar i första hand de yngre (12–25 år) där en av tio blivit utsatt för detta. Bland de yngsta (12–15 år) är det främst flickorna som är utsatta. Det är en dubbel så stor andel av dem som är utsatta jämfört med pojkarna.

För ungdomar är det dock vanligare med ”traditionell” mobbning i verkliga livet än på internet, visar en tidigare undersökning. Totalt hade i den undersökningen 25 procent mobbats under det senaste året, varav 15 procent öga mot öga, 9 procent på internet och 6 procent på mobilen.¹ De flesta som utsatts för mobbning på internet, så kallad ”cyberbulling”, är också utsatta för traditionell mobbning.

På frågan till föräldrarna om deras ungdomar (12–15 år) någon gång haft några negativa erfarenheter av sin användning av internet, svarar 30 procent JA. Det verkar dock inte vara återkommande, utan rör sig om enstaka händelser. För två (2) procent av barnen 12–15 år händer det negativa saker någon gång i månaden. För barnen mellan 7 och 11 år uppger 20 procent att det händer någon gång och för 1 procent händer det någon gång i månaden.

2 procent uppger att de fått sina *kreditsuppgifter* stulna via internet. I e-handelns början var rädslan stor att använda kreditkortet på internet. År 2003 var det 58 procent som sa sig vara ”mycket” eller ”ganska mycket” oroad för kreditkortsbedrägerier. År 2013 hade den andelen sjunkit till 19 procent. Enligt Brottsförebyggande rådet (2014) är det 2 till 3 procent som utsätts för bedrägerier, en tredjedel av fallen utspelar sig på internet.

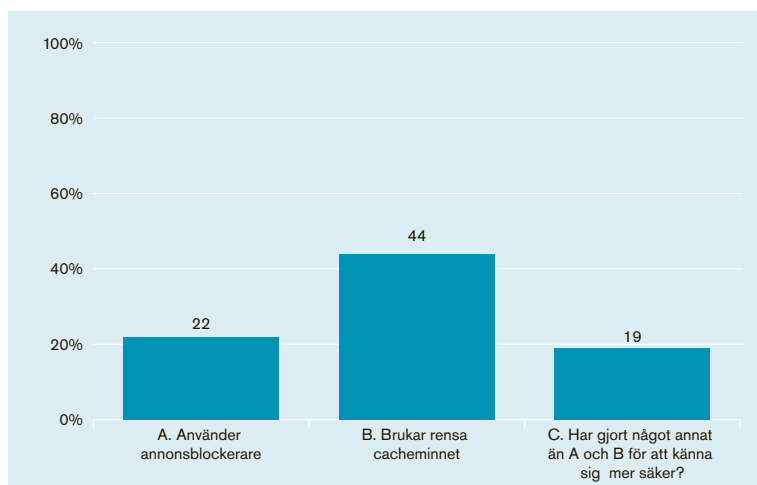


Diagram 8.5. Andel av internetanvändarna som vidtagit olika åtgärder för att skydda sig.

Vad har man gjort för att känna sig mer säker?

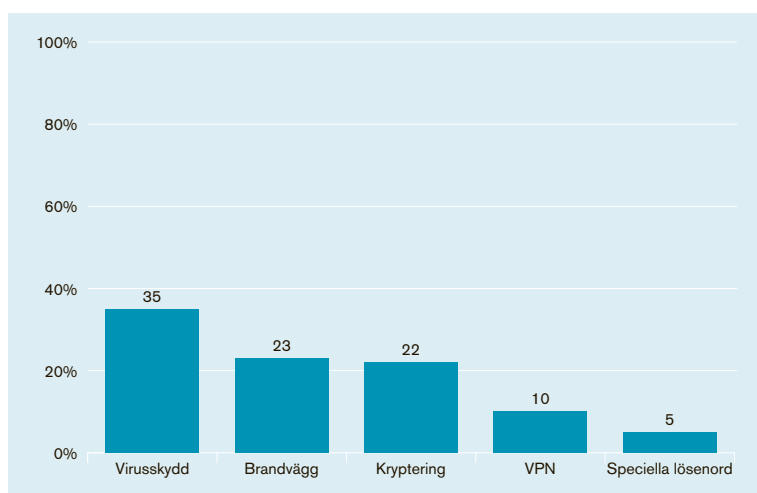


Diagram 8.6. Andel av de som gjort något mer än att använda annonsblockerare eller rensa cacheminne, och vilka åtgärder de vidtagit (19% av internetanvändarna).

Vad har man gjort annat än att rensa cacheminne och använda annonsblockerare?

Vilka problem och svårigheter har man råkat ut för på internet?

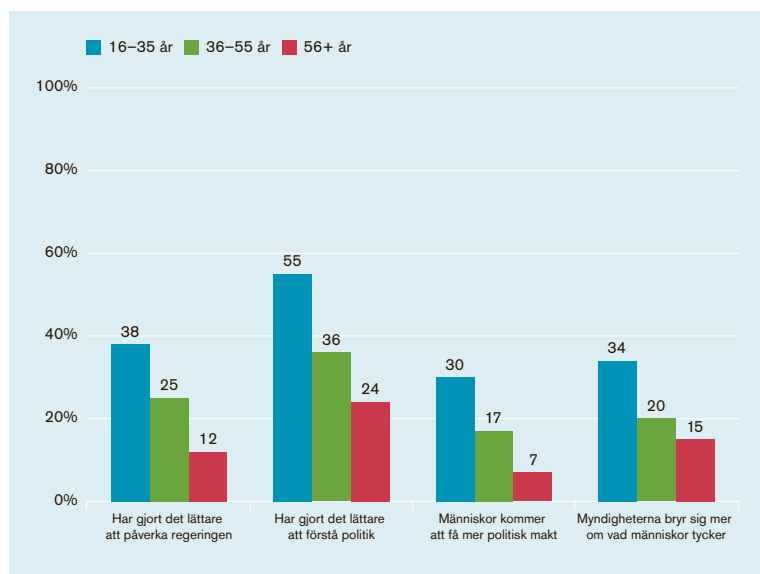
Ombud att lämna bankuppgifter	30%
Råkat hamna på pornografisk sida	30%
Fått virus i datorn	18%
Fått obehaglig/kränkande e-post	7%
Köp som varit felaktigt/missvisande	6%
Mobbad eller trakasserad	3%
Kreditsuppgifter stulna	2%

Tabell 8.1. Andel av internetanvändarna som markerar att de råkat ut för olika problem och svårigheter på internet.

Hur står det till med yttrandefriheten på internet?

Människor skall ha möjligheten att kritisera sin regering på internet.	72%
Generellt sett så känner jag mig trygg att säga vad jag vill om politik.	67%
Det är OK att människor uttrycker sina åsikter på internet även om de är extrema.	39%
På internet är det säkert att säga vad man tycker om politik.	24%
Regeringen borde reglera internet mer än vad som görs idag.	15%

Tabell 8.2. Andel i befolkningen som instämmer (4) eller instämmer helt och fullt (5) i en rad påståenden efter en femgradig skala där 1 betyder instämmer inte alls och 5 betyder instämmer helt och fullt.



Hur kommer internet att påverka demokratin?

Diagram 8.7. Andel i befolkningen som instämmer (4) eller instämmer helt och fullt (5) i en rad påståenden efter en femgradig skala där 1 betyder instämmer inte alls och 5 betyder instämmer helt och fullt.

Yttrandefrihet på internet

Tre av fyra (72%) instämmer i påståendet att man skall ha rätt att kritisera sin regering på internet. Mycket få är emot. Däremot tycker de flesta att det finns gränser för denna yttrandefrihet, medan 39 procent anser att det är OK även om åsikterna är extrema. Ungdomarna (50%) är här mer toleranta.

När det gäller de egna åsikterna så känner sig två av tre (67%) trygga att säga vad de vill om politik. Samtidigt är det bara var fjärde (24%) som anser att det är säkert att säga vad man tycker om politik på internet. Här finns således en allmän oro för övervakning och registrering på internet men

själv har man inget att dölja och kan själv kontrollera sin integritet och känner sig sålunda trygg att säga vad man vill om politik.

Åsikten att regeringen borde skärpa regleringen av internet har dock ett mycket svagt stöd (15%). En majoritet (55%) är emot. Det är samma majoritet som år 2011. När samma fråga om ökad reglering nämns i samband med att det på internet förekommer mycket innehåll som är direkt opassande för barn blir svaret ett annat. I det sammanhanget säger 62 procent att det är nödvändigt med reglering (Findahl, Soi 2008).

Fördjupar internet demokratin?

Sverige utmärkte sig tidigt som ett land med en snabb internetspridning. Samtidigt fanns det utbredd skepsis mot visionerna om internets roll för att fördjupa demokratin och vitalisera politiken. Endast 11 procent instämde år 2003 i påståendet att internet skulle göra det lättare för människor att förstå politik, och ännu färre (6%) ansåg att internet skulle göra det lättare att påverka regeringen, att människor skulle få mer politisk makt eller att internet skulle medföra att myndigheterna skulle bry sig mer om vad människor tycker.

Men ju mer erfarenhet svenska folket fick att använda internet desto fler fick en mer positiv syn på internets roll. 2011 hade andelen positiva mångdubblats och var tredje (31%) instämde i påståendet att internet kommer att göra så att människor får lättare att förstå politik. Omkring 20 procent ansåg att det skulle bli lättare att påverka regeringen, att människor kommer att få mer politisk makt och att regeringen skulle bry sig mer om vad människor tycker.

Men sedan 2011 har denna positiva trend, vad gäller internet och politik, planat ut och mycket lite har hänt i opinionen under de tre senaste åren. Istället har det blivit färre som tror att internet kommer att medföra att människor får mer politisk makt. Totalt är det en stark majoritet som fortfarande är skeptiska till internets förmåga att fördjupa demokratin.

Sverige skiljer sig från andra länder

Här skiljer sig Sverige från många andra länder där synen på internets roll för det politiska livet är mycket mer positiv. Det gäller stora länder som USA, Kanada, Australien och England men också utvecklingsländer som Kina och Sydkorea (WIP 2013). Samtidigt är också oron för regeringens och företagens övervakning och registrering betydligt större i de länderna än i Sverige.

De unga har större tilltro till internet än de äldre

Jämför vi olika generationers syn på internets roll i politiken är skillnaderna stora. De unga är mycket mer positiva. 38 procent av de yngre (16–35 år) anser att internet har gjort det lättare att påverka regeringen, jämfört med 25 procent av de medelålders (36–55 år) och 12 procent av de äldre (56+ år). 55 procent av de yngre (16–35 år) anser att internet har gjort det lättare att förstå politik, jämfört med 36 procent av de medelålders (36–55 år) och 24 procent av de äldre (56+ år).

Det är en åldersgrupp, de i åldern 26 till 35 år, som genomgående är mest positiva till internet: 30 procent av dem anser att människor kommer att få mer politisk makt med internet jämfört med ett genomsnitt i befolkningen på 11 procent. 34 procent anser att internet gör så att myndigheterna bryr sig mer om vad människor tycker jämfört med ett genomsnitt på 19 procent.

Informerar man sig om politik på internet?

Yngre människor har inte bara större tilltro till internet och en mer positiv syn på internets roll för demokratin än äldre, de är också mer aktiva i att söka upp politisk information på internet. Hälften gör det någon gång och var fjärde gör det åtminstone någon eller några gånger i veckan.

Ser vi till befolkningens intresse för information om politik på internet i ett längre perspektiv har det skett små gradvisa förändringar. Det är fler idag som intresserar sig för politisk information på internet än för sju år

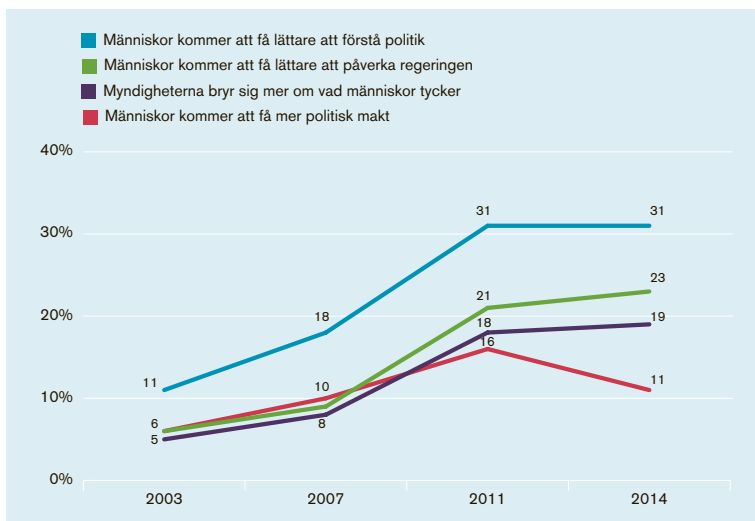


Diagram 8.8. Andel i befolkningen som instämmer (4) eller instämmer helt och fullt (5) i en rad påståenden efter en femgradig skala där 1 betyder instämmer inte alls och 5 betyder instämmer helt och fullt.

Vad gör internet med demokratin? En jämförelse 2003 – 2014

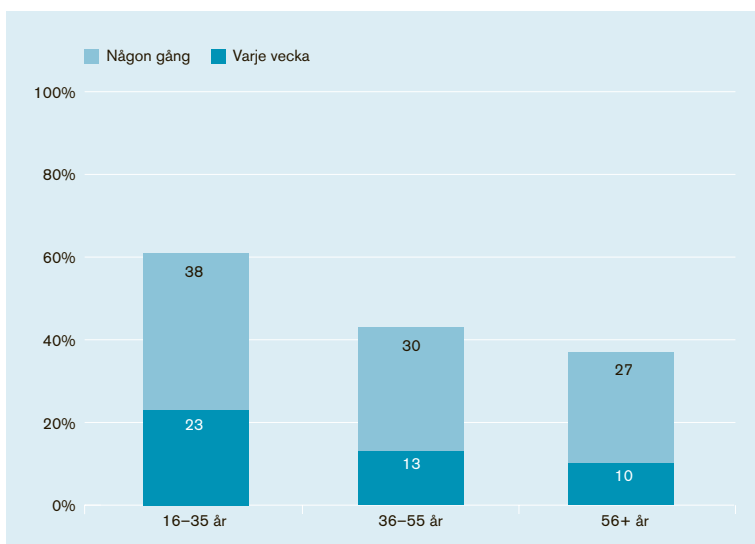


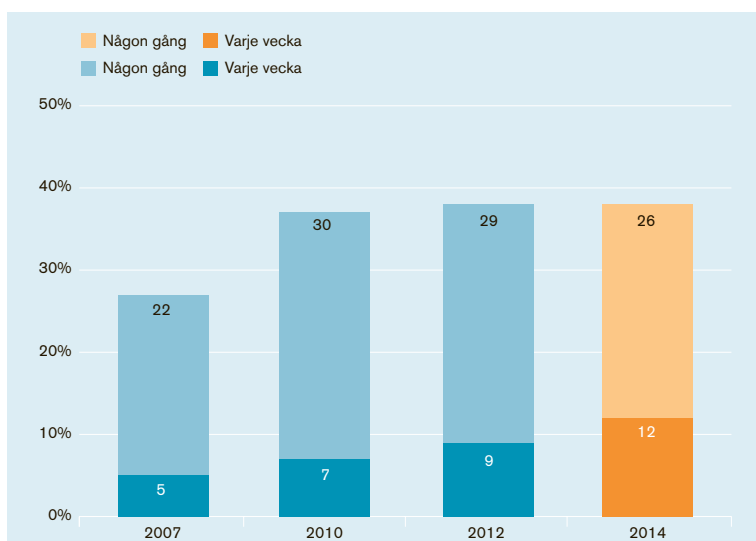
Diagram 8.9. Andel av internetanvändarna (16+ år) i olika åldersgrupper som söker politik på internet.

De unga söker oftare än de äldre politik på internet

sedan, och andelen som gör det regelbundet åtminstone någon gång i veckan har ökat från 5 procent 2007 till 12 procent 2014.

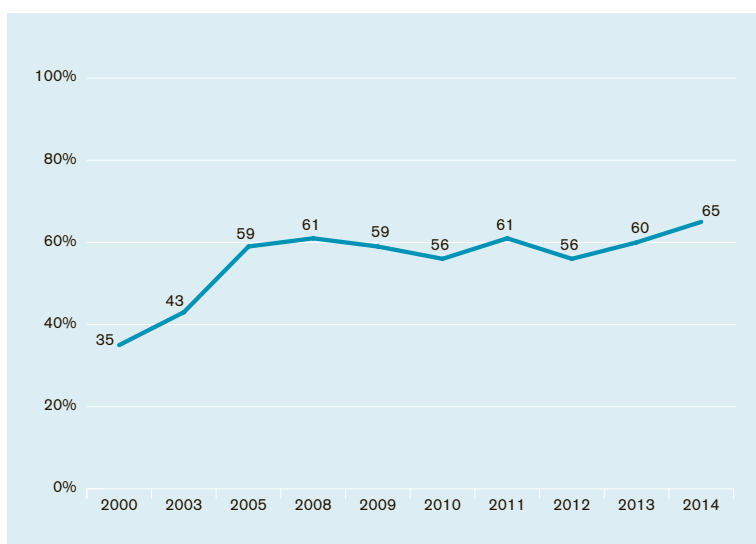
Känslan av delaktighet har ökat

Det ökande internetanvändandet med allt fler som använder surfplattor och smarta mobiler flera gånger om dagen och en ökad



Hur många informerar sig om politik på internet? En jämförelse 2007–2014

Diagram 8.10. Andel av befolkningen som under olika år använt internet för att skaffa sig information om politik.



Hur stor andel av befolkningen känner sig delaktiga i informationssamhället?

Diagram 8.11. Andel av befolkningen som känner sig helt och fullt eller till stor del delaktig i det nya informationssamhället.

internettid har lett till att andelen i befolkningen som känner sig till stor del eller helt och fullt delaktig i det nya informationssamhället har ökat. Under många år har andelen delaktiga legat kring 60 procent. Nu har det skett en ökning till 65 procent.

Ser vi närmare på vad som hänt under det senaste året har det skett ökning i alla ålders-

grupper, särskilt bland de yngre pensionärerna. Men precis som tidigare år är det de unga i åldrarna 16 till 45 år som känner sig mest delaktiga. 8 av 10 av dem känner sig till stor del eller helt och fullt delaktiga i informationssamhället.

Intressant är att skillnaderna mellan män och kvinnor, som på 90-talet var mycket tydlig, är nästan borta idag. Och bland de unga i åldern 12–15 år är känslan av delaktighet större bland flickorna (64%) än bland pojarna (55%). Det är också de unga flickorna som är mest aktiva på de sociala nätverken.

Internet viktigast för de välutbildade

Hur viktig upplevs internet att vara för var och en privat i vardagslivet, i arbetslivet och för studierna? I genomsnitt är det var tredje som tycker att internet är mycket viktigt för privatlivet och ytterligare en dryg tredjedel som tycker internet är viktigt. Totalt är det således tre av fyra ($36 + 36 = 72\%$) av de som använder internet som tycker att internet är viktigt för det privata, och skattar viktigheten som 4 eller 5 på en femgradig skala.

Skillnaderna är emellertid mycket stora. Viktigast upplevs internet att vara för de i åldern 16 till 45 år med en topp kring tjuugoårsåldern (16–25 år) där hälften tycker att internet är mycket viktigt. Högst ligger här de unga kvinnorna med 57 procent som bedömer internet vara mycket viktigt för dem jämfört med genomsnittet på 36 procent.

Ju högre utbildning man har desto viktigare tycker man att internet är i vardagslivet. Det gäller dock inte för den yngre del av befolkningen upp till 45 år där skillnaderna mellan utbildningsgrupper är små, men för de som är äldre än 45 år.

Även i arbetslivet är internet viktigare för de med högre utbildning. Det gäller alla åldrar. Här tycker två av tre (67%) att internet är mycket viktigt för dem i arbetslivet.

Sammanfattning

Det fanns stora förväntningar bland "experterna" på 90-talet att internet helt skulle förändra det politiska livet. Men i befolkningen

fanns det en stor skepsis. Mycket få trodde att internet skulle medföra en fördjupning av demokratin. Många var istället oroadade att internet skulle möjliggöra övervakning och registrering och många litade inte på säkerheten att betala med kort över internet. Man var rädd för kreditkortsbedrägerier.

Oron för kreditkortsbedrägerier har successivt minskat liksom oron för övervakning från myndigheter och företag fram till för några år sedan. Under de allra senaste åren har oron ökat något över vad stora företag som Google och Facebook har för sig. Men den stora majoriteten användare (73%) uppger att de inte är oroadade.

Trots att de flesta säger att de inte har något att dölja (67%) och inte själva råkat ut för något som kränkt deras personliga integritet (94%) anser de flesta (84%) att den personliga integriteten är viktig och att oron över hoten inte är överdrivet (77%).

De vanligaste problemen som dyker upp på internet och som drabbar var tredje användare är falska förfrågningar om att lämna konto- och bankuppgifter. Lika vanligt är att man ofrivilligt hamnar på pornografiska sidor. Mobbning och trakasserier förekommer men är inte så vanligt. Det drabbar 3 procent av användarna men är vanligare bland unga.

En majoritet (81%) har inte gjort någonting särskilt för att skydda sig mot intrång och övervakning. Var femte (19%) har installerat särskilt viruskydd eller brandvägg. Endast någon enstaka procent av alla internetanvändare har vidtagit speciella åtgärder för att kunna vara anonyma.

När det gäller relationen mellan regering och medborgare har den mycket skeptiska attityden till internets roll för politiken blivit mindre skeptisk, särskilt bland de unga. Men även här har förändringarna varit små de senaste åren. En stor majoritet är fortfarande skeptisk till internets möjligheter att fördjupa demokratin.

Yttrandefriheten på internet skall vara stor tycker de flesta. Det skall vara möjligt att kritisera regeringen och det är OK även

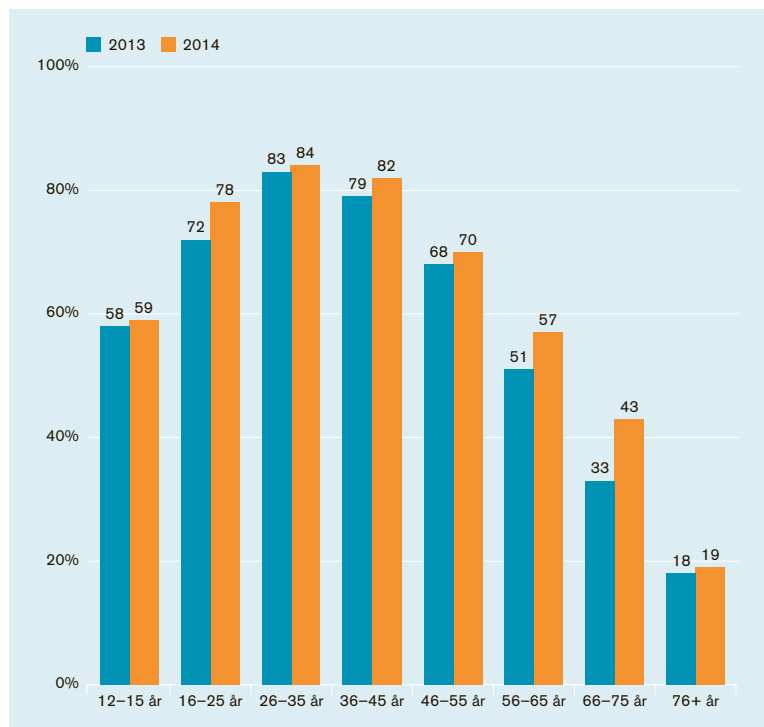


Diagram 8.12. Andel av befolkningen i olika åldrar som känner sig helt och fullt eller till stor del delaktig i det nya informationssamhället

I vilka åldrar återfinns de som känner sig mest delaktiga?

för extrema åsikter. En dryg tredjedel (39%) tycker dock inte att extrema åsikter är OK även om få (15%) anser att regeringen borde reglera mer än vad som görs idag. Allmänt känner sig de flesta (67%) trygga att säga vad de vill om politik men endast 24 procent håller med om att det är säkert att tycka vad man vill om politik på internet. Bakom här finns en oro om vad som kan hända när man säger något på internet.

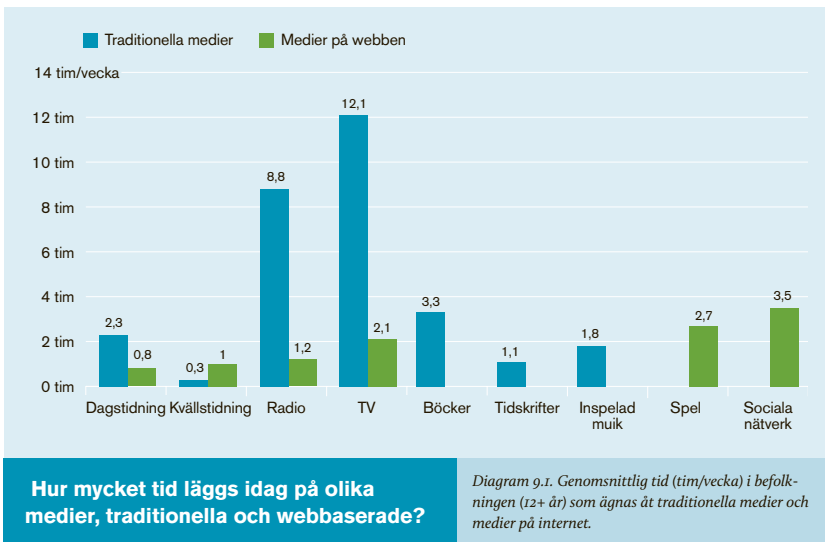
Inför varje val sedan slutet på 90-talet har förväntningarna varit stora att nu skall internets genombrott ske. Nu kommer det första internetvalet, där internet kommer att spela en avgörande och dominerande roll. Men fram till 2014 har detta ännu inte skett i Sverige: Inte under EU-valet 2004, inte under riksdagsvalet 2006, eller 2010 (Findahl, Soi 2011). Någon utvärdering av valet 2014 har i skrivande stund inte gjorts. ●

Svenskarna och internet finns nu som webbversion! På soi2014.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från årets rapport med dina vänner.

09 Internet och traditionella medier

Diskussionen om vad som skulle hända med de traditionella medierna när internet kom startade redan i början av 90-talet. Skulle radion, televisionen, tidningarna och böckerna överleva i sina traditionella format när alla fritt skulle kunna välja bland de digitala formaten på internet. Idag, efter tjugo år med internet, har vi svaret.

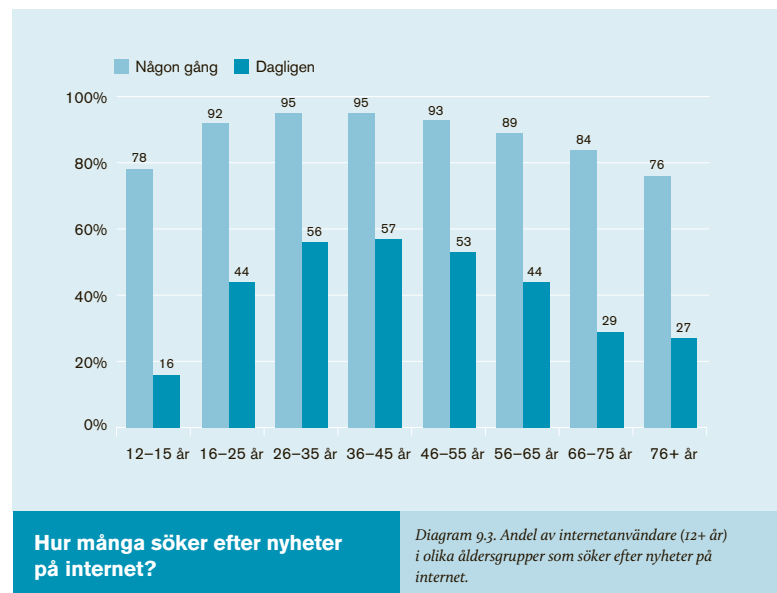
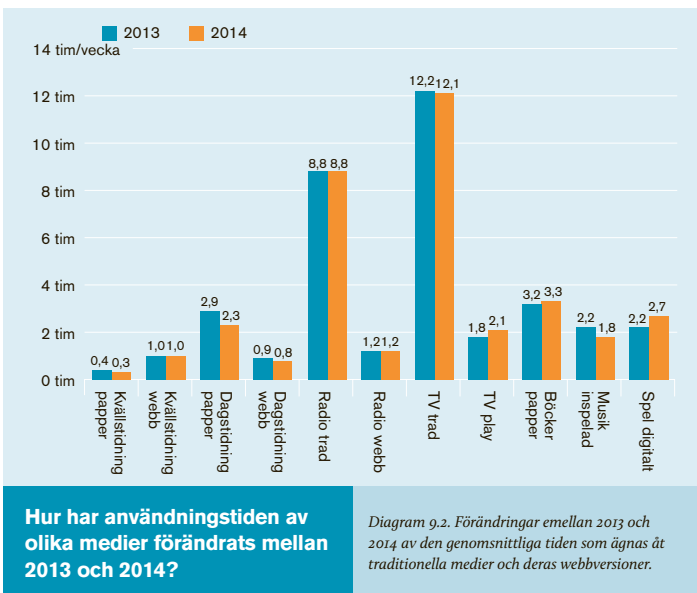
Webbversionerna har successivt blivit en del av människors medievanor, men fortfarande ägnas mest tid åt de traditionella medierna i deras traditionella former med undantag för kvällstidningen där den mesta läsningen sker på webben. Samtidigt har helt nya medieformer, som de sociala nätverken, etablerat sig på internet.



Små förändringar med tydlig tendens

Förändringarna över det senaste året är små, men tendenserna är tydliga. Tiden minskar något för papperstidningarna och för lyssningen på inspelad musik. Tiden ökar något för tv-play och digitala spel och är ganska oförändrad när det gäller traditionell tv och radio och för tidningarnas webbversioner.

Skillnaderna mellan generationerna är dock stora. För ungdomar (16–25 år) dominerar tiden som ägnas åt spel, sociala nätverk, tv, radio och böcker. För tv, radio och böcker används de traditionella medierna mest, medan för dagstidningar är det lika mycket webb som papper och mest webb för kvällstidningar.



I åldrarna 35 till 45 år ägnas mest tid åt tv och radio i deras traditionella former. Kvällstidningsläsandet sker mest på webben.

Även bland pensionärerna dominerar radio och tv i deras traditionella former liksom när det gäller läsning av dagstidningar och böcker.

Internet som nyhetskälla

Vi har tidigare sett, i kapitel 5 om information och fakta, att de personliga kontakterna i alla åldrar är den viktigaste källan för information. För de yngre än 45 år är sedan internet viktigast och långt därefter tv. För de äldre än 55 år är tv viktigast, tätt följd av radio och tidningar. Internet kommer långt ner. För medelålders 46–55 år är alla medier ungefär lika viktiga som informationskällor.

När det gäller nyheter har internet via dator, mobil eller surfplatta fått en särskild ställning. Nästan alla som använder internet har sökt efter nyheter åtminstone någon gång. Mer än hälften i åldrarna 26 till 55 år gör det dagligen. Vanligast är att gå till olika mediekällor, men idag utgör även Facebook, genom delningar, en viktig nyhetskälla för många yngre. Däremot är det få som använder de särskilda nyhetssajter som finns (Mediebarometern 2013).

Dagstidning

Tre av fyra läser någon gång en dagstidning på internet, var tredje gör det varje dag. Så har det sett ut de senaste sju åren (diagram 9.7). Samtidigt är det ungefär lika många idag som tidigare som någon gång läser en papperstidning trots höjda prenumerationspriser. Men annan mediestatistik visar att andelen som läser en dagstidning en genomsnittlig dag har minskat i takt med att prenumerationspriser minskat (Mediebarometern 2013). Slutsatsen är att lika många som förut läser en dagstidning men alla gör det inte lika regelbundet som tidigare. Den totala lästiden en genomsnittlig dag för de som läser, inräknat både papper och webb, håller sig dock fortfarande konstant, som den har gjort under många år sedan 80-talet. Lästiden bland läsare av tidningen på internet är dock bara hälften av papperstidningsläsarnas.

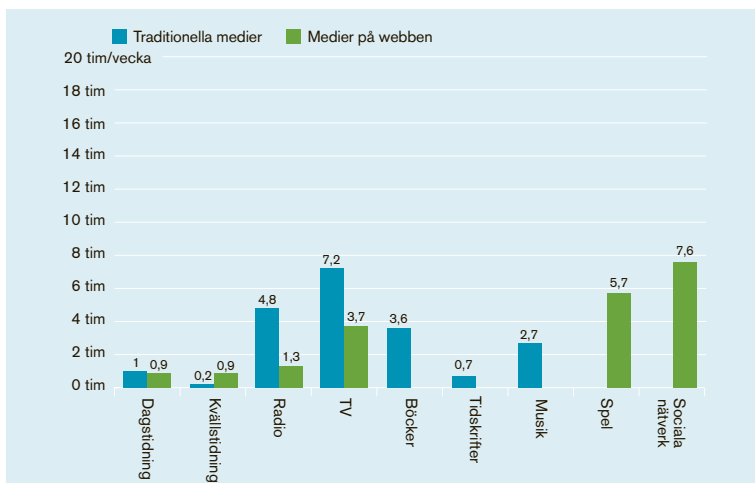


Diagram 9.4. Genomsnittlig tid (tim/vecka) för användarna i åldern 16–25 år av traditionella medier och medier på internet.

16–25 år. Hur mycket tid ägnar man åt olika medier?

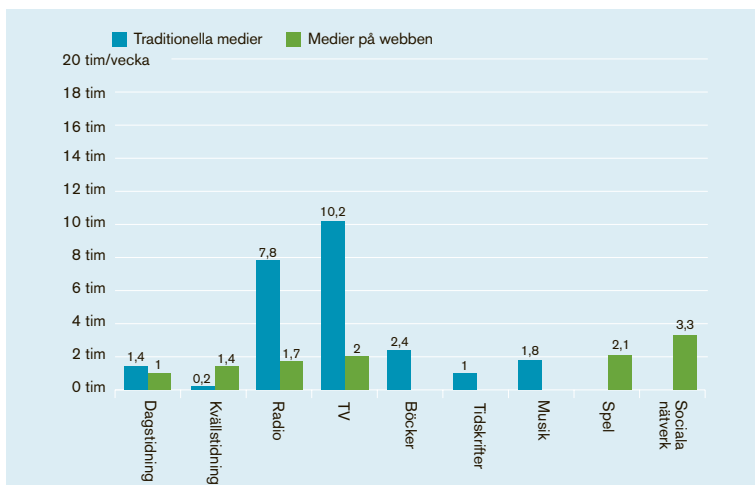


Diagram 9.5. Genomsnittlig tid (tim/vecka) för användarna i åldern 36–45 år av traditionella medier och medier på internet.

36–45 år. Hur mycket tid ägnar man åt olika medier?

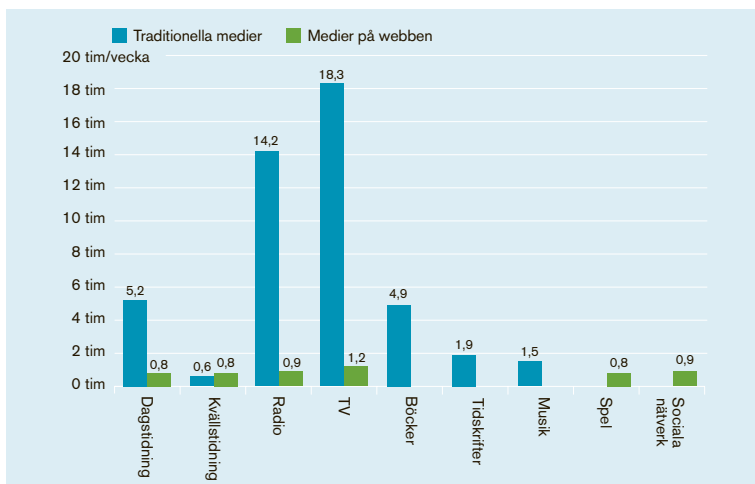
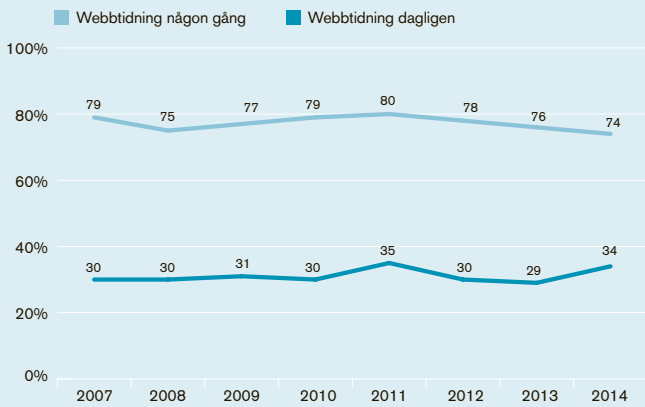


Diagram 9.6. Genomsnittlig tid (tim/vecka) för användarna i åldern 66+ år av traditionella medier och medier på internet.

66+ år. Hur mycket tid ägnar man åt olika medier?

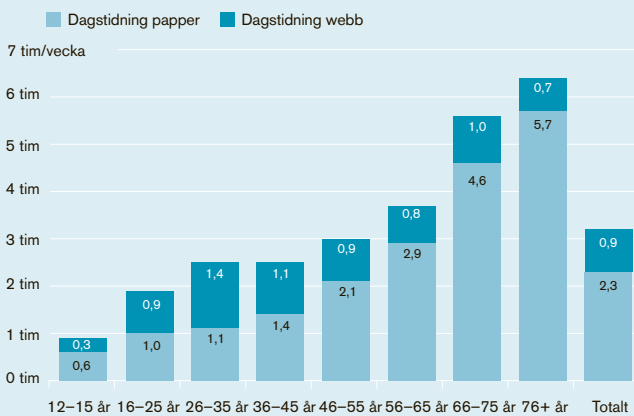


Hur många läser en tidning på internet och hur ofta? En jämförelse 2007–2014

Diagram 9.7. Andel av internetanvändarna som läser en tidning på internet någon gång respektive dagligen (här görs ingen åtskillnad mellan dags- och kvällstidning).

Sätter vi lästiden på papper och webb i relation till varandra ser vi att ungefär 28 procent av den totala lästiden av dagstidningar sker på webben. Det är en ökning med 4 procentenheter från 2013. Mest webbtidning läser man i åldern 26–35 år då 59 procent av den totala dagstidningsläsningen sker på internet. Minst är det bland pensionärerna som ägnar 18 procent av sin läsning av dagstidningar åt att läsa på internet.

Fortfarande läser den största andelen av befolkningen (44%) endast dagstidningar på papper. 32 procent läser på både papper och webb och 10 procent läser endast på webben.

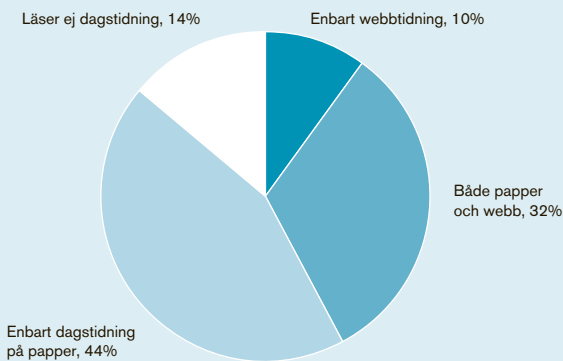


Hur förhåller sig tiden för tidningsläsning mellan webb och papper?

Diagram 9.8. Genomsnittlig tid (tim/vecka) som olika åldersgrupper läser dagstidningar på papper och på webb.

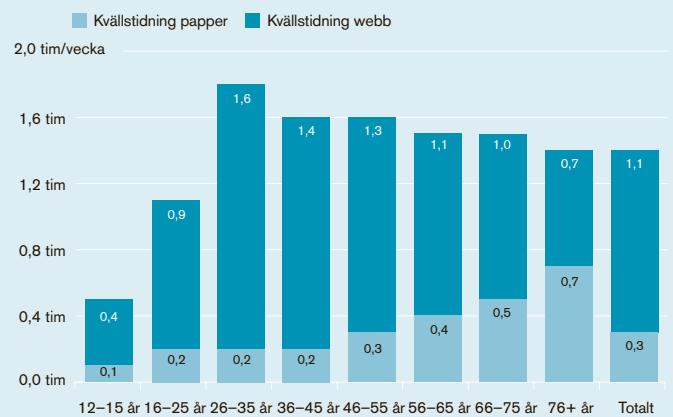
Kvällstidning

Det traditionella massmedium som påverkats mest av digitaliseringen är kvällstidningen. Här dominerar idag webbversionerna. I alla åldrar har det blivit vanligare att läsa kvällstidningen på internet än på papper. Kvällstidningen som inte har någon bas av prenumeranter utan är beroende av lösnummerköpare nås via internet och mobilen direkt utan någon tidningskiosk som mellanhand. Det har medfört en ökad läsning särskilt bland de yngre. Idag har den genomsnittliga läsningen av kvällstidningar för de i åldern 26–35 år ökat från 1,1 timmar i veckan till 1,6 timmar i



Läser man tidning bara på papper eller webb eller båda?

Diagram 9.9. Andel av befolkningen som läser dagstidning på papper eller på webb eller en kombination av dessa.



Hur förhåller sig tiden för kvällstidningsläsning mellan webb och papper?

Diagram 9.10. Genomsnittlig tid (tim/vecka) som olika åldersgrupper läser kvällstidningar på papper och på webb.

veckan. Samtidigt har webbversionernas andel av den totala lästiden ökat från 71 procent förra året till 79 procent idag. En allt större del av kvällstidningsläsningen sker sålunda på internet.

Det finns dock en mindre grupp av läsare (10% av befolkningen), företrädesvis äldre, som bara läser kvällstidningen på papper. En lite större grupp (13%) läser både på papper och webb och en tre gånger så stor grupp (34 % av befolkningen) läser bara på webben.

Radio

Radion har tappat en del av sin publik sett i ett längre perspektiv, men är utan konkurrens det medium efter televisionen som människor ägnar mest tid: 14 timmar i veckan. Även om de äldre lyssnarna ägnar mest tid åt radion så lyssnar alla från 16 år och uppåt minst en timme om dagen på radion. Pensionärerna lyssnar i genomsnitt 2 timmar om dagen.

Internet har inte påverkat radiolyssnandet på samma genomgripande sätt som lyssnandet på musik där den strömmande musiken idag helt dominerar över lyssnandet på inspelad musik.

I genomsnitt sker 87 procent av lyssnandet via den traditionella radion. En liten förändring från förra året då motsvarande siffra var 88 procent. Även här finns generationskillnader. De unga (12–15 år) som lyssnar allra minst på radio ägnar en fjärdedel av sin radiotid åt lyssnande på webben medan de som lyssnar allra mest i åldern 65 till 75 år ägnar 4 procent av sin lyssning åt radio över internet.

De flesta (57 % av befolkningen) lyssnar enbart på traditionell radio, 20 procent lyssnar också ibland på webben. Det finns en mindre grupp, 6 procent av befolkningen, som enbart lyssnar på webben.

TV

Televisionen i sin traditionella form har hållit ställningarna bra mot den television, film och video som erbjuds på internet. Allt

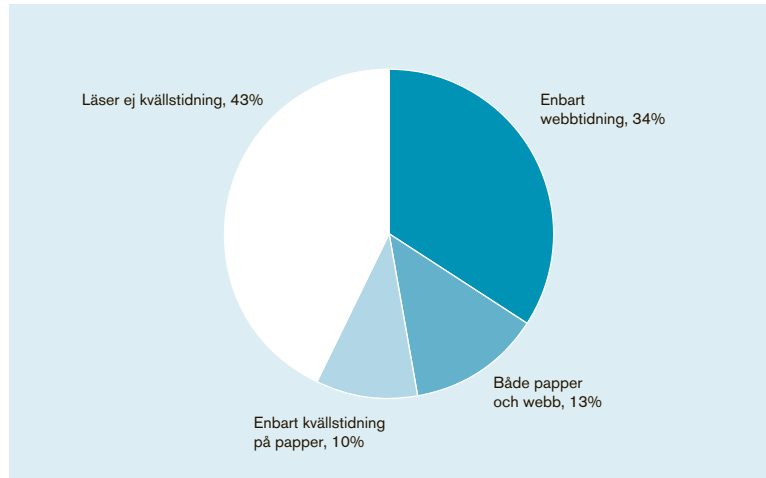


Diagram 9.11. Andel av befolkningen som läser kvällstidning på papper eller på webb eller en kombination av dessa.

Läser man kvällstidning bara på papper eller webb eller båda?

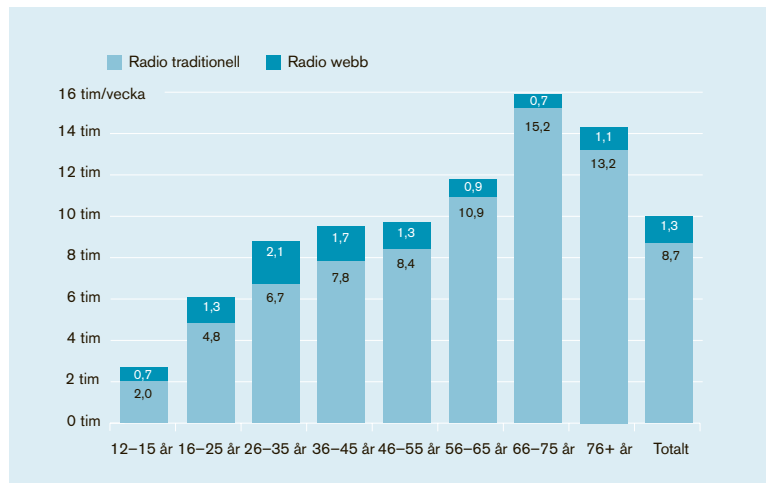


Diagram 9.12. Genomsnittlig tid (tim/vecka) som olika åldersgrupper lyssnar på traditionell radio och på webbradio.

Hur förhåller sig tiden för radiolyssning mellan webb och traditionell radio?

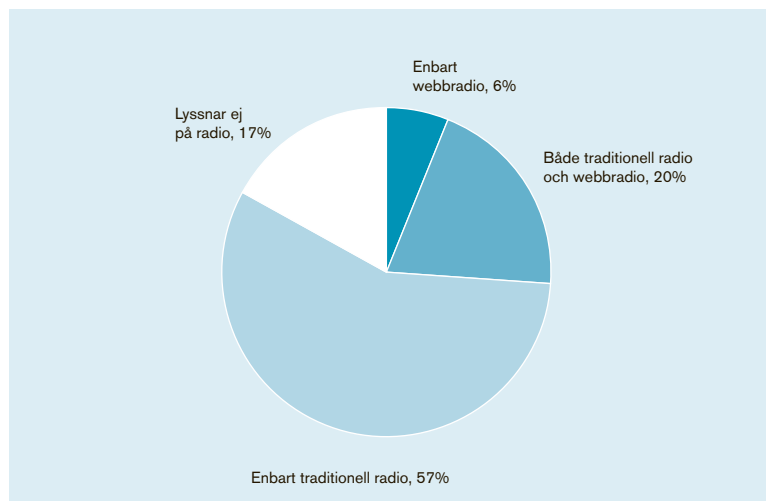
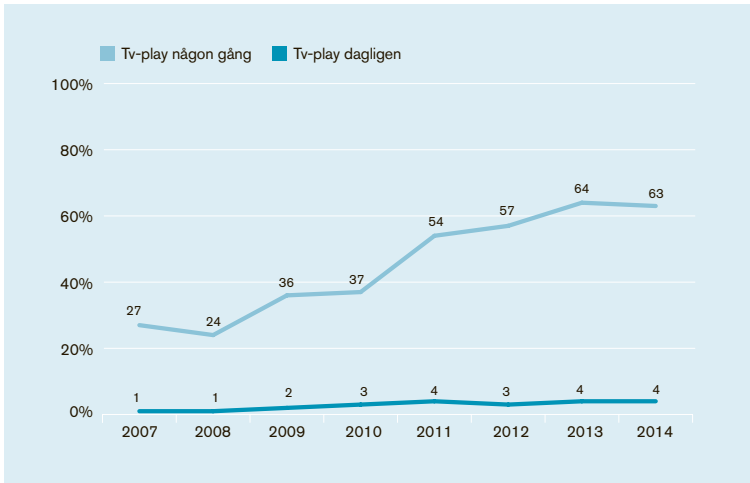


Diagram 9.13. Andel av befolkningen som lyssnar på traditionell radio eller på webbradio eller en kombination av dessa.

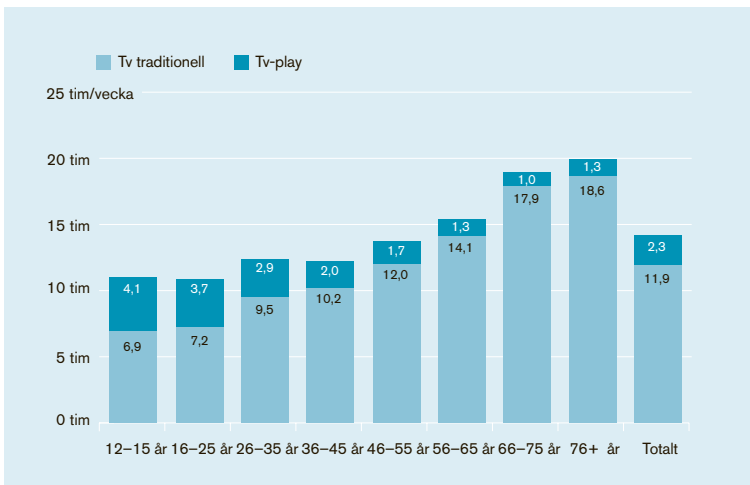
Lyssnar man på traditionell radio eller webbradio eller båda?



Hur många ser på tv-play och hur ofta?

Diagram 9.14. Andel av internetanvändarna som använder tv-play någon gång respektive dagligen.

fler har dock upptäckt möjligheten att själv bestämma när man vill se ett program. För sju år sedan utnyttjade en av fyra (27%) möjligheten att se på program via tv-play. Idag utnyttjar två av tre (63%) den möjligheten ibland. Men det är få (4%) som dagligen ser på tv-play. Det dagliga tv-tittandet på traditionell television uppgår till 83 procent. Tv-play används sålunda i huvudsak som ett komplement.



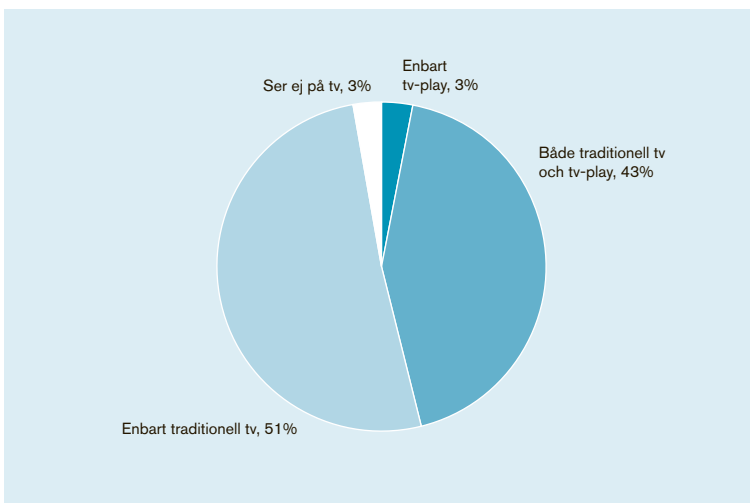
Hur förhåller sig tiden för tv-tittande mellan tv-play och traditionell tv?

Diagram 9.15. Genomsnittlig tid (tim/vecka) som olika åldersgrupper ser på traditionell tv och tv-play.

84 procent av den tid som ägnas åt tv sker på traditionell tv vilket innebär att webb-tv upptar 16 procent av tiden. Det är en ökning med 3 procentenheter sedan förra året. Störst andel webbtid har de yngsta (12-15 år) med 37 procent och minst pensionärerna med 5 procent av deras tittartid som ägnas åt tv-play.

Hälften av befolkningen (51%) ser bara på traditionell tv, ytterligare 43 procent ser också ibland på tv-play, medan endast 3 procent ser bara på tv-play.

För de flesta program är tv-play publiken liten men i några enstaka fall har den varit nära hälften så stor som publiken som såg originalsändningen på vanlig tv. Ett sådant fall var adventskalendern i SVT i december 2013 som hade en miljonpublik. Det handlade om en programserie som många barnfamiljer ville se och ingen ville missa något avsnitt. Via svt-play kunde man själv bestämma när det passade bäst. Och många använde sig, just i detta fall, av denna möjlighet (mms 2014).



Ser man på traditionell tv, tv-play eller båda?

Diagram 9.16. Andel av befolkningen som ser på traditionell tv eller på tv-play eller en kombination av dessa.

Böcker

Bokläsningen har över åren uppvisat en anmärkningsvärd stabilitet. Det gäller även för skolbarn och ungdomar (Findahl, 2012). Tendensen är att nivån på läsningen av skönlitteratur/ungdomslitteratur ligger kvar på samma nivå som tidigare medan läsningen av facklitteratur/skolböcker minskar (Mediebarometern 2013).

Läsningen av e-böcker tar inte fart

Till skillnad från i USA har läsningen av e-böcker i Sverige inte tagit fart. Den har vis-

serligen sakta ökat de senaste åren till 14 procent som någon gång läst en e-bok. Endast 3 procent läser någon eller några gånger i veckan.

Läsarna är inte längre bara teknikintresserade unga män, som det var till en början. Läsarna finns nu i alla åldrar och läsningen av e-böcker är lika vanlig bland kvinnor som bland män. Det är dock vanligast att ladda ner e-böcker i åldrarna 16–45 år.

58 procent av befolkningen läser bara pappersböcker, 11 procent läser även ibland en e-bok. 3 procent läser bara e-böcker.

Den snabba spridningen av surfplattor det senaste året har nu påverkat läsningen av e-böcker. Fram till förra året var det vanligast att man använde sin dator för att läsa en e-bok. 47 procent av läsarna gjorde det 2013. Idag dominerar surfplattan och hälften läser e-böcker på sin surfplatta. Sedan kommer datorn, därefter läsplatta och sist mobilen.

Bland de unga männen (12–35 år) är läsning med dator och surfplatta ungefär lika vanligt. Unga kvinnor föredrar surfplattan och en del använder också mobilen för att läsa.

I USA har läsningen av e-böcker tagit fart

Till skillnad från i Sverige har läsningen av e-böcker tagit fart i USA i samband med att allt fler skaffat sig tillgång till särskilda läsplatator som till exempel Kindle från Amazon. 32 procent hade i slutet av 2013 en läsplatta och 28 procent läste en e-bok under senaste året. 57 procent av e-boksläsningen skedde på en e-boksläsare jämfört med 16 procent i Sverige. Enligt Pew Research Internet Project (2014) har detta inte påverkat läsningen av vanliga tryckta böcker.

Bokläsning bland män och kvinnor

Bokläsningen har uppvisat en anmärkningsvärd stabilitet över decennierna. Digitaliseringen, e-böckerna har inte ändrat på detta utom i ett avseende som gäller läsning av skolböcker och fackböcker. Här har internet med sitt vittomfattande innehåll av information och fakta börjat konkurrera.

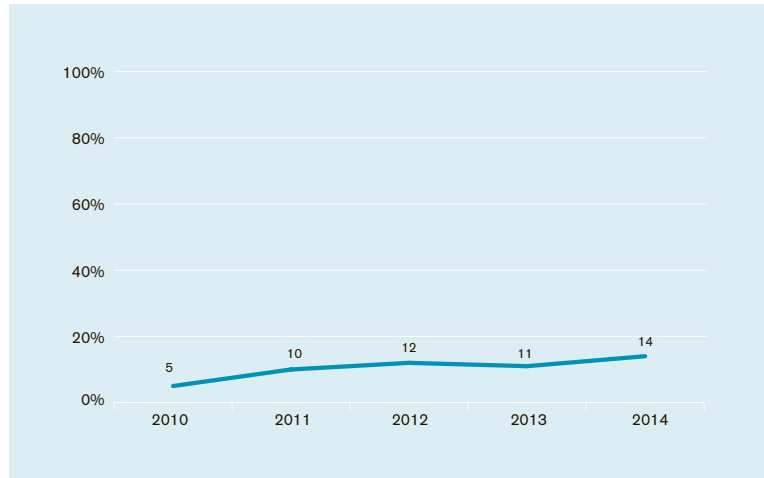


Diagram 9.17. Andel av befolkningen som någon gång läser en e-bok.

Läsningen av e-böcker ökar något

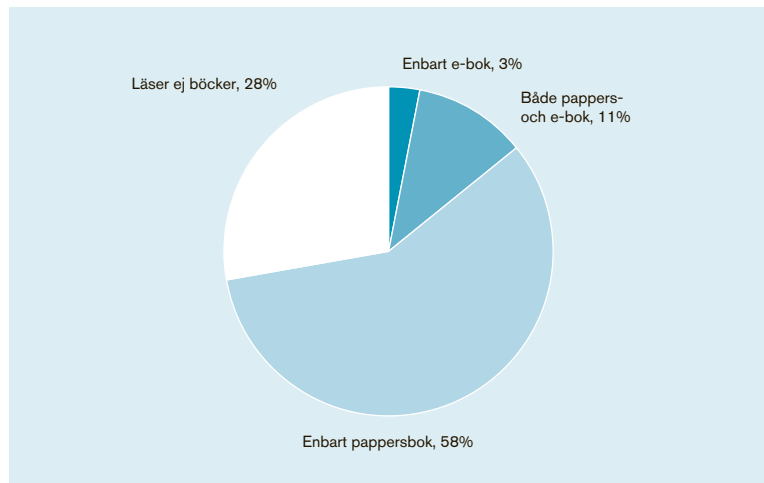


Diagram 9.18. Andel av befolkningen som läser pappersböcker, e-böcker eller en kombination av dessa.

Läser man e-böcker, pappersböcker eller båda?

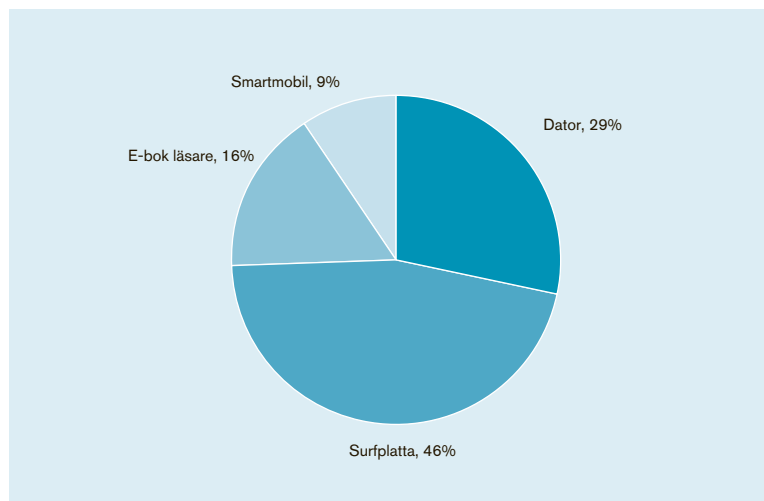
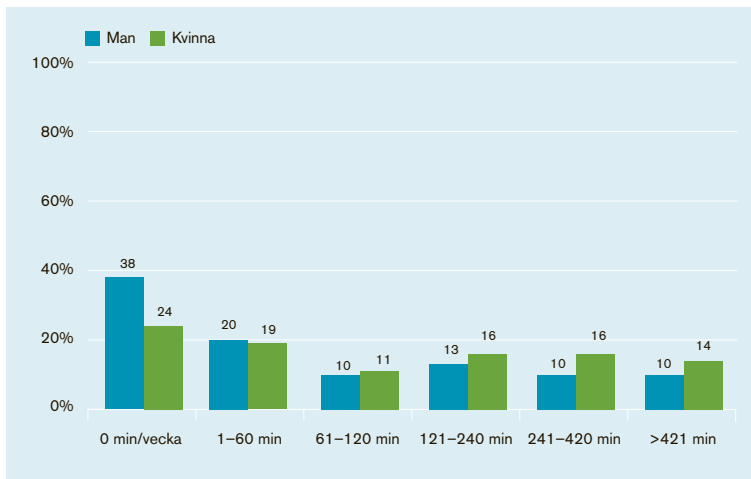


Diagram 9.19. Andel av e-boksläsarna som använder olika skärmar för sin läsning.

Surfplattan dominerar nu läsningen av e-böcker



Bokläsning (minuter per vecka) bland män och kvinnor

Diagram 9.20. Andel av män respektive kvinnor i befolkningen (12+ år) som läser böcker i olika tidsintervall (minuter per vecka).

Den tid som läggs ner på bokläsning har dock hållit sig konstant (Findahl, Soi 2012) och skillnaden mellan män och kvinnor består. Men det är inte så att bara kvinnor läser böcker. De flesta män läser lika mycket som kvinnor. Men det finns en grupp som inte alls läser böcker. Bland dessa icke-bokläsare finns både män och kvinnor, men nästan dubbelt så många män.

Sammanfattning

Internet har nu funnits i en större omfattning i snart tjugo år. Tidningarna var snabba att presentera sitt innehåll på egna webbsidor gratis tillgängliga för alla. Radion och televisionen var lite senare och här kompletterade man de direktsändande kanalerna med arkiv över tidigare sända program. Långsamt

har en allt större del av mediekonsumtionen flyttat över till internet, framför allt bland de unga. Fortfarande dominerar dock de traditionella medierna med ett undantag: kvällstidningarna. Idag sker huvuddelen (79%) av kvällstidningsläsandet på nätet. Men för dagstidningarna sker 72% av lästiden på papper, 87% av lyssnartiden sker på traditionell radio, 84% av tittartiden sker på traditionell tv, och huvuddelen av bokläsningen sker i pappersböcker. Men genom introduktionen av surfplattan fortsätter en sakta förskjutning mot att en ökande del av mediekonsumtion sker på nätet. Fortfarande dominerar dock medierna i sina traditionella former konsumtionen: tidningsläsandet med kvällstidningarna som undantag, radiolyssnandet, tv-tittandet och bokläsningen. ●

Hur stor andel av den totala medietiden tillfaller traditionella medier. Förändringar under det senaste året.

	2013	2014
Dagstidning	Papperstidning: 76% av lästiden	Papperstidning: 72% av lästiden
Kvällstidning	Papperstidning: 29% av lästiden	Papperstidning: 21% av lästiden
TV	Traditionell tv: 87% av tittartiden	Traditionell tv: 84% av tittartiden
Radio	Traditionell radio: 88% av lyssnartiden	Traditionell radio: 87% av lyssnartiden

Tabell 9.1. Andel av mediekonsumtionen som tillfaller traditionella medier i förhållande till samma medier på webben. En jämförelse 2013-2014.

Avslutning

Under internets primära spridningsfas var det arbetets krav som drev på utvecklingen. Tjänstemännen hade redan kunskap att använda datorn och var de som först tog till sig den nya tekniken. Resultatet blev djupgående digitala klyftor mellan hög- och lågutbildade, mellan män och kvinnor, mellan tjänstemän (unga och medelålders) och gamla och unga.

Redan tidigt fanns det också privata drivkrafter bland de unga som kom att bli allt starkare i och med utbyggnaden av bredbandsnätet. De digitala klyftorna mellan de unga, oavsett utbildning, minskade.

När spridningen av de smarta mobilerna tog fart var det ungdomarna som drev på. De hade redan kunskap om att inte bara ringa på sina mobiler utan också att skicka sms och bilder. Först var det de äldre ungdomarna som skaffade sig smarta mobiler, sedan följde de i åldern 12 till 15 år. Samtidigt som de tidiga digitala klyftorna började minska och nästan försvinna i den arbetsföra befolkningen började nu nya digitala klyftor uppstå. De äldre stod och står fortfarande nästan helt utanför den mobila boomen.

Bakom den senaste teknikspridningen står barnfamiljerna. Surfplattor används visserligen som arbetsredskap av en del men drivkraften bakom den snabba spridningen av surfplattor är de unga familjerna som redan är kunniga internetanvändare och aktivt deltar på de sociala nätverken. Konsekvensen är att förskolebarn och även småbarn

blivit dagliga besökare i app-världen, medan de flesta äldre fortfarande står utanför.

En fråga för framtiden är hur denna nya mediesituation, där apparna dominerar, kommer att påverka barn och ungdomar för framtiden. Det gäller den egna identiteten, relationerna till andra och fantasin, den skapande förmågan (Gardner & Davis, 2013). Här finns både problem och möjligheter. Appar kan låsa in och begränsa men också öppna upp för kreativitet och utveckling.

Ser man till hur ungdomar idag presenterar sig själva på de sociala nätverken visar sig en stark stereotypisk bild (Forsman, 2014). Det finns en tydlig tendens att presentera sig själv i bilder på ett tillrättat sätt. En annan studie visar att 30-40 procent av vanlig konversation handlar om de som deltar, medan 80 procent av sociala uppdateringar är självfokuserade. Genom delningar och tweets möter man sedan bara andra som tycker som man själv och möter inte andra åsikter. Individualiseringen är påtaglig.

Samtidigt ger internet många möjligheter att skapa eget innehåll och att leta efter information och fakta. Redan i förskoleåldern utnyttjar de flesta dessa möjligheter. Genom internet är det också lätt att träffa andra människor och även att upprätthålla kontakten med människor man tidigare träffat. Majoriteten av ungdomarna har fått nya vänner över internet och en del av dessa nya kontakter har de sedan också träffat utanför internet. Kontakterna inom familjer har aldrig varit så omfattande.



Informationsklyftan

Även om de digitala klyftorna, vad gäller tillgång till internet, är överbryggade i en stor del av befolkningen, känner sig fortfarande många inte delaktiga och inte särskilt kunniga i att navigera i internetvärlden. Två av tre pensionärer känner sig inte särskilt datorkunniga. 40 procent av befolkningen befinner sig aldrig på de sociala nätverken och mycken information som presenteras och görs tillgänglig på internet når långt ifrån alla, även om den rent tekniskt är nåbar för de flesta.

Hälso- och medicinsk information finns i överflöd tillgängligt på internet. Stora ansträngningar görs för att ännu mer information om hälso- och sjukvård skall finnas på internet. De flesta unga och välutbildade tar del av denna information åtminstone ibland, medan äldre och lågutbildade mycket sällan gör det. 94 procent av unga välutbildade kvinnor tar del av denna information medan endast 16 procent av äldre lågutbildade kvinnor gör detsamma.

Informations- och kunskapsklyftor består även om teknikens framsteg ibland kan få oss att glömma detta.

Litteratur

- Alexanderson, K & Davidsson P, (2014). *Eleverna och internet 2014*. .SE
- Bergström, A. (2014). *Personlig integritet på nätet*. I A. Bergström & H. Oscarsson (red), *Mittfåra & marginal*. Göteborgs universitet: SOM-institutet.
- Brå (2014). *Nationella trygghetsundersökningen 2013. Om utsatthet, otrygghet och förtroende*. Stockholm: Brå, Rapport 2014:1)
- Eurostat.http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Internet_use_statistics_-_individuals
- Findahl, O. (2012). Barn och ungas medieanvändning i internetvärlden. I U. Carlsson (red.), *Barn och ungas medieanvändning i nätverkssamhället*. Nordicom, Göteborgs universitet.
- Findahl, O. (2013). *En miljon svenskar vill inte använda internet*. Digidel, .SE.
- Findahl, O. (2013). *Svenskarna och internet 2013*. .SE
- Findahl, O. (2012). *Svenskarna och Internet 2012*. .SE
- Findahl, O. (2011). *Svenskarna och Internet 2011*. .SE
- Findahl, O. (2009). *Svenskarna och Internet 2009*. .SE
- Findahl, O. (2008). *Svenskarna och Internet 2008*. .SE
- Findahl, O. (2003). *Svenskarna och Internet 2003*. World Internet Institute
- Findahl, O. (2000). *Svenskarna och Internet 2000*. World Internet Institute
- Findahl, O. (1999). *Television*. I U. Carlsson, C. Bucht & U. Facht (red.), *Mediesverige 1999/2000. Statistik och analys*. Nordicom, Göteborgs universitet.
- Findahl, O., & Selg, H. (2005). *The Downloaders. Who They Are and What They Are Doing*. In P. Cunningham & M Cunningham (eds.), *Innovation and the Knowledge Economy. Issues, Applications, Case Studies*. Amsterdam: IOS Press
- Findahl, O. (2006). *Trends in downloading and filesharing of music*. Ingår i *Musiclessons: Broadband technologies transforming business models and challenging regulatory frameworks – lessons from the music industry*. Stockholm: KTH.
- Forsman, M. (2014). *Duckface/Stoneface*. Statens medieråd.
- Gardner, H & Davis K. (2013), *The app generation*. London: Yale University press.
- ITU (2013). *Key ICT indicators for developed and developing countries and the world*. In *The World in 2013: ICT Facts and Figures*. International Telecommunication Union.
- ITU. Fact and Figures 2014. Individuals-internet 2000-2013.
- Mediebarometern 2013*. Nordicom, Göteborgs universitet.
- MMS (2014). *TV-året 2013. Årsrapport, Mediemätningar i Skandinavien*.
- Svenskarna och politiken på internet, 2014*. .SE
- Sverige betalar. Svenska folkets attityder till olika betalmetoder och betaltjänster*. 2014 Insight intelligence i samarbete med .SE, EY och Bankomat AB
- Tillväxtverket (2014). *Musikbranschen i siffror - statistik för 2012*.
- von Feilitzen, C., Findahl, O., & Dunkels E. (2011). *Hur farligt är Internet? Resultat från den europeiska undersökningen EU Kids Online*. *The International Clearinghouse on Children, Youth and Media*. Nordicom, Göteborgs universitet.
- Zickner, K & Rainie, L (2014). *E-reading rises as devices ownership jumps*. Pew Research Internet Project, January 2014.
- World Economic Forum. *The Global Information Technology Report 2014*. The Network readiness index.
- The World Internet Project International Report 2013*, USC Annenberg School Center for the Digital Future.

Metod

Sedan år 2000 har World Internet Institute samlat in data om hur den svenska befolkningen använder informations- och kommunikationsteknik samt hur detta påverkar enskilda individer, familjer och samhället. Detta har framförallt gjorts genom panelstudien "Svenskarna och internet", en panelstudie som från början omfattade 2000 telefonintervjuer och idag 3000 intervjuer, baserat på ett slumpvis urval av befolkningen från 11 år och uppåt (2007 och tidigare från 18 år). Från år 2010 är .SE huvudman för studien.

Telefonintervjuerna är omfattande och innehåller frågor om de intervjuade personernas bakgrundsdata, tillgång till teknik, användning av traditionella medier och framförallt användning av Internet i olika former. Till föräldrar med hemmavarande barn mellan 2–11 år ställs frågor om barnens användning av internet. Till ungdomar mellan 11 och 15 år ställs också frågor till deras föräldrar.

De senaste åren har de som fått brev att de blivit utvalda att delta i undersökningen kunnat välja om de vill bli intervjuade per telefon eller om de själva vill besvara frågorna i en webbenkät. I 2014 års undersökning är det 628 personer (21%) som deltagit i undersökningen via webbenkät, övriga via telefonintervju.

Svenskarna och internet är den svenska delen av World Internet Project, 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 är drygt 100 frågor gemensamma för alla länder, de så kallade "Common Questions". Dessa är exakt lika formulerade i varje land för att skapa jämförbara resultat.

Vad är unikt med undersökningen?

Undersökningen är utformad som en panelstudie vilket ger möjlighet att följa enskilda människor under längre tid. De flesta

andra internetundersökningar är stickprovsundersökningar. Hela befolkningen, även de äldsta, intervjuas. I många andra internetundersökningar finns inte personer över 65 år med. Både användare och icke användare är med. Internet ses i ett mycket brett sammanhang. Både tillgång, användning och effekter studeras. Internationella jämförelser är möjliga.

Metodbeskrivning

Svenskarna och internet är upplagd efter en så kallad revolving panel design. Det innebär att grunden utgörs av en panel av människor som intervjuas år efter år. En del i panelen faller ifrån av olika skäl. De vill inte vara med längre, eller de har flyttat, bytt namn eller är av andra anledningar svåra att få tag på igen. Därför tillkommer ett nytt urval människor varje år som skall fylla upp bortfallet i panelen. De utgör också en kontrollgrupp som gör det möjligt att kontrollera för panel-effekter. Syftet är att det totala urvalet av människor som intervjuas, varje år skall vara representativt för befolkningen.

Urval

Första året undersökningen genomfördes, år 2000, drogs ett slumpmässigt urval på Sveriges befolkning från ett nationellt telefonregister. Detta urval kompletteras årligen för det bortfall som uppstår för att urvalet totalt skall uppgå till idag 3000 personer. Vanligtvis måste cirka 700 nya personer rekryteras till panelen för att kompensera för personer som inte längre vill delta i studien. Nyrekryteringen av panelen görs genom stratifierade urval styrda på ålder och kön för att säkerställa en jämn representativitet på dessa variabler.

Urvalen beställs via SPAR, statens personadressregister, som nu handhas av skatteverket. Det är ett offentligt register som omfattar alla personer som är folkbokförda i Sverige, både svenska och utländska medborgare.

Totalurvalet för de vuxna, 16 år och äldre, var 4818 varav 4502 hade nåbara telefonnummer (storurval). 1576 (35%) ville inte vara med,

Urval Svenskarna och internet 2013			Svenska folkets åldersfördelning enligt SCB december 2013		
Ålder	Antal	Procent	Ålder	Procent	
12-15 år	212	7,0%	12-15 år	4,8%	
16-25 år	411	13,6%	16-25 år	15,1%	
26-35 år	342	11,3%	26-35 år	14,6%	
36-45 år	509	16,9%	36-45 år	15,2%	
46-55 år	486	16,1%	46-55 år	15,3%	
56-65 år	467	15,5%	56-65 år	13,9%	
66-75 år	310	10,3%	66-75 år	12,1%	
76+ år	277	9,2%	76+ år	9,0%	
Totalt	3 014	100,0%		100,0%	

57 hade språkproblem och ytterligare 62 var ej kvalificerade. Antalet genomförda intervjuer uppgick till 2801. Det ger en svarsprocent på 62 procent beräknat på storurvalet.

I ungdomsintervjuerna, 11-15 år, där föräldrarnas samtycke först måste inhämtas är svarsprocenten något lägre. Storurval 475, varav 205 (43%) inte ville vara med, Antal genomförda intervjuer 250. Svarsprocent 52 procent.

Tidsperiod

Med undantag för de allra första åren genomförs undersökningen i början av året. 2014 års undersökning pågick från februari till april.

Vuxenundersökning 2014

Svenskarna och Internet

Intervjuundersökning av ett urval av befolkningen 16+år (ingen övre gräns)
(Antal intervjuade: 2 801)

Ungdomsundersökning 2014

Intervjuundersökning av ett urval ungdomar mellan 11-15 år och deras föräldrar
(250 ungdomar och 250 föräldrar)

Föräldraundersökning 2014

Tilläggsfrågor i vuxenundersökningen till de föräldrar som har barn mellan 2-11 år, om barnens användning av mobil och internet
(514 föräldrar intervjuade om 833 barn)

51 procent män och 49 procent kvinnor
63 procent bor i stad och 37 procent på landsbygden. ●

Sysselsättning

Arbete	53%
Studerande	17%
Hemma med barn	1%
Arbetslös	2%
Sjukskriven/förtidspensionerad	3%
Pensionär	22%

Tabeller

Diagram 2.2

	2010	2011	2012	2013
12-15 år	3%	22%	62%	80%
16-25 år	7%	42%	69%	80%
26-35 år	3%	42%	67%	74%
36-45 år	8%	34%	52%	67%
46-55 år	5%	15%	30%	43%
56-65 år	1%	7%	17%	21%
66-75 år	1%	3%	4%	8%
76+ år	0%	0%	1%	0%

Diagram 5.2 (tim/vecka)

Ålder	Tv	Radio	Dags-tidning	Internet	Personliga kontakter
12-15 år	2,8	1,9	2,1	4,0	4,1
16-25 år	3,1	2,5	2,9	4,2	4,2
26-35 år	3,3	3,0	3,2	4,2	4,2
36-45 år	3,5	3,3	3,3	4,0	4,2
46-55 år	3,9	3,5	3,6	3,7	4,3
56-65 år	4,0	3,8	3,7	3,5	4,2
66-75 år	4,2	4,1	4,0	3,0	4,2
76+ år	4,2	3,8	4,1	2,0	4,1

Diagram 7.5

	2009	2011	2013	2014
2 år			8%	26%
3 år	2%	2%	23%	28%
4 år	2%	19%	31%	33%
5 år	3%	19%	23%	35%
6 år	5%	25%	30%	34%
7 år	15%	27%	37%	45%
8 år	22%	26%	54%	59%
9 år	27%	43%	58%	73%
10 år	42%	47%	70%	78%
11 år	66%	67%	89%	80%

Diagram 1.7

	2009	2011	2013	2014
3-5 år	42%	64%	61%	79%
6-8 år	84%	91%	88%	91%
9-11 år	97%	98%	99%	98%
12-15 år	97%	96%	100%	99%
16-24 år	96%	98%	97%	94%
25-34 år	94%	97%	98%	97%
35-44 år	95%	98%	97%	97%
45-54 år	90%	93%	96%	96%
55-64 år	79%	87%	91%	89%
65-74 år	53%	71%	72%	79%
75+ år	19%	34%	34%	34%
Totalt (12+)	79%	86%	87%	88%

Diagram 7.4

	2009	2011	2013	2014
2 år			45%	57%
3 år	22%	49%	60%	75%
4 år	41%	69%	72%	78%
5 år	64%	74%	79%	84%
6 år	74%	91%	90%	87%
7 år	89%	90%	91%	92%
8 år	90%	93%	90%	93%
9 år	95%	98%	96%	96%
10 år	97%	98%	97%	98%
11 år	98%	98%	97%	99%

Diagram 7.12

Ålder	Spel	Video	Skapa eget	Chatt	Socialt nät	Info/fakta	Skolarbete
2 år	19%	81%	0%	0%	0%	0%	0%
3 år	26%	69%	5%	0%	0%	0%	0%
4 år	41%	52%	5%	0%	0%	2%	0%
5 år	38%	56%	4%	0%	0%	1%	0%
6 år	45%	53%	4%	0%	0%	1%	0%
7 år	38%	47%	4%	1%	3%	3%	3%
8 år	39%	31%	7%	7%	4%	8%	4%
9 år	40%	32%	6%	8%	4%	6%	3%
10 år	30%	24%	7%	14%	9%	8%	7%
11 år	27%	20%	7%	18%	14%	8%	6%

Index

- Abonnemang 34, 35
 Aktivt deltagande 28
 Använder ej 15
 Appar 4, 22, 23, 25, 72
 Arbete 13–15
 Bankärenden 24
 Barn 45–49
 Barnfamiljer 5, 20, 47, 72
 Bedrägerier 59, 60
 Betala räkningar 33, 35
 Blocket 23, 33
 Blogg 27, 28, 32
 Böcker 65, 69, 70
 Cacheminne 59, 60
 Chatt 27, 48, 49
 Cyberbulling 60
 Dagstidning 65, 66, 71
 Dator 10, 11
 Delaktighet 7, 62, 63
 Dela 28, 32, 36
 Demokrati 61, 62, 64
 Digital klyfta 9, 72, 73
 Digitala köp 34
 E-bok 69, 70
 E-boksläsare 70
 E-handel 33–36
 E-post 24, 27, 28, 32, 54, 60
 EU-statistik 9
 Facebook 23, 27, 29–32, 54–58
 Falsa förfrågningar 59, 60, 64
 Fildelning 36
 Flickor-pojkar 7, 24, 55, 60, 63
 Funktionshinder 16
 Förskolebarn 11, 12, 45, 46
 Föräldrar 13, 20, 45, 53, 60
 Generationer 41, 58, 62, 65, 68
 Hemma 13, 14
 Hälsoappar 24
 Hälsoinformation 38–40
 Icke-användare 14–16
 Informationskälla 6, 37
 Instagram 6, 23, 27, 28, 31, 32, 55
 Instant messaging 27, 28
 Internationella jämf. 9, 62, 70
 Internet användning 11, 22
 - bank 33
 - spridning 9, 10
 - tillgång 10, 21
- tid 5, 13, 14, 52
 ▪ viktighet 52, 63
 ▪ problem 59, 60
 Intresseforum 27
 ITU 9
 Kreditkortsoro 33, 64
 Kryptering 59
 Kränkningar 59, 60
 Kultur/vetenskap/litt. 38, 39, 40
 Kvinnor 24, 31–34, 40, 55, 59, 63, 70
 Kvällstidning 65–67, 71
 Läsa, skriva själv 28
 Mikroblogger 27, 28, 32
 Mobila betaltjänster 25
 Mobilt bank-ID 24
 Musik 34, 65
 Män-kvinnor 31, 36, 59, 63, 70, 71
 Net. readiness index 10
 Nyheter 24, 37, 65
 Oroande upplevelser 57, 58, 60
 Pensionär 11, 12, 18, 29, 37, 68, 69
 Personliga kontakter 37, 41
 Personlig integritet 4, 7, 57–59, 64
 Politik 61, 62, 64
 Politisk information 38
 Populärt i mobilen 23, 24
 Populärt i surfplattan 23, 24
 Positionering 24
 Privat bruk 51–53
 Radio 65, 66, 68, 71
 Registrering 57, 62
 Reglering 61
 Skapa eget innehåll 28, 32, 49
 Skola 13–15, 19, 38, 49–54
 Skolarbete 48–49, 52–54
 Skolbarn 12, 27, 37, 47, 49
 Slå upp ord 37, 38, 39
 Smartmobil 5, 10, 14, 15, 17, 19, 21, 72
 Sms 27, 32
 Socialt nätverk 5, 27, 29, 54, 65
 Spel 23, 24, 34, 42, 43, 47–49, 65
 Spotify 23, 34–36, 42, 43
 Spridningskurva 5, 17, 20, 21, 72
- Surfplatta 10, 11, 14, 15, 19–22, 46–48
 Sverige i Europa 9
 Sverige i världen 9, 62
 Strömmande innehåll 33, 36, 43, 68
 Söka fakta 38, 40, 48, 49
 Teknikspridning 21, 22, 72
 Telefon 16, 18, 27, 28
 Tidningsläsning 39, 66–68
 Tidskrifter 65
 Traditionella medier 7, 42, 65, 71
 Trådlöst nätverk 13, 18, 50
 Träningsappar 24
 Tv 23, 37, 41, 65, 66, 69, 71
 Tv-play 42, 43, 65, 69
 Twitter 23, 27, 28, 32
 Underhållning 41–43
 Unga 13, 17, 24, 28, 41, 43, 50–55, 60, 62–64, 72
 Unga kvinnor 24, 31, 55, 59, 63, 70
 USA 9, 62, 70
 Utbildning 31, 32, 36, 38–40, 43, 63
 Utvecklingsländer 9
 Val 64
 Varför ej internet? 16
 Video 23, 24, 27, 34, 43, 47–49
 Video/film/tv 35, 36, 42
 Videosamtal 27, 28
 Viktighet 63
 Webbmedier 65, 71
 Webbtidning 66–68
 YouTube 23, 35, 42, 43, 49
 Yttrandefrihet 4, 61, 64
 Ålder 12, 28, 31, 35, 39, 41, 43, 54
 Äldre 16, 18, 29
 Övervakning 57, 58, 61, 62, 64



Läs på nätet redan idag

För dig som är intresserad av internet och sugen på att lära dig mer finns det mycket att upptäcka på .SE: ta en titt på våra publikationer, våra webbkurser och vår blogg. Alltsammans gratis online!



Häng med i informationsflödet – gratisverktygen som ger dig koll

Mängden information som publiceras på internet kan tyckas vara överväldigande. Men det finns smarta tillämpningar som automatiskt vaskar fram nyheter och uppdateringar som du vill ta del av. I den här Internetguiden lär du dig knepen och verktygen som låter dig samla den information på nätet som intresserar just dig. Till guiden finns ett XL-material som ger detaljerade instruktioner för i första hand RSS och Twitter.

På Internetguidernas webbplats hittar du presentationer av alla publikationer. Det finns guider för dig som vill lära dig mer om webbpublicering, nätets infrastruktur, upphovsrätt, yttrandefrihet, barn och unga på internet och mycket mer.

Här hittar du alla Internetguider:

<https://www.iis.se/guider>

Här hittar du Webbstjärnans webbkurser:

<http://kurs.webbstjarman.se/>

Webbkurs med Webbstjärnan

På Webbstjärnans kursportal erbjuds webbkurser för dig som vill lära dig blogga – allt från att hantera bloggverktyg till att lära dig mer om upphovsrätt och källkritik. Du kan starta dina studier nu på en gång. Kurserna är kostnadsfria och fungerar i alla enheter, både dator, mobil och surfplatta.



Miss inte .SE-bloggen!

Här skriver .SE:s medarbetare om internet och internetrelaterade ämnen sett ur alla möjliga vinklar och vrår. Du får tips, information och kommentarer kring aktuella händelser.

Häng med på:

<https://www.iis.se/blogg>

Svenskarna och internet finns nu som webbversion! På soi2014.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från årets rapport med dina vänner.

Svenskarna och internet är den årliga rapporten från .SE (Stiftelsen för internetinfrastruktur) som kartlägger internetanvändningens utveckling och förändring hos den svenska befolkningen.

I 2014 års rapport belyses bland annat:

- Tiden som ägnas åt internet har ökat med en timme i veckan.
- Den mobila boomen fortsätter.
- Halva befolkningen använder en surfplatta.
- Barnfamiljerna driver på.
- Hälften av två-åringarna använder internet.
- Allt fler betalar för musik och video på internet.
- Hälso- och träningsappar populärast bland unga kvinnor.
- Det är lika vanligt att använda internet i skolan för privat bruk som till skolarbete.
- De sociala nätverkens popularitet ökar fortfarande.
- Få har fått sin personliga integritet kränkt på internet.
- De flesta har inte vidtagit några speciella åtgärder för att skydda sig.
- Känslan av delaktighet har ökat.
- Internet viktigast för de välutbildade.
- Mest tid ägnas de traditionella medierna i deras traditionella former.

Genom deltagande i World Internet Project är Svenskarna och internet del i en av världens största studier av internetanvändning.

Svenskarna och internet finns nu som webbversion! På soi2014.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från årets rapport med dina vänner.

.SE (Stiftelsen för internetinfrastruktur)
Box 7399, 103 91 Stockholm
Tel 08-452 35 00, Fax 08-452 35 02
Org. nr 802405-0190, www.iis.se

ISBN 978-91-87437-18-2



.se
Vi driver Internet framåt

