

SOCIALA MEDIER

UR SVENSKARNA OCH INTERNET 2023



ETT KAPITEL UR SVENSKARNA OCH INTERNET 2023

Det här är ett kapitel ur Internetstiftelsens årliga undersökning *Svenskarna och internet 2023*.

Den fullständiga rapporten består av tio kapitel och innehåller massor av information om svenskarnas digitala tillvaro och internetvanor. I år täcker rapporten områden som integritet, övervakning, hållbarhet, sociala medier, näthat, e-böcker, poddar, webbläsare, samhällsnyheter och mycket mer.

Hela rapporten hittar du på webbplatsen:

<https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2023/>

Om Internetstiftelsen och Svenskarna och internet

Internetstiftelsen är en oberoende, affärsdriven och allmännyttig organisation. Vi verkar för ett internet som bidrar positivt till människan och samhället. Vi ansvarar för internets svenska toppdomän .se och sköter drift och administration av toppdomänen .nu. Intäkterna från affärsverksamheten finansierar en rad satsningar i syfte att möjliggöra att människor kan nyttja internet på bästa sätt, och stimulera kunskapsdelning och innovation med inriktning på internet.

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

För samtliga studier har Internetstiftelsen anlitat undersökningsföretaget Novus för datainsamling som ägde rum under januari och februari 2023. Majoriteten av vår data är insamlad i Studie 1 (n=2 954) och Studie 2 (n=3 503) i Novus slumpmässigt rekryterade Sverigepanel, med en deltagarfrekvens på 63 procent respektive 62 procent. Resultatet är viktat mot SCB vad gäller kön, ålder, utbildning och geografi.

Läs mer om metod och urval här:

<https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2023/metodbeskrivning/>

*) På flera ställen i rapporten hänvisar vi till tabellbilagan för mer information.

Dessa är markerade i texten med *. Du hittar tabellbilagan här:

<https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2023/bilagor/>

KAPITEL 9: SOCIALA MEDIER



YOUTUBE ÄR SVENSKARNAS FAVORIT

Twitter och Tiktok ökar medan Facebook minskar. Be Real används av 6 procent av befolkningen. Youtube är männens favorit och Instagram kvinnornas. Svenskar umgås mest på Snapchat men barn hänger med kompisar i Roblox.

INNEHÅLL

- 4 Kort sammanfattning
- 7 Hur många använder sociala medier?
- 8 Vilka sociala medier använder svenskarna (mest)?
- 25 Vilka sociala medier är favoriter?
- 33 Drivkrafter att använda sociala medier
- 41 Umgänge på sociala medier
- 47 Sociala medier bland barn och ungdomar
- 55 Youtube
- 57 Facebook
- 59 Instagram
- 61 Snapchat
- 63 Tiktok
- 65 Twitter (X)
- 67 LinkedIn
- 69 Roblox
- 70 Be Real
- 71 Vilka väljer bort sociala medier och varför?

I det här kapitlet visar vi hur många som använder sociala medier, vilka tjänster som används och om de har ökat eller minskat jämfört med föregående år. Vi tar också reda på vilka som är populärast, alltså vilken social nätverksplattform som är favoriten om man bara får välja en. Vidare undersöker vi vilka olika drivkrafter som får oss att använda sociala medier och om motiven skiljer sig åt för de olika tjänsterna. Sist men inte minst tar vi reda på vilka som inte använder sociala medier och varför.

Twitter har i juni 2023 bytt namn till X. Databasinsamling samt analys gjordes dessförinnan därav används Twitter genomgående i rapporten.

Tiktok växer mest av alla sociala medier år 2023

År 2023 är det flera sociala medier som växer jämfört med år 2022. Tiktok står för den största ökningen i andel användare, från 20 procent till 24 procent år 2023. Även Twitter, Roblox, Reddit och Flashback ökar. Tillväxten sker framför allt bland personer födda på 90- eller 00-talet, med undantag av Roblox som ökar mest bland 10-talister. En social medietjänst tappar också användare och det är Facebook. Det är främst 60- och 80-talister som har slutat att använda Facebook, som därmed minskar från 71 procent år 2022 till 68 procent år 2023.

Födda på 1900-talet och 2000-talet har olika sociala medier i topp tre

De tre mest använda sociala medierna i befolkningen är Youtube, Facebook och Instagram. Det börjar dock synas en tydlig skiljelinje mellan de födda på 1900-talet respektive 2000-talet vad gäller vilka sociala medier som används och i vilken omfattning. Bland de födda på 2000-talet ligger inte Facebook och Instagram längre i topp. Efter Youtube kvalar istället Snapchat, Tiktok och Roblox in på topplaceringarna bland 00- och 10-talisterna.

Twitter används av mer än hälften av alla män födda på 90-talet

Linkedin, Flashback och Twitter kvalar inte in som de tre mest använda sociala medierna i någon åldersgrupp. Däremot tävlar de om plats fyra och fem bland generationerna på 1900-talet. Linkedin används av en bra bit över hälften av alla tjänstemän och främst bland 70-, 80- och 90-talister. Flashback når sin topplacering bland de födda på 80-talet. Twitter används allra mest av män födda på 90-talet varav mer än hälften har använt Twitter år 2023. Bland de födda på 2000-talet är Be Real en bubblare. Be Real används av 6 procent i befolkningen och framför allt av kvinnor. Bland kvinnor födda på 00-talet har 44 procent använt Be Real år 2023.

Facebook favoriten bland pensionärer

Om svenska folket bara får välja en social medieplattform så är Youtube favoriten. På delad andra plats kommer Facebook och Instagram. Bland de födda på 1900-talet är Facebook populärast, följt av Instagram och Youtube. Favoriterna hos de födda på 2000-talet är Youtube, följt av Snapchat och Tiktok. Bland 00-talisterna är Snapchat snäppet populärare än Youtube. Män har Youtube som storfavorit och bland kvinnor är Instagram favoriten. På andra plats hos de båda kommer Facebook. Allra mest populär är Facebook bland pensionärer.

Största drivkraften att använda sociala medier är att bli road

De främsta drivkrafterna att använda sociala medier är att bli underhållen av roliga klipp och att få tiden att gå. Därefter kommer att använda sociala medier som en digital kontaktlista över vänner och att hålla kolla på vad vänner och bekanta gör. Att ta del av samhällsinformation och gratulera vänner på födelsedagen rankas högre bland pensionärer. Fler kvinnor än män motiveras av att använda sociala medier som ett digitalt fotoalbum eller dagbok för att bevara minnen. De som drivs av att få uttrycka sina åsikter och göra sin röst hörd har oftast Twitter som favorit.

Unga använder sociala medier för att hänga med kompisar

Var femte svensk motiveras att använda sociala medier för att umgås med andra, framför allt de födda på 2000-talet varav hälften använder sociala medier för att umgås med vänner. 00-talisterna hänger främst med kompisar på Snapchat och 10-talisterna i Roblox. Endast drygt var tionde född på 1900-talet motiveras att använda sociala medier för umgänge och de umgås mest på Facebook och Instagram. Av alla sociala medier är Snapchat den tjänst som flest svenskar umgås på.

Facebook och Instagram minskar bland gymnasieungdomar

Youtube är den tjänst som barn och ungdomar använder mest oavsett skolålder. Barn i lågstadieåldern använder framför allt fem sociala medier; Youtube, Roblox, Tiktok, Snapchat och Instagram. Roblox når sin toppnivå med 68 procent användare bland lågstadiebarn. På mellanstadienivå börjar barnen även använda Twitch och Pinterest. I högstadieåldern används i princip alla sociala medier utom Linkedin som först

börjar användas av gymnasieungdomar. Tiktok får sin toppnotering med 81 procent användare bland högstadieungdomar. Färre på gymnasiet använder Facebook och Instagram år 2023 jämfört med föregående år.

6 procent av internetanvändarna använder inte sociala medier

Nästan alla som använder internet använder också sociala medier. Det är dock 6 procent av den internetanvändande befolkningen som inte använder några sociala medier alls och det är framför allt pensionärer. Skälen är många och olika, exempelvis upplevs de sociala medieplattformarna vara ointressanta, för tidskrävande, för tekniskt krångliga, för integritetskränkande, för asociala, för kommersiella, för riskfyllda och för beroendeframkallande. Några tycker också att sociala medier helt enkelt är "trams".

HUR MÅNGA ANVÄNDER SOCIALA MEDIER?

85 procent använder sociala medier varje dag

Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna?

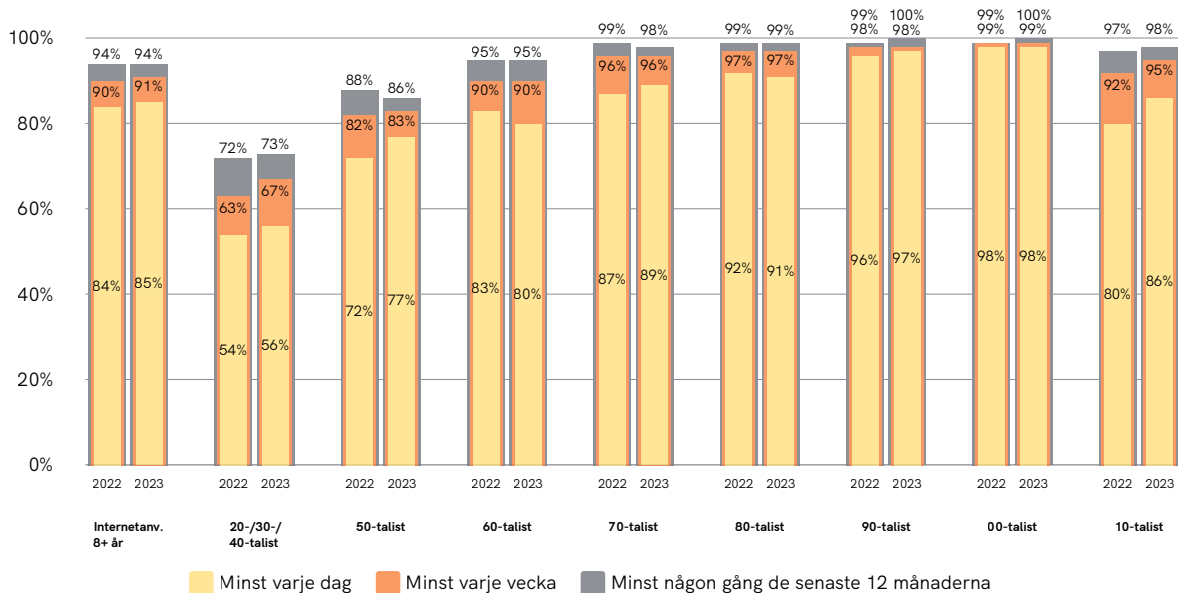


Diagram 9.1, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2022-2023 (Studie 2)

Hur många använder sociala medier år 2023?

- Nästan alla internetanvändare använder sociala medier år 2023. 94 procent har använt något sociala medieplattform det senaste året, 91 procent använder sociala medier varje vecka och 85 procent varje dag.
- Så gott som alla personer födda på 70-talet eller senare använder sociala medier.
- 90- och 00-talister är de som använder sociala medier mest av alla. I princip alla födda på 90- och 00-talet använder sociala medier dagligen.
- Män och kvinnor använder sociala medier i lika hög utsträckning även om fler kvinnor (87%) än män (84%) tenderar vara där dagligen. *)

Har användningen av sociala medier ökat eller minskat år 2023?

Jämfört med år 2022 har andelen som använder sociala medier varken minskat eller ökat, vare sig totalt sett eller på vecko- eller daglig nivå. Inte heller i någon åldersgrupp. De små skillnaderna är inom felmarginalen.

Vill du veta mer om de 6 procent internetanvändare som inte använder sociala medier, se *Vilka väljer bort sociala medier och varför?*

VILKA SOCIALA MEDIER ANVÄNDER SVENSKARNA (MEST)?

De tre största sociala medierna är Youtube, Facebook och Instagram

Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna?

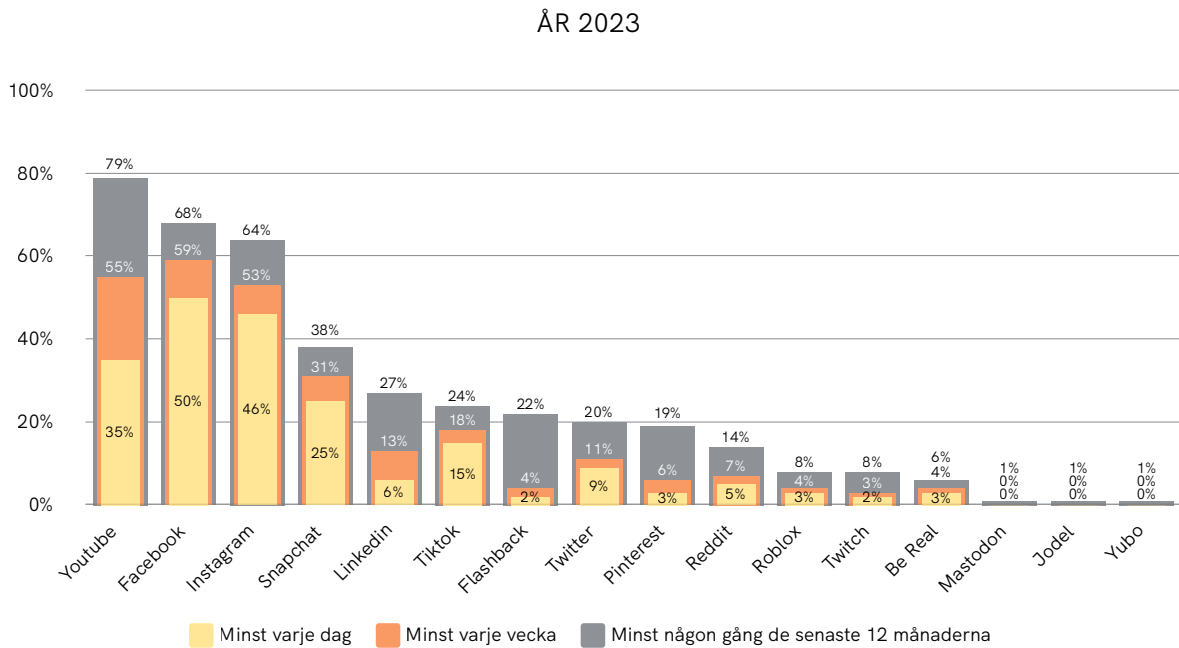


Diagram 9.2. Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2023 (Studie 2)

Vilka sociala medier används mest år 2023?

- De tre sociala medier som svenska folket använder mest är Youtube, Facebook och Instagram.
- Bland de tre sociala medier som svenskarna använder mest varje vecka toppar Facebook följt av Youtube och Instagram.
- På daglig basis används Facebook mest, följt av Instagram och Youtube.
- På fjärde plats kommer Snapchat, även på vecko- och daglig basis.

Vad gör man på olika sociala medier?

Här ger vi en kort och förenklad beskrivning av de sociala medier som finns med i årets undersökning. Nya för i år är Be Real, Mastodon, Jodel och Yubo.

- **Youtube** är ett socialt nätverk med fokus på video. Man kan både titta på videor och diskutera dem i kommentarsfält, samt ladda upp egna videor. En person som publicerar material på plattformen kallas youtuber. Det går att prenumerera på ämnen och särskilda youtubers genom att följa deras så kallade kanal.

- **Facebook** är en social medieplattform där man kan hålla kontakt med släkt och vänner, gå med i intressegrupper, publicera bilder, dela sina åsikter och berätta om sitt liv. Man kan också följa, gilla och kommentera andras inlägg.
- **Instagram** är en social medieplattform där man kan dela bilder och korta filmklipp, skapa tidsbegränsade "stories" för att beskriva sin dag i en kort video samt gilla och kommentera andras inlägg.
- **Snapchat** är en social medieplattform där man kan skicka bilder och filmklipp, så kallade "snaps", med olika filter. Alla "snaps" är "självförstörande" och försvinner automatiskt efter en viss tid.
- **LinkedIn** är ett socialt nätverk med fokus på professionella kontakter i arbetslivet. Här kan man dela och ta del av affärsrelaterade inlägg, följa företag och intresseområden samt söka jobb och hitta nya medarbetare.
- **Tiktok** är en social medieplattform där man kan skapa och dela videor och livesändningar med tillagda låtar, filter och effekter. Man kan också följa olika trender samt gilla och kommentera andras material.
- **Flashback** är ett svenskt diskussionsforum där det finns diskussionstrådar om det mesta. Flashback säger sig värna om åsikts- och yttrandefriheten och därför accepteras även mer tabubelagda ämnen.
- **Twitter (X)** är en så kallad mikroblogg där man skriver korta inlägg, "tweets", som kan läsas av alla. Man kan också följa personer samt ämnen och händelser som trender med hjälp av hashtags. Twitter har i juni 2023 bytt namn till X.
- **Twitch** är en social nätverksplats med fokus på video som främst används för att livesända dataspel och chatta med andra spelare.
- **Pinterest** är ett socialt nätverk där fokus ligger på att skapa digitala anslagstavlor med bilder för att organisera sina egna idéer eller för att inspireras av andras.
- **Reddit** är ett socialt diskussionsforum där man kan skriva och diskutera inlägg, dela bilder och länkar, samt rösta upp inlägg man tycker är bra så att de syns av fler.
- **Be Real** är en social medietjänst som handlar om att ta och dela en ofiltrerad bild på vad man gör vid en särskild tidpunkt, då man får en notis från appen. Tidpunkten varierar från dag till dag. Den som inte delar en egen bild inom två minuter får inte heller se vad vännerna delar. Be Real började bli populär i Sverige under 2022.
- **Mastodon** är en så kallad mikroblogg som påminner mycket om Twitter. Den största skillnaden är att Mastodon inte har någon central styrning utan består av flera olika så kallade "instanser" som kan kommunicera med varandra. Varje användare har ett konto på någon av dessa instanser.
- **Jodel** är en social nätverkstjänst där man kan livesända video och upptäcka nya vänner genom att bläddra bland sändningarna. På grund av detta har appen jämförts med dejtingappen Tinder och ibland kallats ett "Tinder för tonåringar".
- **Yubo** är en social nätverksplattform med en livestreamingtjänst för att träffa nya kompisar i gemensam ålder.

- I årets undersökning ingick även tjänsterna **Parler**, **Truth Social** och **Supernova** som inte nådde 1 procent användare. Eftersom i princip ingen använder dessa tre tjänster finns de inte med i diagrammen utan endast i tabellbilagan. *)
- Det finns också 3 procent som svarar en **annan tjänst** i fritext. Där framgår det att gränserna för vad man upplever är en social medieplattform börjar suddas ut. Exempelvis omnämns olika chatt- och dejtingappar, spelforum och bloggsidor som Discord, Whatsapp, Messenger, Tinder, Tumblr, Rumble, Fortnite och Minecraft. Även Netflix, Spotify och Google dyker upp under andra sociala medier. *)

Facebook minskar – Tiktok och Twitter ökar

Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna?

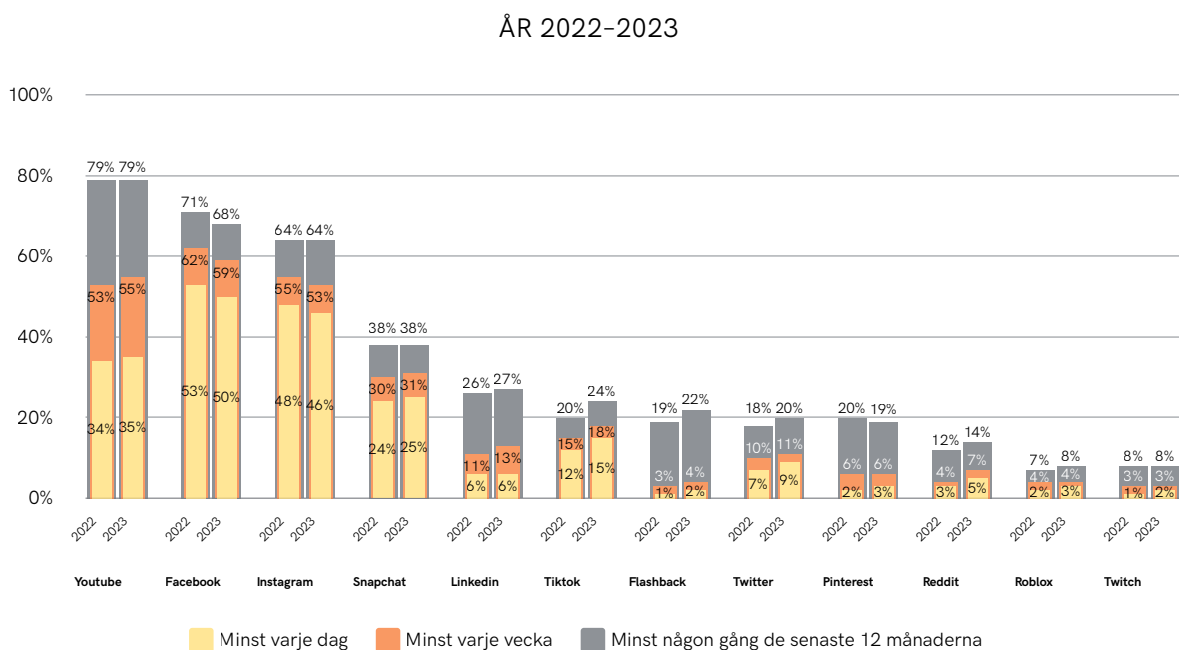


Diagram 9.3, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2022-2023 (Studie 2)

Vilka sociala medier ökar eller minskar år 2023?

- Jämfört med år 2022 har Facebook minskat och Tiktok, Twitter, Roblox, Reddit och Flashback ökat sin respektive andel användare år 2023.
- Facebook har minskat sin andel användare från 71 procent år 2022 till 68 procent år 2023, framför allt bland 60- och 80-talister. Facebook tappar även användare både på vecko- och daglig nivå. (Läs mer under *Facebook*.)
- Tiktok ökar sin andel användare från 20 procent år 2022 till 24 procent år 2023. Detta är den största ökningen bland alla tjänster år 2023. Tiktok ökar brett i befolkningen men främst bland 00-talister. Tiktok ökar också på vecko- och daglig basis. (Läs mer under *Tiktok*.)
- Twitter ökar andelen användare från 18 procent år 2022 till 20 procent år 2023, framför allt bland 90- och 00-talister. Twitter ökar även på vecko- och daglig basis. (Läs mer under *Twitter*.)

- Roblox ökar andelen användare från 7 procent år 2022 till 8 procent år 2023, främst bland 10-talister. (Läs mer under *Roblox*.)
- Reddit har ökat sin andel användare från 12 procent år 2022 till 14 procent år 2023, framför allt bland män födda på 90-talet som också är de som använder Reddit mest av alla (58%). Reddit ökar även på vecko- och daglig basis. *)
- Flashback har ökat sin andel användare från 19 procent år 2022 till 22 procent år 2023, Framför allt bland de födda på 00-talet, men även fler kvinnor födda på 70- och 80-talet använder Flashback år 2023. Flashback ökar även på vecko- och daglig basis. Flashback används allra mest av män födda på 80-talet (42%) vilka inte har ökat sin användning av tjänster jämfört med år 2022. *)

Instagram och Twitter används nästan lika mycket bland de födda före och efter millennieskiftet

Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna?

FÖDD PÅ 1900-TALET RESPEKTIVE 2000-TALET

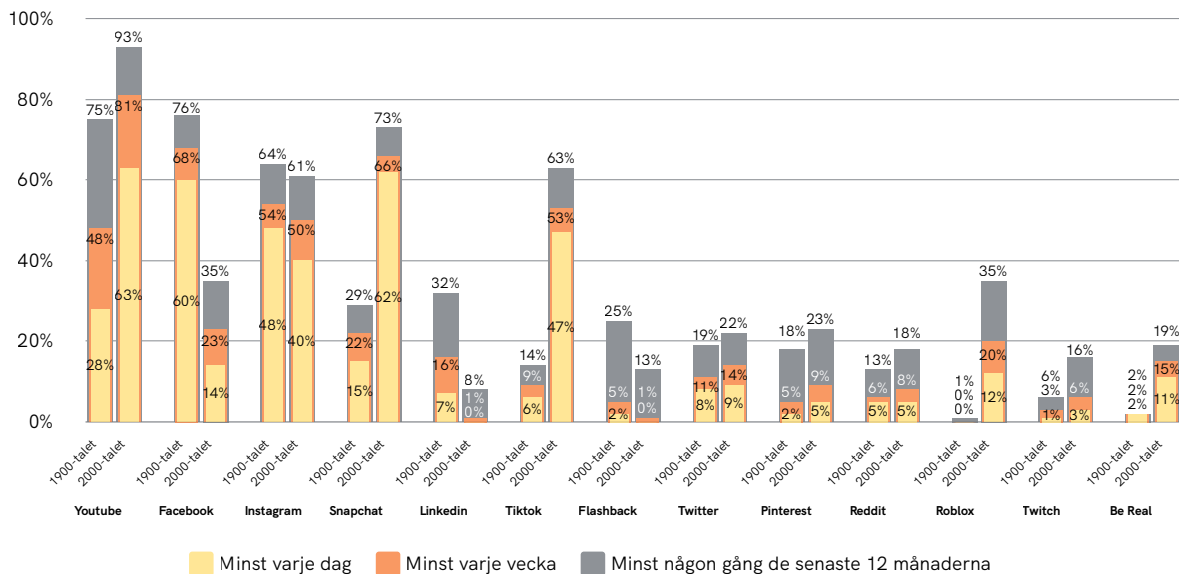


Diagram 9.4, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2023 (Studie 2)

Använder personer födda på 1900-talet och 2000-talet samma eller olika sociala medier?

Det går en skiljelinje som börjar bli tydlig mellan vilka sociala medier som används bland de födda på 1900-talet respektive 2000-talet. Det gäller framför allt om man tittar på i vilken omfattning olika sociala medier används och vilka tjänster som används mest.

Exempelvis är Facebook och Snapchat varandras motsatser i andel användare bland de födda före och efter millennieskiftet.

- 3 av 4 födda på 1900-talet använder Facebook och drygt var tredje använder Snapchat.
- 3 av 4 födda på 2000-talet använder Snapchat och drygt var tredje använder Facebook.
- Även LinkedIn och Roblox uppnår snarlika motsattnsförhållanden i andel användare bland de födda på 1900-talet respektive 2000-talet.
- De tjänster som används i mest jämnstor omfattning bland de födda före och efter millennieskiftet är Instagram och Twitter.

Vilka sociala medier används mest bland de födda på 1900-talet?

- De tre sociala medier som används mest av de födda på 1900-talet är Facebook, Youtube och Instagram. Facebook leder med knapp marginal över Youtube.
- Facebook ligger även i topp bland tjänsterna som de födda på 1900-talet använder mest varje vecka och varje dag, men här går Instagram om Youtube som kommer först på en tredje plats.
- På fjärde plats bland de födda på 1900-talet kommer LinkedIn, följt av Snapchat, Flashback och Twitter.

Vilka sociala medier används mest bland de födda på 2000-talet?

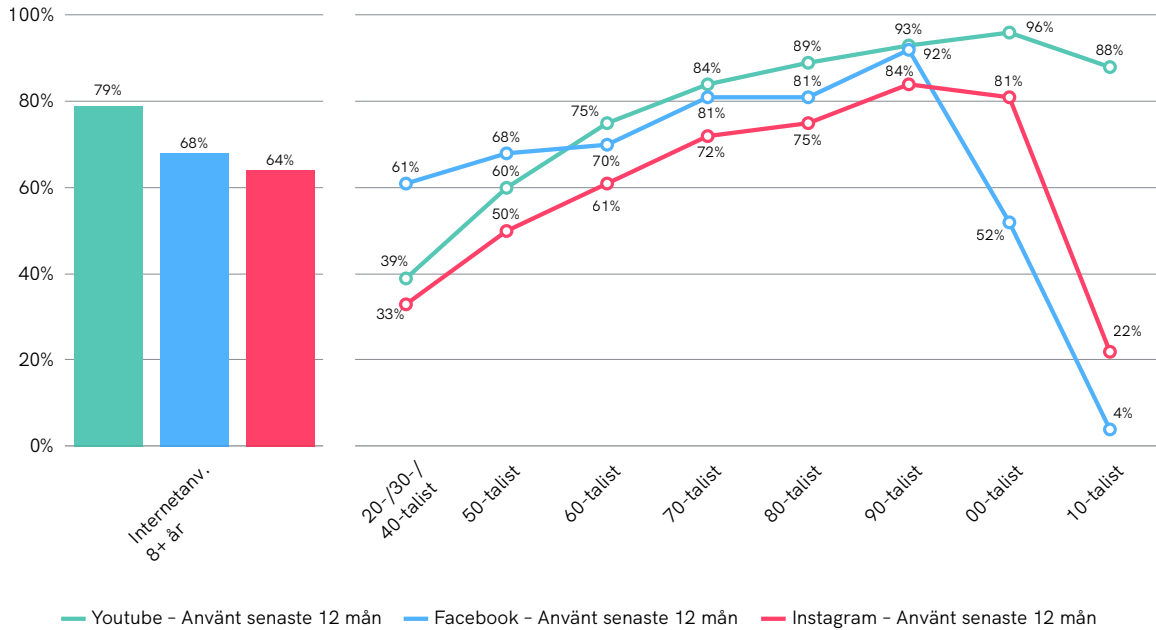
- De tre sociala medier som personer födda på 2000-talet använder mest är Youtube, Snapchat och Tiktok. Samma rangordning gäller även för användning på vecko- och daglig nivå.
- På daglig nivå är dock Youtube och Snapchat nästan jämnstora bland de födda på 2000-talet, med en knapp marginal för Youtube.
- På fjärde plats bland de födda på 2000-talet kommer Instagram, följt av Facebook och Roblox som innehar en delad femteplats.

Nu ska vi gå steget längre och se hur de största sociala medierna används av olika generationer, från 1920-talet fram till och med 2010-talet.

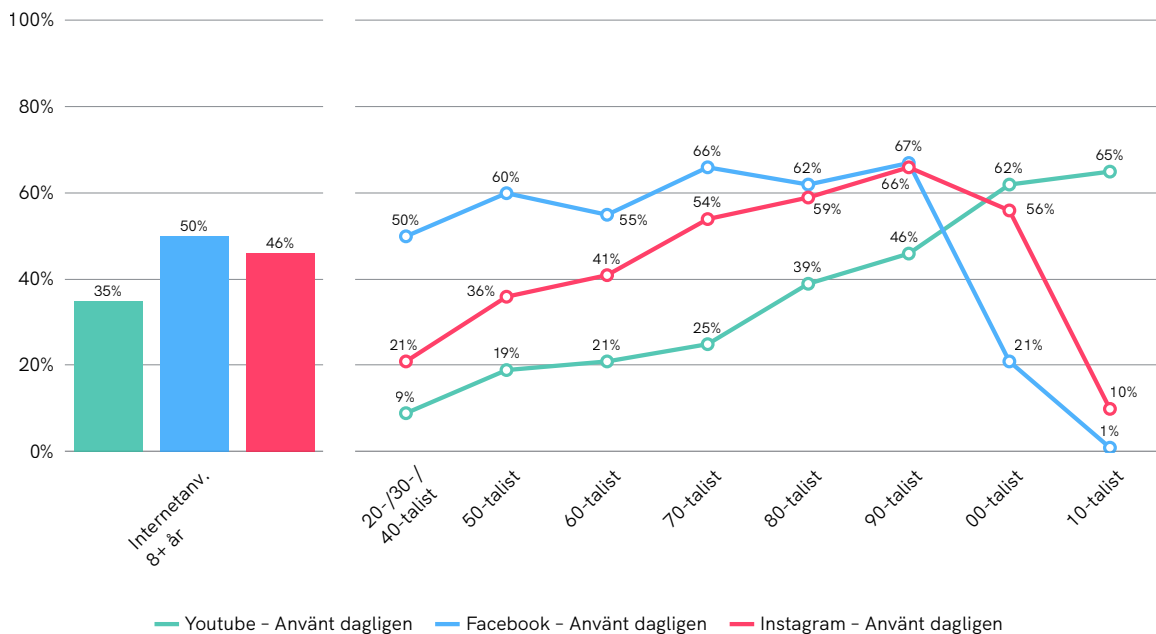
De största sociala medierna bland unga är Youtube, Snapchat, Tiktok och Roblox

Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna?

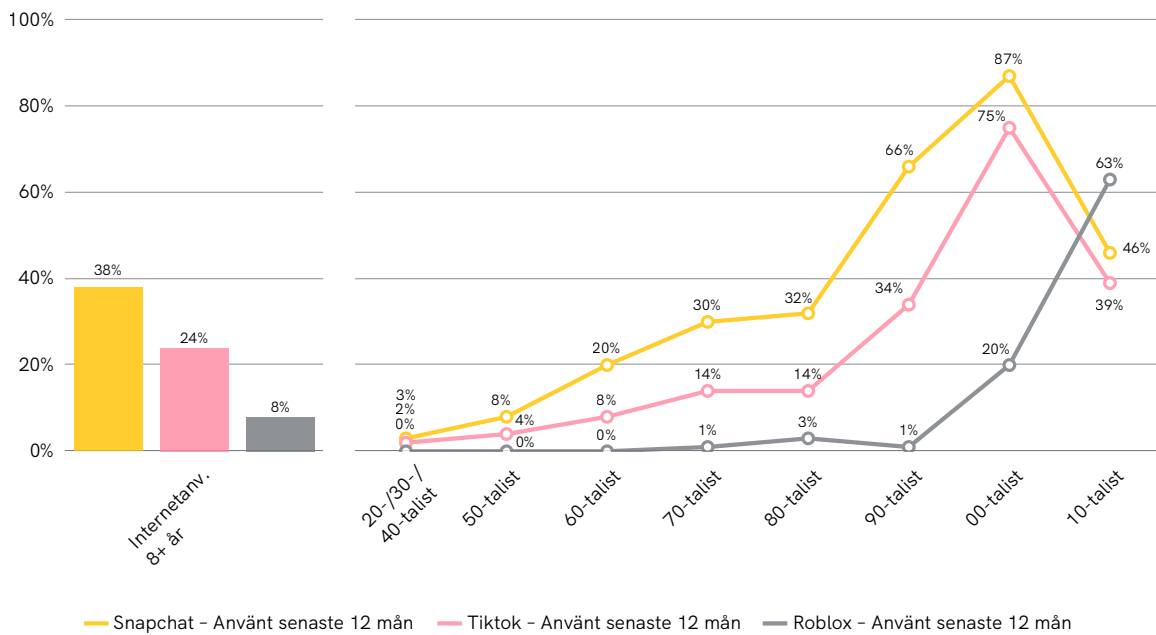
YOUTUBE, FACEBOOK, INSTAGRAM - ANVÄNT SENASTE 12 MÅNADERNA



YOUTUBE, FACEBOOK, INSTAGRAM - ANVÄNT DAGLIGEN



SNAPCHAT, TIKTOK, ROBLOX - ANVÄNT SENASTE 12 MÅNADERNA



SNAPCHAT, TIKTOK, ROBLOX - ANVÄNT DAGLIGEN

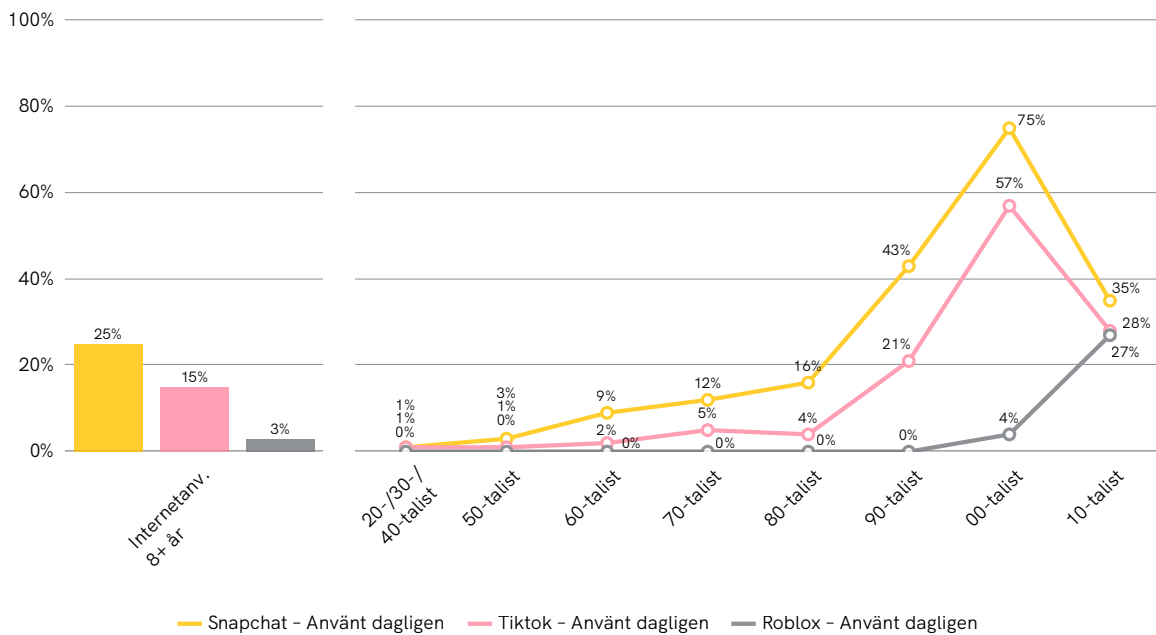


Diagram 9.5a-d. Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2023 (Studie 2)

Vilka sociala medier är topp tre i olika generationer?

De topp tre mest använda sociala medierna bland svenskarna är Youtube, Facebook och Instagram (Se *Diagram 9.2*). Ser vi till olika åldersgrupper är det dock inte alltid just dessa tre, eller i den ordningsföljden, som är de mest använda. Faktum är att det i olika generationer finns sex stycken sociala medier som kvalar in på topp-tre-positionerna. Det är Youtube, Facebook, Instagram, Snapchat, Tiktok och Roblox.

Nedan har vi listat topplaceringarna per generation. Användning av samtliga sociala medier per generation finns även redovisade i *Tabell 9.6*.

Topp tre sociala medier som används i respektive generation är följande:

- 10-talisterna: Youtube, Roblox, Snapchat
- 00-talisterna: Youtube, Snapchat, Instagram
- 90-talisterna: Youtube, Facebook, Instagram
- 80-talisterna: Youtube, Facebook, Instagram
- 70-talisterna: Youtube, Facebook, Instagram
- 60-talisterna: Youtube, Facebook, Instagram
- 50-talisterna: Facebook, Youtube, Instagram
- 20-, 30-, 40-talisterna: Facebook, Youtube, Instagram

Topp tre sociala medier som används varje dag i respektive generation är följande:

- 10-talisterna: Youtube, Snapchat och Tiktok
- 00-talisterna: Snapchat, Youtube och Tiktok
- 90-talisterna: Facebook, Instagram, Youtube
- 80-talisterna: Facebook, Instagram, Youtube
- 70-talisterna: Facebook, Instagram, Youtube
- 60-talisterna: Facebook, Instagram, Youtube
- 50-talisterna: Facebook, Instagram, Youtube
- 20-, 30-, 40-talisterna: Facebook, Instagram, Youtube

Vilka sociala medier används mest i olika åldersgrupper?

- Youtube intar topplaceringen i andel användare av alla sociala medier i alla generationer, utom bland de äldsta födda på 50-talet eller tidigare där istället Facebook ligger i topp.
- I generationerna från 1920- till och med 90-talet ligger Youtube, Facebook och Instagram som de topp tre mest använda sociala medierna, om än inte i samma ordningsföljd. Bland dessa personer tävlar framför allt LinkedIn, Snapchat, Twitter och Flashback om fjärde och femte plats. (Se *Tabell 9.6*.)
- De som är födda på 00- och 10-talet sticker ut genom att använda andra sociala medier än de födda innan millennieskiftet. Utöver Youtube intar Snapchat, Roblox och Tiktok topp-tre-placeringar bland dem.
- I daglig användning ligger Facebook i topp hos alla generationer utom bland de födda på 00- och 10-talet. Där intar Snapchat topplaceringen bland 00-talisterna och Youtube bland 10-talisterna.

- 90- och 00-talisterna använder flest sociala medier av alla generationer. De använder dock inte bara fler sociala medier än andra utan de använder de också mer än befolkningen i stort.
- 00-talisterna använder i princip alla sociala medier mer än genomsnittet av befolkningen, förutom Facebook och LinkedIn. De använder dessutom Youtube, Snapchat, Tiktok, Be Real, Twitch och Yubo mest av alla. (Se *Tabell 9.6.*)
- 90-talisterna använder flest sociala medier mest. De bräcker alla andra generationer när det gäller användning av Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Pinterest och Reddit som får sin topplacering bland 90-talisterna. (Se *Tabell 9.6.*)

Utöver de sex ovan nämnda sociala medierna har även Twitter, LinkedIn och Be Real egna avsnitt i rapporten. För en sammanfattande redovisning av användning för respektive tjänst se *Youtube, Facebook, Instagram, Snapchat, Tiktok, Twitter, LinkedIn, Roblox* eller *Be Real*.

Tabeller över vilka sociala medier som används av olika generationer år 2023

För den som vill fördjupa sig ytterligare i och jämföra hur olika generationer använder olika sociala medietjänster år 2023 har vi inkluderat två tabeller. Den gröna färgen visar vilka sociala medier som används av signifikant fler än totalen, det vill säga genomsnittet av befolkningen. Den röda färgen visar vilka som används av signifikant färre än totalen.

SOCIALA MEDIER SOM ANVÄNTS UNDER 2023:

Internetanvändare 8+ år: Använt senaste 12 månaderna	GENERATION:								
	Total	20-/30-/40- talist	50-talist	60-talist	70-talist	80-talist	90-talist	00-talist	10-talist
Youtube	79%	39%	60%	75%	84%	89%	93%	96%	88%
Facebook	68%	61%	68%	70%	81%	81%	92%	52%	4%
Instagram	64%	33%	50%	61%	72%	75%	84%	81%	22%
Snapchat	38%	3%	8%	20%	30%	32%	66%	87%	46%
Linkedin	27%	6%	17%	33%	41%	41%	43%	13%	1%
Tiktok	24%	2%	4%	8%	14%	14%	34%	75%	39%
Flashback	22%	5%	9%	18%	33%	42%	34%	20%	0%
Twitter	20%	4%	12%	14%	16%	23%	39%	33%	2%
Pinterest	19%	5%	11%	15%	17%	22%	32%	31%	7%
Reddit	14%	1%	1%	2%	8%	17%	40%	26%	3%
Roblox	8%	0%	0%	0%	1%	3%	1%	20%	63%
Twitch	8%	0%	0%	1%	2%	8%	19%	20%	9%
Be Real	6%	0%	0%	0%	1%	2%	10%	28%	2%
Mastodon	1%	0%	0%	0%	1%	0%	2%	2%	0%
Jodel	1%	0%	0%	0%	0%	1%	2%	2%	0%
Yubo	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%

 = Signifikant FLER än totalen  = Signifikant FÄRRE än totalen

DAGLIG ANVÄNDNING AV SOCIALA MEDIER 2023:

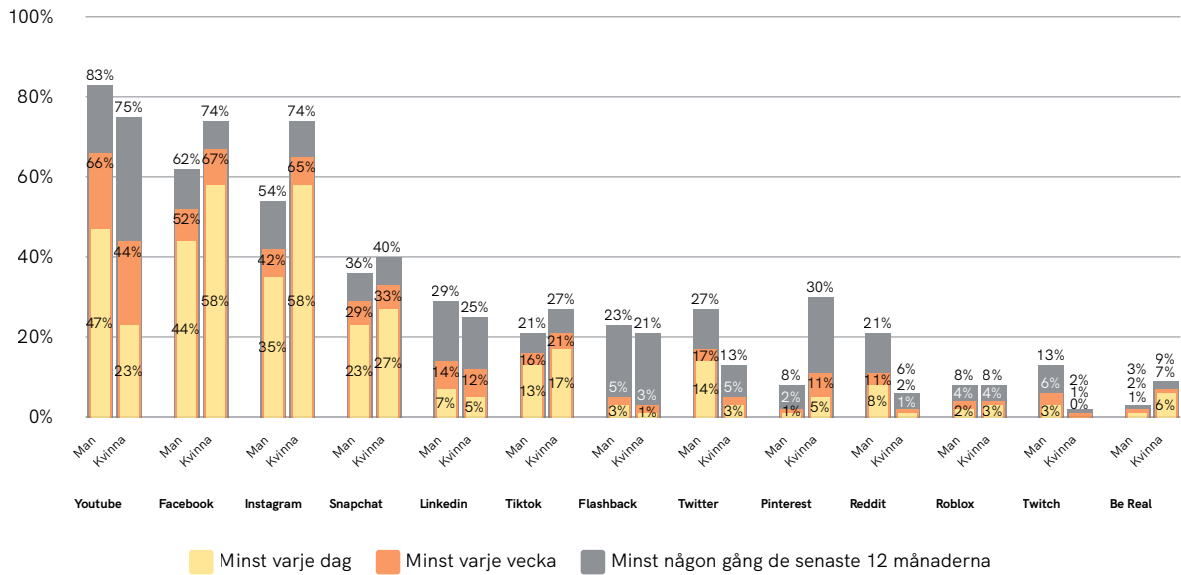
Internetanvändare 8+ år: Använt dagligen	GENERATION:								
	Total	20-/30-/40- talist	50-talist	60-talist	70-talist	80-talist	90-talist	00-talist	10-talist
Youtube	35%	9%	19%	21%	25%	39%	46%	62%	65%
Facebook	50%	50%	60%	55%	66%	62%	67%	21%	1%
Instagram	46%	21%	36%	41%	54%	59%	66%	56%	10%
Snapchat	25%	1%	3%	9%	12%	16%	43%	75%	35%
Linkedin	6%	1%	4%	9%	9%	8%	8%	0%	0%
Tiktok	15%	1%	1%	2%	5%	4%	21%	57%	28%
Flashback	2%	0%	1%	2%	3%	2%	4%	1%	0%
Twitter	9%	3%	5%	7%	8%	10%	15%	14%	0%
Pinterest	3%	0%	3%	2%	3%	2%	4%	6%	1%
Reddit	5%	0%	0%	0%	1%	3%	19%	7%	0%
Roblox	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%	27%
Twitch	2%	0%	0%	0%	1%	1%	5%	4%	1%
Be Real	3%	0%	0%	0%	1%	1%	6%	16%	0%
Mastodon	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%
Jodel	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Yubo	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

 = Signifikant FLER än totalen  = Signifikant FÄRRE än totalen

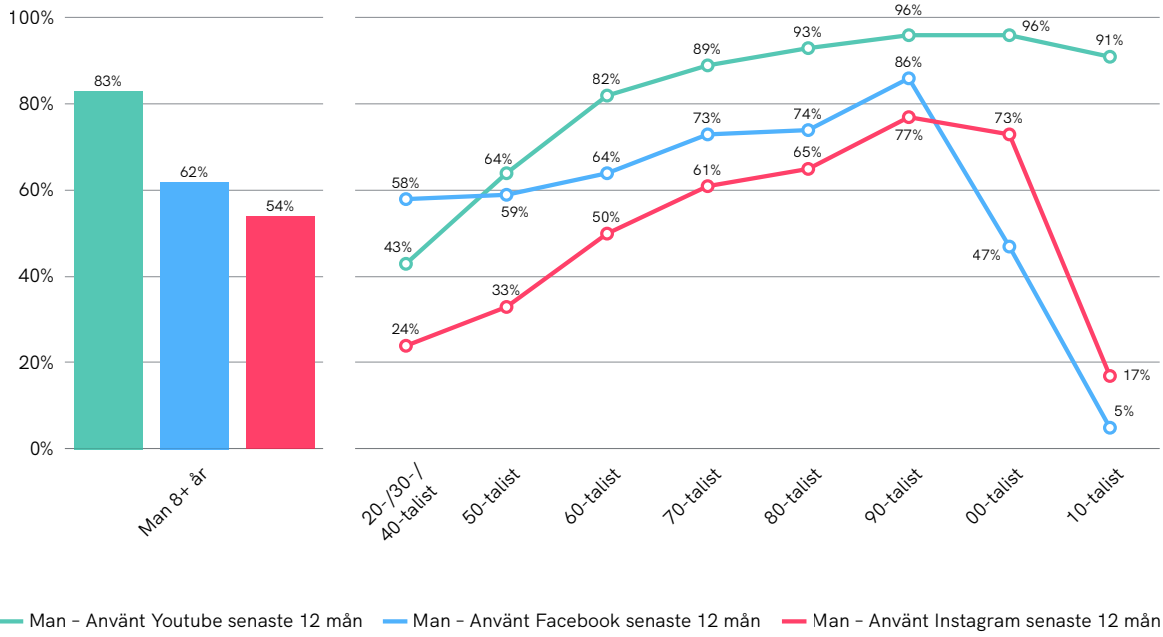
Tabell 9.6a-b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2023 (Studie 2)

Fler män är på Youtube och fler kvinnor är på Facebook och Instagram

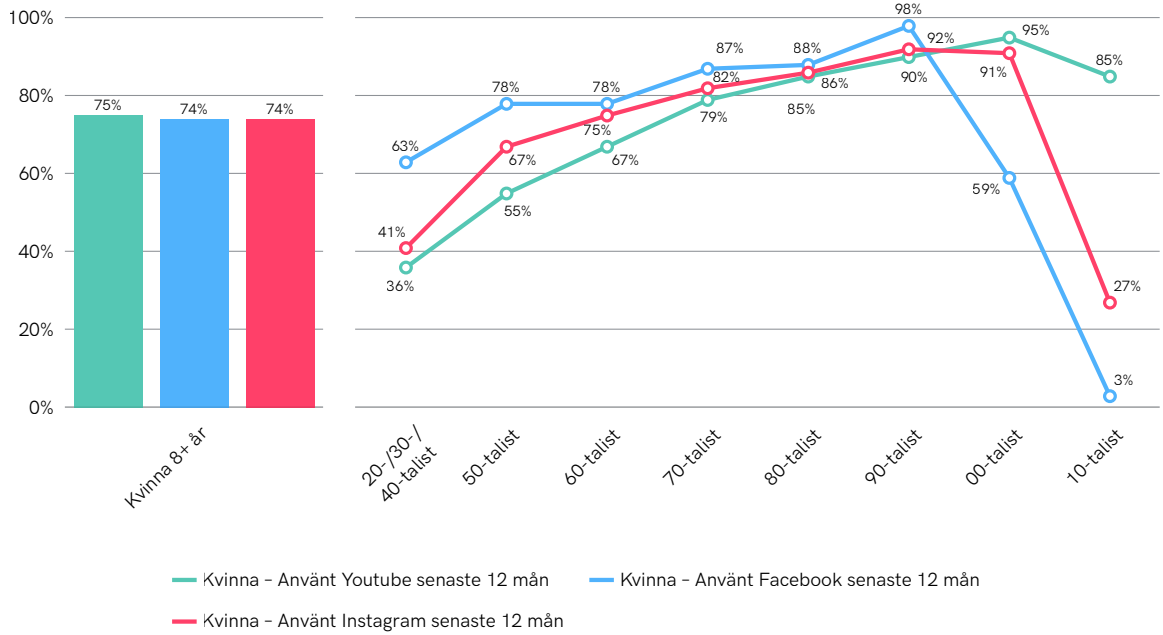
Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna?



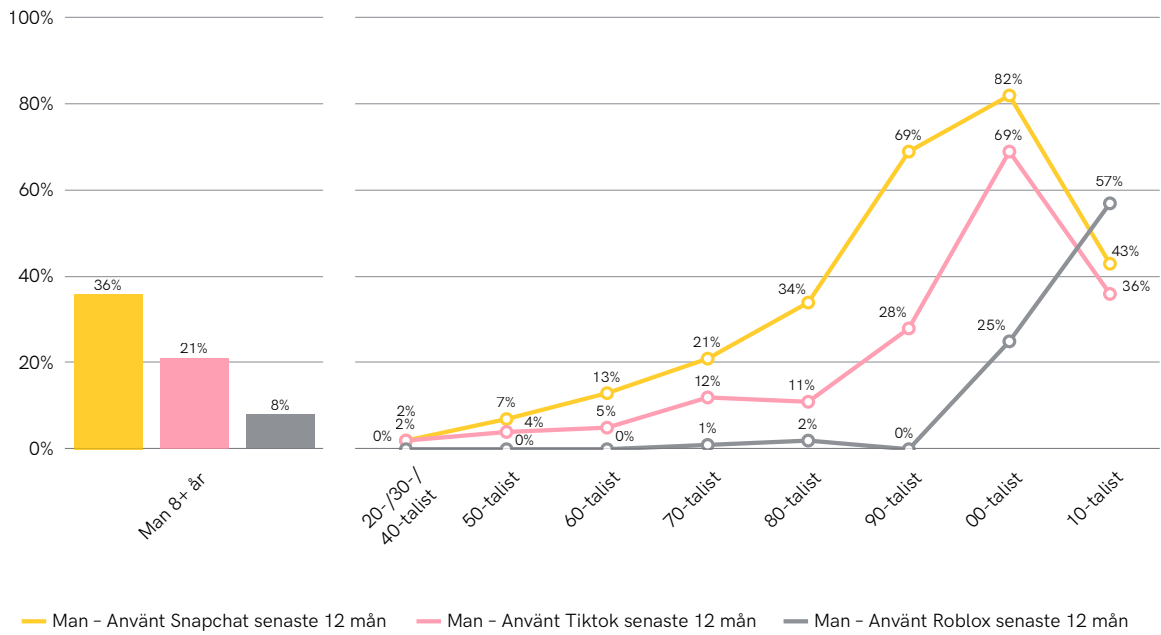
MAN - YOUTUBE, FACEBOOK, INSTAGRAM



KVINNA - YOUTUBE, FACEBOOK, INSTAGRAM



MAN - SNAPCHAT, TIKTOK, ROBLOX



KVINNA - SNAPCHAT, TIKTOK, ROBLOX

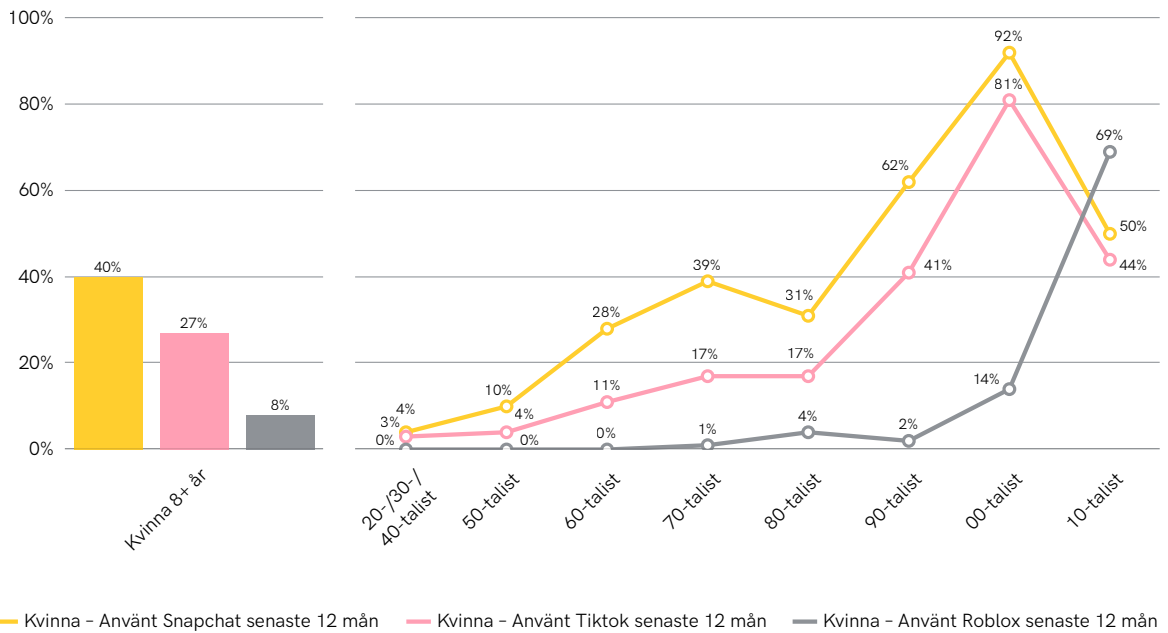


Diagram 9.7a-e, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2023 (Studie 2)

Vilka sociala medier används mest av män?

- Fler män än kvinnor använder Youtube, LinkedIn, Twitter, Reddit och Twitch.
- Bland de tre sociala medier som män använder mest dominerar Youtube, följt av Facebook och Instagram.

- Bland män är Youtube det mest använda sociala mediet i alla åldrar utom bland män födda på 20-, 30- och 40-talet som använder Facebook mer än Youtube. Bland män födda på 50- till och med 90-talet används Facebook näst mest, följt av Instagram.
- Män födda på 2000-talet har Youtube i topp men i övrigt skiljer sig deras tre mest använda sociala nätverksplattformar åt jämfört med de födda på 1900-talet.
- Efter Youtube använder män födda på 00-talet Snapchat mest, följt av Instagram. Pojkar födda på 10-talet använder Roblox näst mest, följt av Snapchat.
- Tiktok kvalar in som den fjärde mest använda sociala nätverksplattformen bland män födda på 2000-talet.
- Vad gäller Snapchat är det fler män födda på 80- och 90-talet än jämnåriga kvinnor som använder tjänsten. I alla andra åldrar är det fler kvinnor än män som använder Snapchat.

Vilka sociala medier används mest av kvinnor?

- Fler kvinnor än män använder Facebook, Instagram, Snapchat, Tiktok, Pinterest och Be Real.
- De tre sociala medier som kvinnor använder mest är Youtube, Facebook och Instagram och alla tre används i nästan lika stor utsträckning.
- Bland kvinnor födda på 1900-talet är Facebook den mest använda sociala nätverksplattformen, följt av Instagram. Youtube kommer först på tredje plats.
- Youtube är däremot det mest använda sociala mediet bland kvinnor födda på 2000-talet. Bland kvinnor födda på 00-talet används Snapchat näst mest, följt av Instagram. Flickor födda på 10-talet använder Roblox näst mest, följt av Snapchat.
- Flickor födda på 10-talet använder Roblox i högre grad än jämnåriga pojkar gör. Däremot använder kvinnor födda på 00-talet Roblox i lägre grad än jämnåriga män gör.
- Tiktok är det fjärde mest använda sociala mediet bland kvinnor födda på 2000-talet.

Tabeller över vilka sociala medier som används av män och kvinnor i olika åldrar år 2023

För den som vill fördjupa sig ytterligare i hur män och kvinnor i olika åldrar använder sociala medier år 2023 har vi inkluderat två tabeller. Den gröna färgen visar vilka sociala medier som används av signifikant fler än totalen, det vill säga genomsnittet av befolkningen. Den röda färgen visar vilka som används av signifikant färre än totalen.

MAN - SOCIALA MEDIER SOM ANVÄNTS UNDER 2023:

Internetanvändare 8+ år: Använt senaste 12 månaderna	GENERATION - MAN:									
	Total	Män 8+ år	20-/30-/ 40-talist	50-talist	60-talist	70-talist	80-talist	90-talist	00-talist	10-talist
Youtube	79%	83%	43%	64%	82%	89%	93%	96%	96%	91%
Facebook	68%	62%	58%	59%	64%	73%	74%	86%	47%	5%
Instagram	64%	54%	24%	33%	50%	61%	65%	77%	73%	17%
Snapchat	38%	36%	2%	7%	13%	21%	34%	69%	82%	43%
Linkedin	27%	29%	8%	17%	35%	46%	42%	47%	15%	1%
Tiktok	24%	21%	2%	4%	5%	12%	11%	28%	69%	36%
Flashback	22%	23%	3%	9%	22%	36%	42%	33%	21%	0%
Twitter	20%	27%	4%	14%	17%	26%	32%	54%	41%	2%
Pinterest	19%	8%	2%	5%	7%	9%	7%	18%	7%	2%
Reddit	14%	21%	1%	2%	3%	14%	30%	58%	37%	4%
Roblox	8%	8%	0%	0%	0%	1%	2%	0%	25%	57%
Twitch	8%	13%	0%	1%	2%	4%	13%	31%	31%	16%
Be Real	6%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	6%	14%	2%
Mastodon	1%	2%	0%	0%	1%	2%	0%	3%	5%	1%
Jodel	1%	1%	0%	0%	0%	0%	2%	2%	1%	1%
Yubo	1%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	1%

 = Signifikant FLER än totalen  = Signifikant FÄRRE än totalen

KVINNA - SOCIALA MEDIER SOM ANVÄNTS UNDER 2023:

Internetanvändare 8+ år: Använt senaste 12 månaderna	GENERATION - KVINNA:									
	Total	Kvinnor 8+ år	20-/30-/ 40-talist	50-talist	60-talist	70-talist	80-talist	90-talist	00-talist	10-talist
Youtube	79%	75%	36%	55%	67%	79%	85%	90%	95%	85%
Facebook	68%	74%	63%	78%	78%	87%	88%	98%	59%	3%
Instagram	64%	74%	41%	67%	75%	82%	86%	92%	91%	27%
Snapchat	38%	40%	4%	10%	28%	39%	31%	62%	92%	50%
Linkedin	27%	25%	5%	16%	30%	37%	41%	40%	10%	0%
Tiktok	24%	27%	3%	4%	11%	17%	17%	41%	81%	44%
Flashback	22%	21%	6%	9%	13%	30%	42%	34%	20%	0%
Twitter	20%	13%	5%	9%	10%	8%	13%	23%	24%	1%
Pinterest	19%	30%	7%	17%	26%	25%	39%	46%	56%	12%
Reddit	14%	6%	1%	0%	1%	3%	3%	21%	15%	1%
Roblox	8%	8%	0%	0%	0%	1%	4%	2%	14%	69%
Twitch	8%	2%	0%	0%	0%	0%	2%	6%	7%	1%
Be Real	6%	9%	0%	0%	1%	2%	3%	15%	44%	3%
Mastodon	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Jodel	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	4%	0%
Yubo	1%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	5%	0%

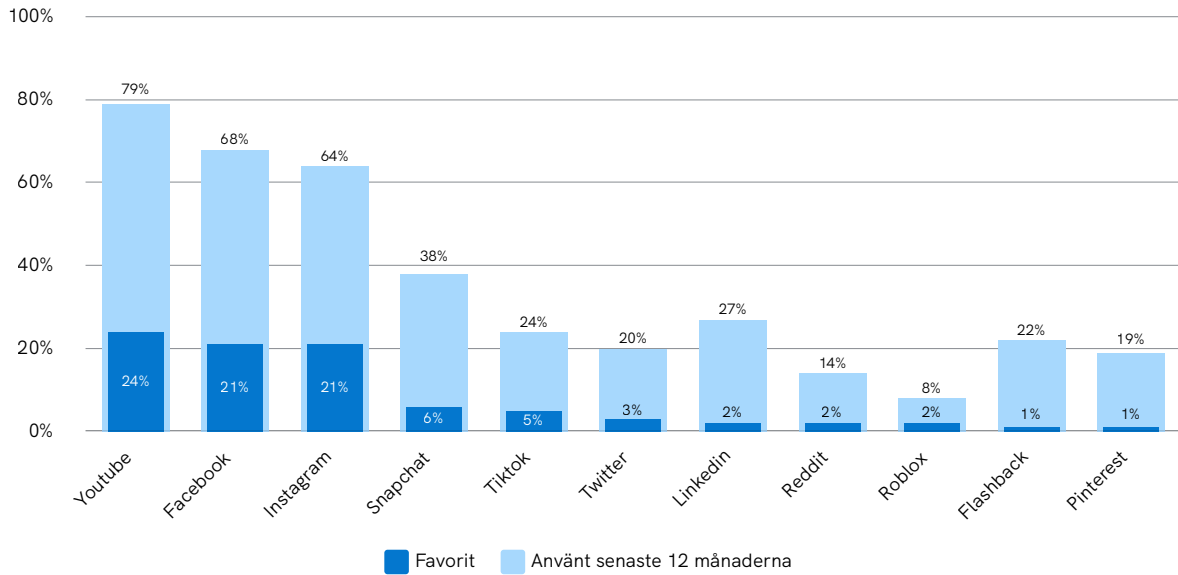
 = Signifikant FLER än totalen  = Signifikant FÄRRE än totalen

Tabell 9.8a-b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2023 (Studie 2)

VILKA SOCIALA MEDIER ÄR FAVORITER?

Youtube är svenskarnas favorit

Fråga: Om du bara får välja ett av alla sociala medier, vilket är då din favorit?



FÖDD PÅ 1900-TALET RESPEKTIVE 2000-TALET

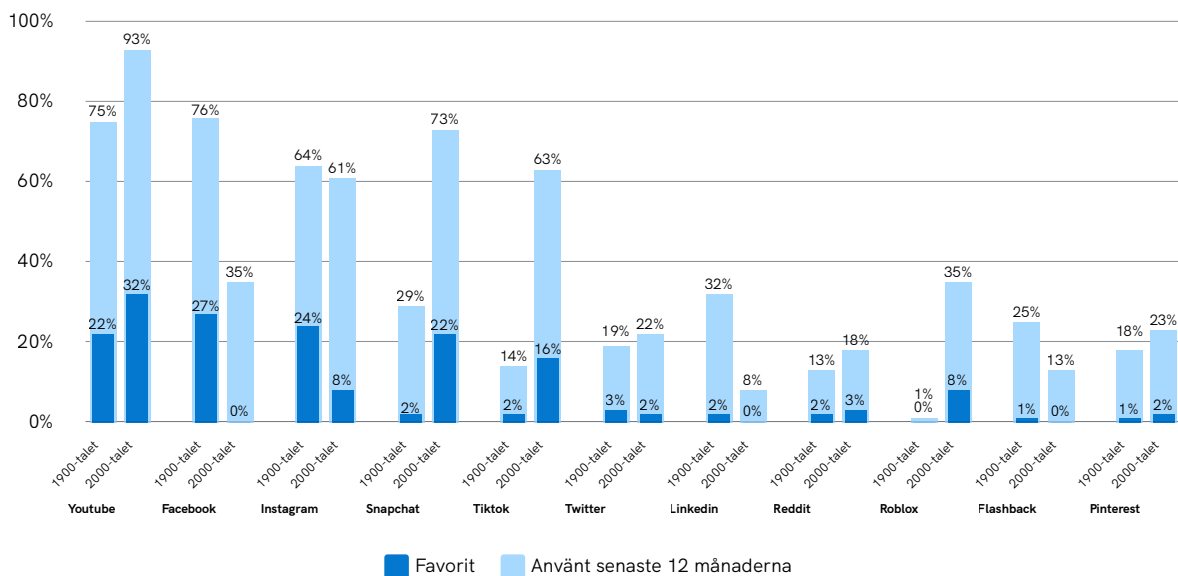


Diagram 9.9a-b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2023 (Studie 2)

Vilka sociala medier är svenskarnas favoriter?

- Bland internetanvändare 8 år eller äldre är Youtube favoriten av alla sociala nätverksplattformar. Var fjärde (24%) svensk har Youtube som favorit.

- På delad andra plats kommer Facebook och Instagram som var femte svensk (21%) har som favorit.
- På fjärde plats kommer Snapchat (6%) och på femte plats Tiktok (5%). Övriga sociala medier är det endast några få procent i befolkningen som har som favorit.

Vilka sociala medier är favoriter bland personer födda på 1900-talet?

- Bland de födda på 1900-talet är Facebook favoriten av alla sociala nätverksplattformar. Mer än var fjärde (27%) har Facebook som favorit.
- På andra plats kommer Instagram (24%) och på tredje plats Youtube (22%). Gapet till fjärdeplaceringen Twitter (3%) är stort.

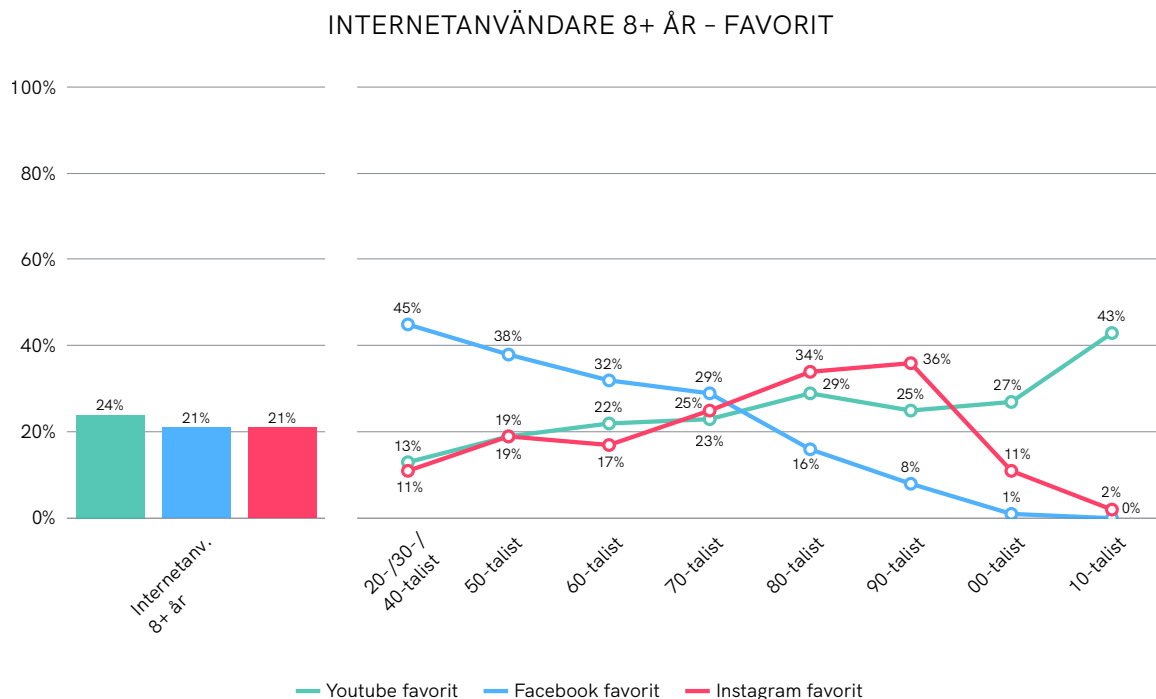
Vilka sociala medier är favoriter bland personer födda på 2000-talet?

- Bland de födda på 2000-talet är Youtube favoriten av alla sociala nätverksplattformar. Var tredje (32%) har Youtube som favorit.
- På andra plats kommer Snapchat (22%) och på tredje plats Tiktok (16%). På delad fjärdeplats kommer Roblox (8%) och Instagram (8%).
- I princip ingen, 0 procent, av de födda på 2000-talet har Facebook som favorit.

Har olika generationer olika favoriter och skiljer det sig något åt mellan män och kvinnor? Det tar vi reda på i *diagram 9.10a-c*.

Youtube favoriten bland män och Instagram bland kvinnor

Fråga: Om du bara får välja ett av alla sociala medier, vilket är då din favorit?



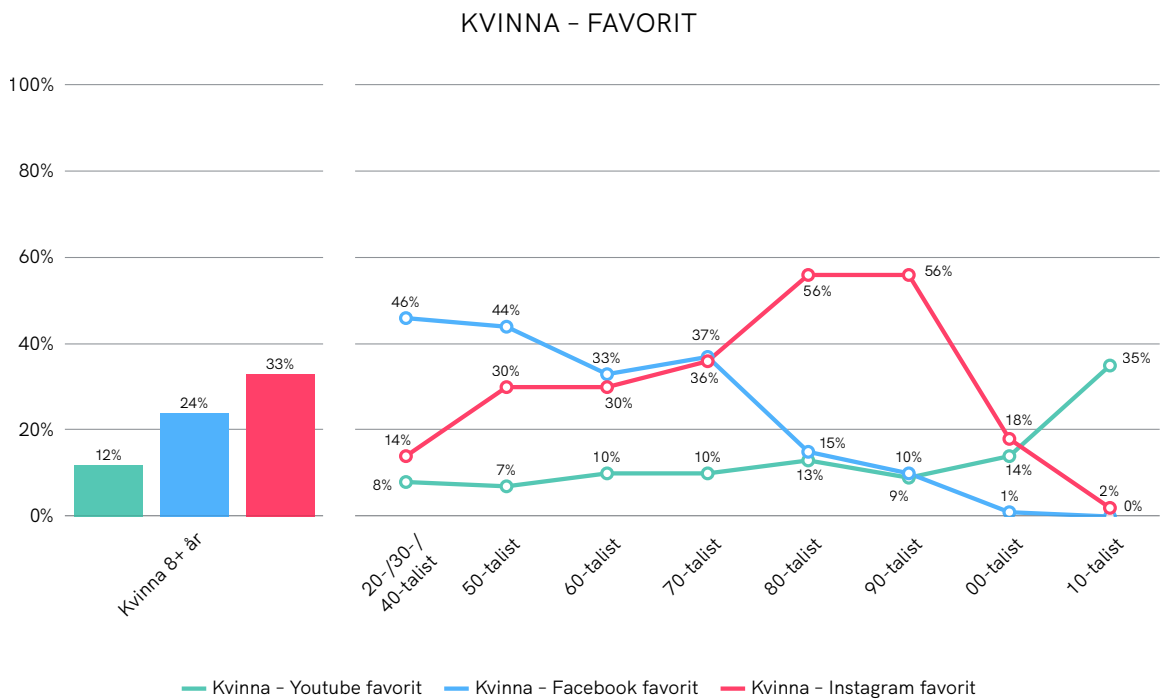
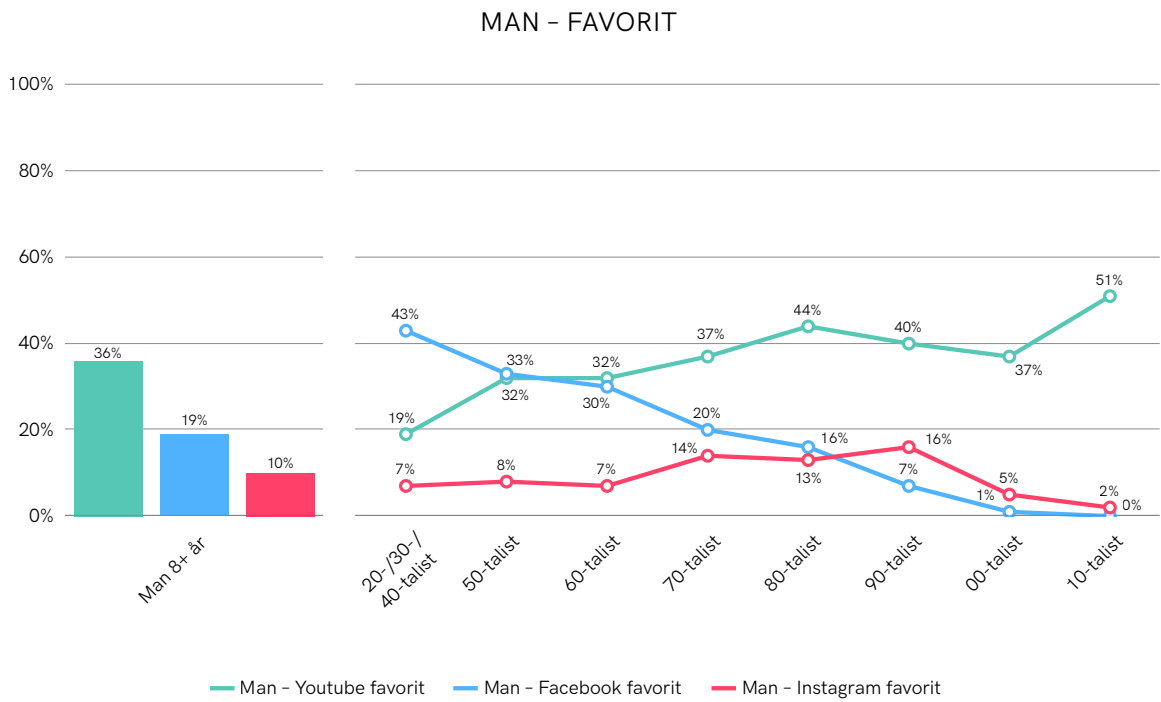


Diagram 9.10a-c, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2023 (Studie 2)

Bland vilka är Youtube, Facebook och Instagram favoriter?

- De mest populära sociala medierna är Youtube, Facebook och Instagram (se Diagram 9.9). I alla åldersgrupper födda på 1900-talet, från 20-talet till och med 90-talet, är någon av dessa tre sociala medieplattformar favoriten.

- Män och kvinnor har olika sociala medier som favoriter. Bland män är Youtube favoriten och bland kvinnor är Instagram favoriten. Facebook kommer på en andra placering hos dem båda.
- Youtube är överlägsen favorit bland män varav mer än var tredje har tjänsten som favorit. Youtube ligger etta i favoritskap bland män födda på 60-talet till och med 10-talet.
- Bland kvinnor är det endast de födda på 10-talet som har Youtube som favorit. Bara drygt var tionde kvinna har Youtube som favorit.
- Instagram är favoriten bland 80- och 90-talister och också kvinnornas storfavorit. Var tredje kvinna har Instagram som favorit. Bland kvinnor födda på 80- och 90-talet når Instagram en högre nivå som favorit (56%) än någon annan tjänst gör i någon åldersgrupp.
- Bland män är inte Instagram den största favoriten i någon generation. Endast var tionde man har Instagram som favorit.
- Instagram är en av de få tjänster som används i ungefär lika stor utsträckning av de födda på 1900-talet respektive 2000-talet (se *Diagram 9.9*). Dock är Instagram betydligt mer populär bland de födda på 1900-talet där tre gånger fler än de födda på 2000-talet har Instagram som favorit.
- Facebook är största favorit hos den äldre halvan av befolkningen. Kvinnor födda på 70-talet eller tidigare och män födda på 50-talet eller tidigare har framförallt Facebook som favorit.
- I jämförelse med Instagram och Facebook är Youtube favorit bland de födda på 2000-talet. Men de använder även andra sociala medier än de födda på 1900-talet. I *diagram 9.11* tar vi reda på vilka sociala medier som är favoriter bland de födda efter millennieskiftet.

För en sammanfattande redovisning av favoritskap av respektive tjänst, se *Youtube*, *Facebook* eller *Instagram*.

Snapchat favoriten bland unga kvinnor

Fråga: Om du bara får välja ett av alla sociala medier, vilket är då din favorit?



Diagram 9.11a-b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2023 (Studie 2)

Vilka sociala medier är favoriter bland ungdomar?

- Bland 00-talisterna är Snapchat favorit med en knapp marginal över tvåan Youtube. På tredje plats kommer Tiktok.
- Bland män födda på 00-talet är Youtube överlägsen favorit och bland kvinnorna är Snapchat allra mest populär.

- Endast 1 procent av 00-talisterna har Facebook som favorit och Instagram är populärast bland var tionde. Det är dock mer än tre gånger fler kvinnor än män som har Instagram som favorit bland 00-talisterna.

Vilka sociala medier är favoriter bland barn?

- Bland 10-talisterna är Youtube överlägsen favorit både bland flickor och pojkar.
- På andra plats kommer Roblox som favorit, följt av Tiktok och därefter Snapchat. Det gäller för både pojkar och flickor.
- Ingen av 10-talisterna har Facebook som favorit och Instagram är endast favoriten för 2 procent.

För en sammanfattande redovisning av favoritskap av respektive tjänst, se *Youtube, Facebook, Instagram, Snapchat, Tiktok* eller *Roblox*.

Vill du veta mer om popularitet bland sociala medier bland barn och ungdomar i olika skolåldrar? Se då avsnittet *Sociala medier bland barn och ungdomar*.

Instagram populärast bland sina användare

Fråga: Om du bara fick välja ett av alla sociala medier, vilket är då din favorit?

POPULARITET BLAND ANVÄNDARE AV RESPEKTIVE SOCIALT MEDIUM

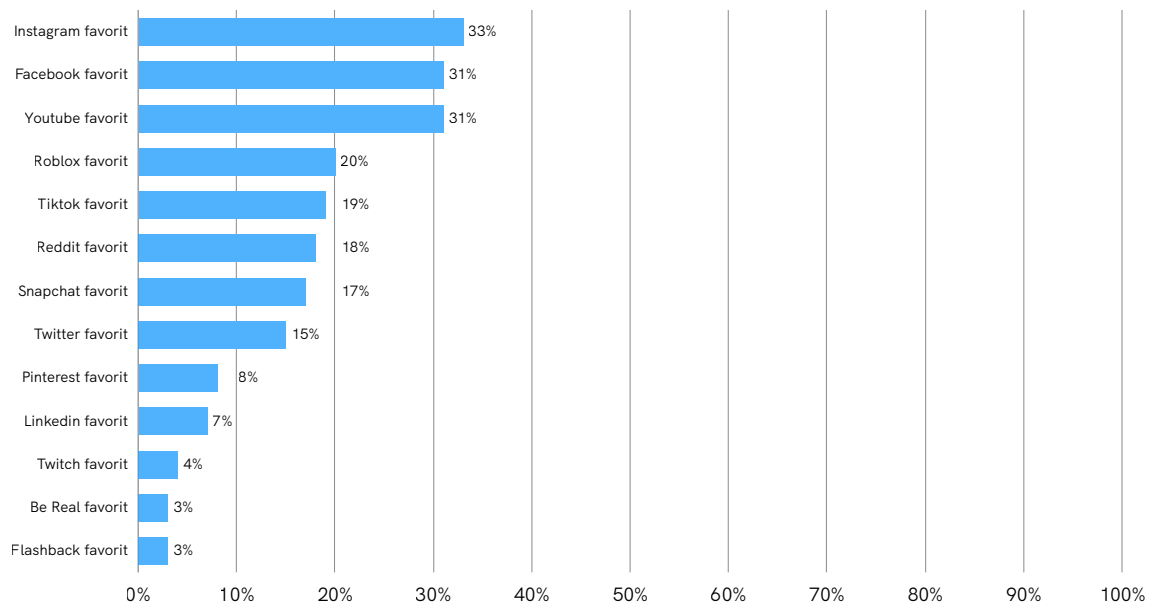


Diagram 9.12, Bas: Har använt respektive sociala medium de senaste 12 månaderna 8+ år, År 2023

Hur populära är sociala medier bland sina respektive användare?

Youtube, Facebook och Instagram är favoriter i befolkningen (se *Diagram 9.9*). Dessa sociala medier har också flest användare. Men hur ser rangordningen i favoritskap ut om man tittar på användarna av respektive tjänst? Det redovisar vi här.

- Instagram är den mest populära tjänsten bland sina användare. På listan över favoriter bland respektive användare kammar Instagram hem förstaplatsen.
- Facebook och Youtube kommer på en delad andra plats. Skillnaden är dock liten mellan tjänsterna i topp tre i popularitet bland sina respektive användare.
- På fjärde plats kommer Roblox som 2 av 10 av dess användare har som favorit. Femteplaceringen får Tiktok där nästan lika många användare anser att Tiktok är favoriten.
- Män och kvinnor som använder samma sociala nätverksplatser rankar dem olika i favoritskap.
- Youtube är överlägsen favorit bland män som använder tjänsten, följt av Facebook. Sedan seglar Reddit, Roblox och Twitter in på männens topp fem bland respektive användare.
- Instagram hamnar först på en sjätteplats bland männen. Dock ytterst marginellt, på decimalen, efter Roblox och Twitter. Man kan också säga att Roblox, Twitter och Instagram kommer på en delad fjärdeplats.

TIO-I-TOPP FAVORITER BLAND MÄN SOM ANVÄNT
RESPEKTIVE SOCIALT MEDIUM ÅR 2023:

1.	Youtube	44%
2.	Facebook	30%
3.	Reddit	20%
4.	Roblox	18%
5.	Twitter	18%
6.	Instagram	18%
7.	Tiktok	15%
8.	Snapchat	14%
9.	Linkedin	9%
10.	Flashback	5%

- Instagram är överlägsen favorit bland kvinnor som använder tjänsten, följt av Facebook. Sedan kommer Tiktok, Roblox och Snapchat på kvinnornas topp fem bland respektive användare. Youtube kommer först på en sjätteplacering bland kvinnor.

TIO-I-TOPP FAVORITER BLAND KVINNOR SOM ANVÄNT
RESPEKTIVE SOCIALT MEDIUM ÅR 2023:

1.	Instagram	45%
2.	Facebook	32%
3.	Tiktok	23%
4.	Roblox	21%
5.	Snapchat	20%
6.	Youtube	16%
7.	Pinterest	9%
8.	Reddit	9%
9.	Twitter	8%
10.	Linkedin	4%

- Männen och kvinnornas tio-i-topplistor över favoriter bland användarna av respektive tjänst innehåller nio gemensamma sociala medier. Utöver dessa finns Flashback med på männens lista och på kvinnornas Pinterest.

DRIVKRAFTER ATT ANVÄNDA SOCIALA MEDIER

Sociala medier används som underhållning och tidsfördriv

Fråga: Vilka av följande drivkrafter får dig att använda sociala medier generellt sett?
 Vilka tre drivkrafter skulle du säga är de som främst får dig att använda sociala medier?



TOPP TIO DRIVKRAFTER ATT ANVÄNDA SOCIALA MEDIER

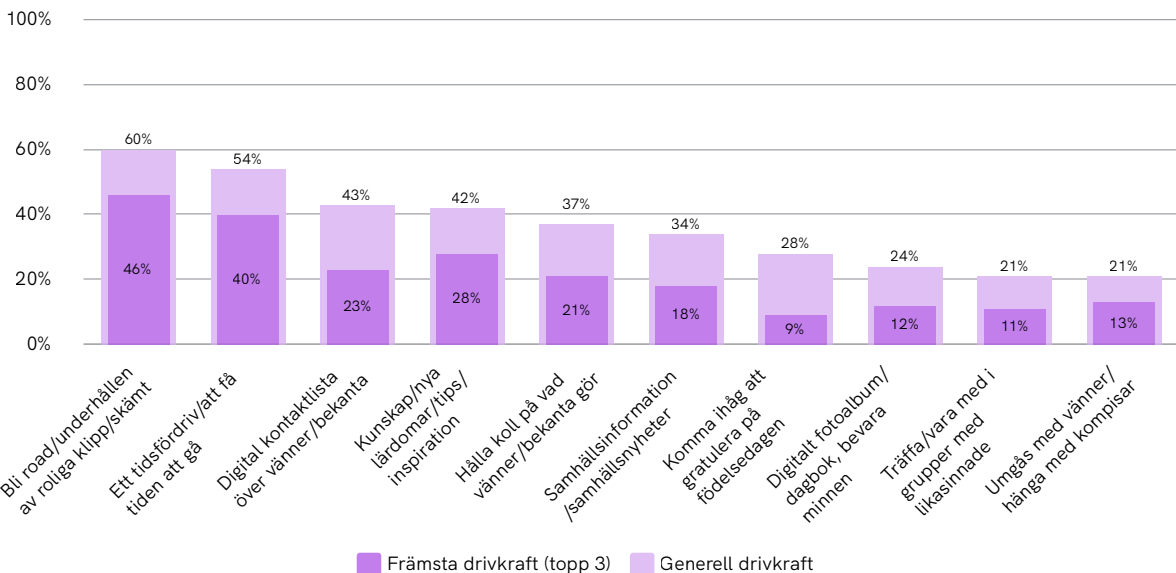


Diagram 9.13a-b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2023 (Studie 2)

Vilka är drivkrafterna att använda sociala medier?

- De två främsta drivkrafterna att använda sociala medier bland svenskarna är att bli road och underhållen av roliga klipp samt att använda tjänsterna som ett tidsfördriv för att få tiden att gå.
- På tredje och fjärde plats finns att använda sociala medier som en digital kontaktlista över vänner och bekanta samt som en källa för kunskap, tips, inspiration och nya lärdomar.
- Femteplaceringen handlar om att hålla koll på vad vänner och bekanta gör.
- Var tredje motiveras att använda sociala medier för att ta del av samhällsnyheter. För var femte är detta en av de främsta drivkrafterna. (Läs mer om att ta del av samhällsnyheter på sociala medier i *kapitel 7*.)
- Övriga topp tio drivkrafter att använda sociala medier är för att komma ihåg att gratulera vänner och bekanta på födelsedagen, använda tjänsterna som digitala fotoalbum eller dagböcker för att bevara minnen, vara med i grupper för att träffa likasinnade samt att hänga med kompisar.

Utöver de 18 drivkrafter vi jämför i vår undersökning kan det finnas ytterligare drivkrafter. För fördelning av samtliga 18 drivkrafter, se *tabellbilagan*.

Har män och kvinnor samma drivkrafter att använda sociala medier?

- Män och kvinnor har samma topp tio drivkrafter för att använda sociala medier, dock inte i samma ordning. Nedan följer tio i topp främsta drivkrafter för män respektive kvinnor:

DE FRÄMSTA DRIVKRAFTERNA BLAND MÄN ATT ANVÄNDA SOCIALA MEDIER:

1.	Bli road/underhållen av roliga klipp/skämt	51%
2.	Ett tidsfördriv/att få tiden att gå	43%
3.	Kunskap/nya lärdomar/tips/inspiration	28%
4.	Samhällsinformation/samhällsnyheter	20%
5.	Digital kontaktlista över vänner/bekanta	20%
6.	Hålla koll på vad vänner/bekanta gör	15%
7.	Umgås med vänner/hänga med kompisar	13%
8.	Träffa/vara med i grupper med likasinnade	9%
9.	Komma ihåg att gratulera på födelsedagen	9%
10.	Digitalt fotoalbum/dagbok, för att bevara minnen	6%

DE FRÄMSTA DRIVKRAFTERNA BLAND KVINNOR
ATT ANVÄNDA SOCIALA MEDIER:

1.	Bli road/underhållen av roliga klipp/skämt	41%
2.	Ett tidsfördriv/att få tiden att gå	37%
3.	Hålla koll på vad vänner/bekanta gör	28%
4.	Digital kontaktlista över vänner/bekanta	27%
5.	Kunskap/nya lärdomar/tips/inspiration	27%
6.	Digitalt fotoalbum/dagbok, för att bevara minnen	20%
7.	Samhällsinformation/samhällsnyheter	16%
8.	Umgås med vänner/hänga med kompisar	14%
9.	Träffa/vara med i grupper med likasinnade	13%
10.	Komma ihåg att gratulera på födelsedagen	10%

- I topp både för män och kvinnor är drivkraften att bli road och använda tjänsterna som ett tidsfördriv. Detta ger dock fler män än kvinnor motivation att använda sociala medier.
- Fler kvinnor än män har istället mer "sociala drivkrafter", som att hålla koll på vad vänner och bekanta gör samt använda sociala medier som en digital kontaktlista.
- Det som särskiljer män och kvinnor mest är att en betydligt större andel kvinnor motiveras att använda sociala medier som ett digitalt fotoalbum eller dagbok för att besvara minnen.

Är drivkrafterna olika för olika åldrar? Svaret finner du i *diagram 9.14*.

Pensionärer motiveras att använda sociala medier för att ha en digital kontaktlista över vänner

Fråga: Vilka tre drivkrafter skulle du säga är de som främst får dig att använda sociala medier?

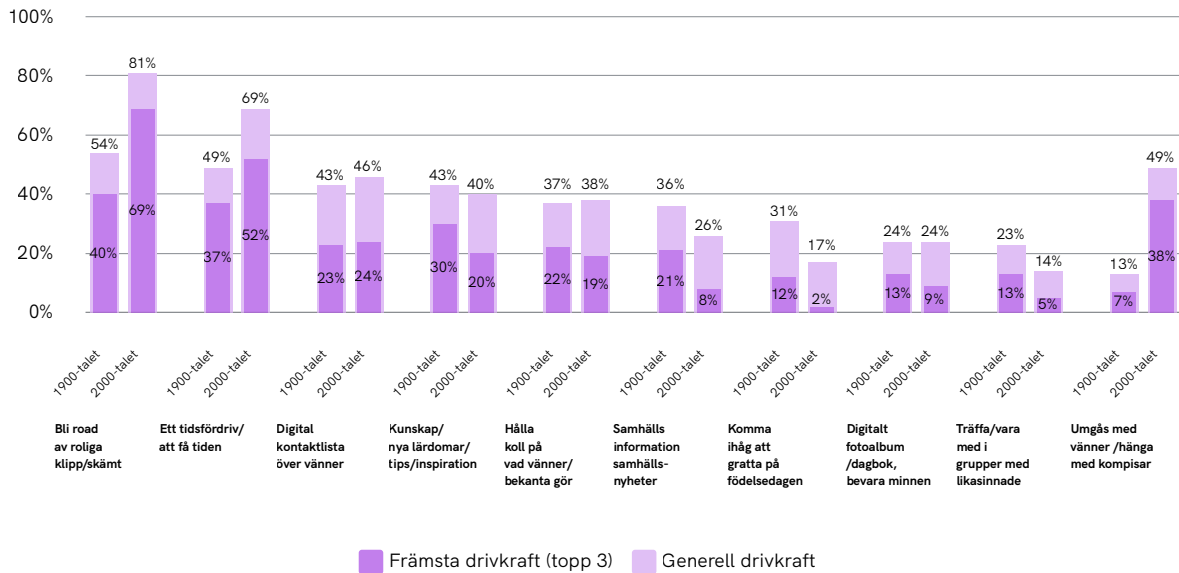


Diagram 9.14, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2023 (Studie 2)

Vilka är de främsta drivkrafterna att använda sociala medier i olika åldrar?

- De två främsta drivkrafterna att använda sociala medier hos befolkningen är desamma för de födda på 1900-talet respektive 2000-talet. Det vill säga att bli road och underhållen av roliga klipp samt att använda de sociala tjänsterna som ett tidsfördriv som får tiden att gå. De är dock mycket starkare drivkrafter bland de yngre och mattas sedan av något i och med att andra drivkrafter blir viktigare med stigande ålder.
- Utöver att bli roade och fördriva tiden motiveras de födda på 2000-talet att använda sociala medier för att umgås med kompisar. 4 av 10 av de unga har umgänge som främsta drivkraft vilket är fem gånger mer än av personer födda på 1900-talet. (Läs mer under *Umgänge på sociala medier.*)
- De födda på 1900-talet motiveras mer än de yngre av att använda sociala medier för bland annat samhällsnyheter, för att gratulera på födelsedagen och för att vara med i grupper med likasinnade.
- Bland pensionärer är inte att bli road den främsta drivkraften att använda sociala medier. Deras främsta drivkrafter att använda sociala medier är istället att ha en digital kontaktlista över vänner och bekanta, att ta del av samhällsnyheter samt få kunskap, tips och inspiration.

- Pensionärer motiveras också mer än befolkningen i stort att använda sociala medier för att gratulera vänner och bekanta på födelsedagen. Det gäller framför allt de allra äldsta som är 75 år eller äldre där gratulationer är den näst största drivkraften.

Nedan följer en topplista över de främsta drivkrafterna bland pensionärer att använda sociala medier. De fetmarkerade siffrorna visar vilka drivkrafter som signifikant fler pensionärer motiveras av jämfört med befolkningen i stort.

	Pensionärer	Yngre pensionärer 65-75 år	Äldre pensionärer 75+ år	Internet-användare 8+ år
1. Som en digital kontaktlista över vänner/bekanta	24%	25%	22%	(23%)
2. För samhällsinformation/ samhällsnyheter	22%	24%	17%	(18%)
3. För kunskap/nya lärdomar/ tips/inspiration	22%	25%	16%	(28%)
4. Bli road/underhållen av roliga skämt/klipp	18%	22%	12%	(46%)
5. Ett tidsfördriv/att få tiden att gå	18%	22%	11%	(40%)
6. Komma ihåg att gratulera vänner på födelsedagen	18%	17%	20%	(9%)
7. För att träffa/vara med i grupper med likasinnade	14%	16%	10%	(11%)
8. Hålla koll på vad vänner/bekanta gör	14%	15%	11%	(21%)
9. Som ett digitalt fotoalbum eller dagbok för att bevara minnen	10%	8%	9%	(12%)
10. För att uttrycka mina åsikter/göra min röst hörd	5%	5%	6%	(3%)

Vill du veta mer om drivkrafter att använda sociala medier bland barn och ungdomar i olika skolåldrar, se *Diagram 9.22*.

De som har Twitter eller Facebook som favorit drivs av mer än andra att uttrycka sina åsikter

Fråga: Vilka tre drivkrafter skulle du säga är de som främst får dig att använda sociala medier?

Internetanvändare 8+ år: Främsta drivkrafter (Topp 3)	FAVORIT:						
	Total	Youtube	Facebook	Instagram	Snapchat	Tiktok	Twitter
Bli road/underhållen av roliga klipp/skämt	46%	62%	29%	47%	58%	80%	35%
Ett tidsfördriv/ att få tiden att gå	40%	44%	34%	45%	44%	59%	40%
För kunskap/nya lärdomar/ tips/inspiration	28%	42%	22%	27%	9%	15%	46%
Som en digital kontaktlista över vänner/bekanta	23%	16%	34%	30%	41%	17%	21%
Hålla koll på vad vänner/ bekanta gör	21%	12%	28%	39%	29%	19%	15%
För samhällsinformation/ samhällsnyheter	18%	22%	19%	14%	10%	4%	59%
Umgås med vänner/ hänga med kompisar	13%	12%	8%	10%	44%	35%	10%
Som ett digitalt fotoalbum eller dagbok för att bevara minnen	12%	4%	16%	25%	20%	13%	3%
För att träffa/vara med i grupper med likasinnade	11%	7%	23%	12%	4%	4%	2%
För att komma ihåg och gratulera vänner/bekanta på födelsedagen	9%	6%	24%	7%	2%	2%	9%
För shopping/ försäljning	4%	4%	7%	3%	5%	8%	4%
För att visa att jag finns, vem jag är och vad jag gör	3%	2%	4%	5%	1%	4%	3%
För att uttrycka mina åsikter/ göra min röst hörd	3%	2%	7%	2%	0%	3%	11%
Det är en plats som gynnar min karriär	3%	3%	2%	1%	1%	0%	11%
För uppdateringar om kändisar/artister	2%	3%	0%	3%	2%	5%	0%
För att få nyheter/erbjudande från varumärken/företag jag följer	2%	2%	1%	3%	1%	2%	7%
Som en mötesplats att träffa nya vänner/kompisar	1%	1%	1%	0%	2%	2%	3%
Nätdejta/ träffa kärleken	0%	1%	0%	0%	1%	1%	0%

 = Signifikant FLER än totalen  = Signifikant FÄRRE än totalen

Tabell 9.15, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2023 (Studie 2)

Vilka drivkrafter finns att använda sociala medieplattformar?

Här tittar vi på vilka drivkrafter som är överrepresenterade bland de som har olika sociala medier som favorit. Vi jämför med befolkningen i stort och har utgått från de främsta drivkrafterna att använda sociala medier, det vill säga drivkrafter som användarna angivit som topp tre.

Den gröna färgen visar vilka drivkrafter som är överrepresenterade per favoritnätverksplats jämfört mot totalen, det vill säga befolkningen i genomsnitt. Den

röda färgen visar vilka som är underrepresenterade och den vita färgen betyder ingen signifikant förändring jämfört med den genomsnittliga befolkningen.

De som motiveras att använda sociala medier...

- ...för att bli roade och underhållna av roliga klipp har oftast Tiktok som favorit. Även de som har Youtube eller Snapchat som favorit motiveras mer ofta än andra att använda sociala medier för att bli roade och underhållna.
- ... som ett tidsfördriv, för att få tiden att gå, har oftast Tiktok som favorit. Även de som har Instagram eller Youtube som favorit motiveras mer ofta att använda sociala medier som ett tidsfördriv.
- ... för att få kunskap, nya lärdomar, tips och inspiration har oftast Twitter eller Youtube som favorit.
- ... som en digital kontaktlista över vänner och bekanta har mer ofta Snapchat, Facebook eller Instagram som favorit.
- ... för att hålla koll på vad vänner och bekanta gör har oftast Instagram som favorit. Även de som Snapchat eller Facebook som favorit motiveras mer ofta att använda sociala medier för att få koll på vad vännerna gör.
- ...för att ta del av samhällsnyheter och samhällsinformation har oftast Twitter som favorit. Även de som har Youtube som favorit drivs mer ofta än andra att använda sociala medier för att ta del av samhällsnyheter.
- ...för att umgås med vänner och hänga med kompisar har oftast Snapchat som favorit. Även de som har Tiktok som favorit motiveras mer ofta att använda sociala medier för att umgås.
- ...som ett digitalt fotoalbum eller dagbok för att bevara minnen har oftast Instagram som favorit. Även de som har Snapchat eller Facebook som favorit motiveras mer ofta att använda sociala medier som digitala dagböcker och fotoalbum.
- ...för att träffa likasinnade och vara med i grupper har oftast Facebook som favorit.
- ...för shopping och försäljning har oftast Tiktok eller Facebook som favorit.
- ... för att visa att de finns, vem de är och vad de gör har mer ofta Instagram eller Facebook som favorit.
- ...för att uttrycka sina åsikter och göra sin röst hörd har oftast Twitter som favorit. Även de som har Facebook som favorit motiveras mer ofta att använda sociala medier för att uttrycka sina åsikter.
- ...som en plats som gynnar deras karriär har oftast Twitter som favorit. Andelen som har Linkedin som favorit är för liten för att kunna särredovisas men denna drivkraft tenderar vara starkt överrepresenterad bland dem. *)
- ...för uppdateringar om kändisar och artister har mer ofta Tiktok eller Youtube som favorit.

- ...att få nyheter och erbjudande från företag och varumärken de följer har oftast Twitter som favorit. Även de som har Instagram som favorit motiveras mer ofta att använda sociala medier för att ta del av erbjudanden och nyheter från företag och varumärken de följer.

Anledningen till att endast dessa sex sociala medier finns med i tabellen är att de är de enda som tillräckligt många i befolkningen har som favorit för att de ska kunna särredovisas.

Vill du ha en sammanfattning av vilka drivkrafter som är överrepresenterade bland respektive tjänst, se *Youtube, Facebook, Instagram, Snapchat, Tiktok* eller *Twitter*.

UMGÄNGE PÅ SOCIALA MEDIER

Hälften av alla unga använder sociala medier för att umgås med kompisar

Fråga: Vilka av följande drivkrafter får dig att använda sociala medier generellt sett?
 Vilka tre drivkrafter skulle du säga är det som främst får dig att använda sociala medier?

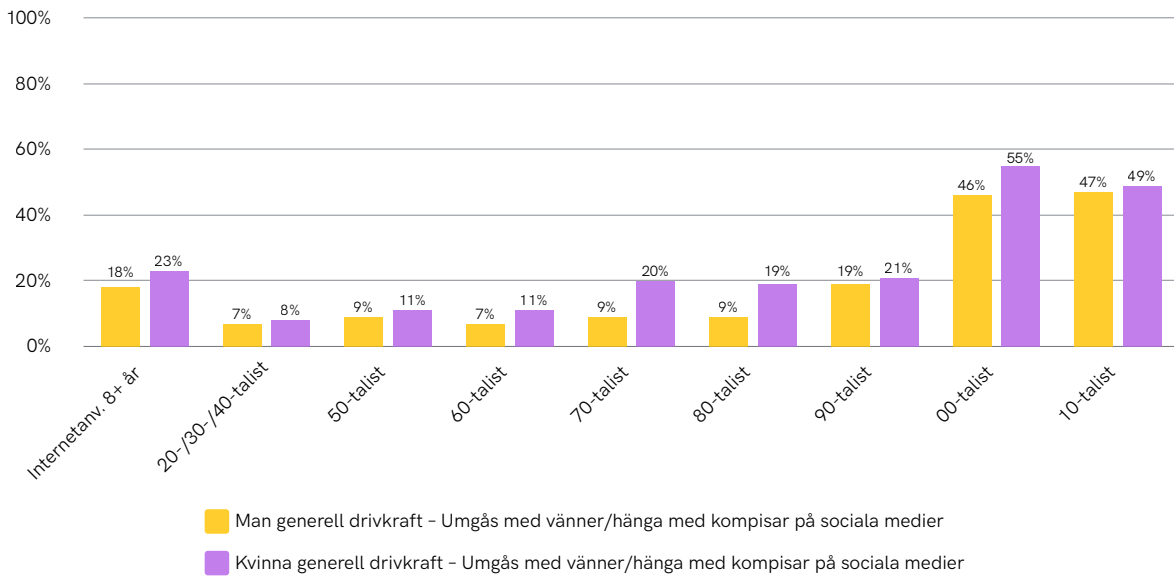
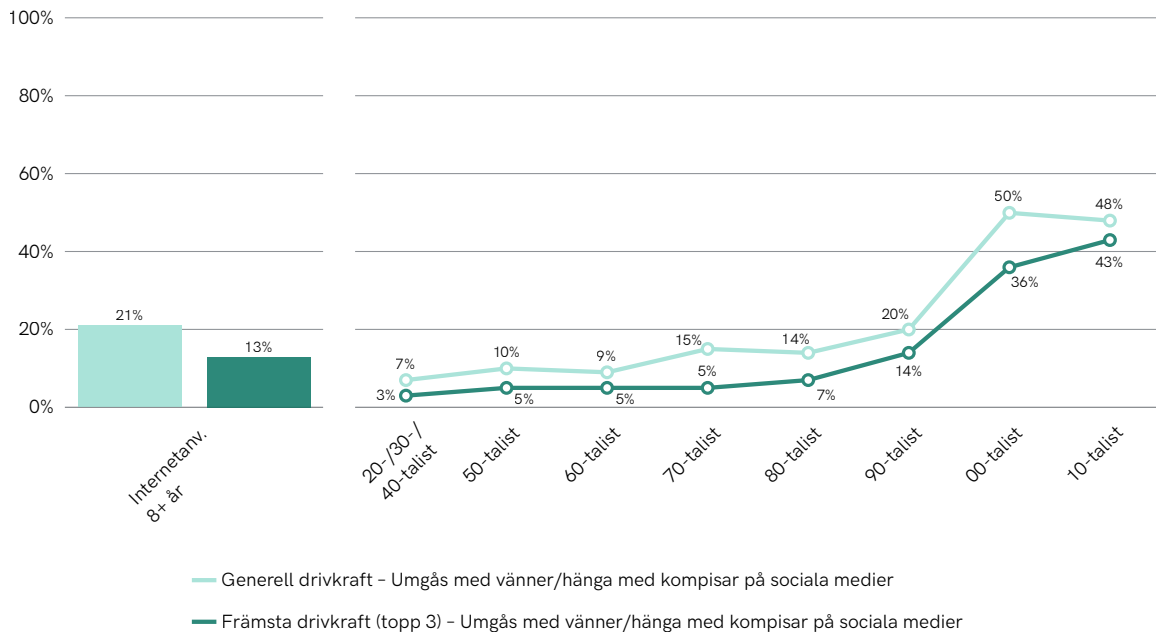


Diagram 9.16a-b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2023 (Studie 2)

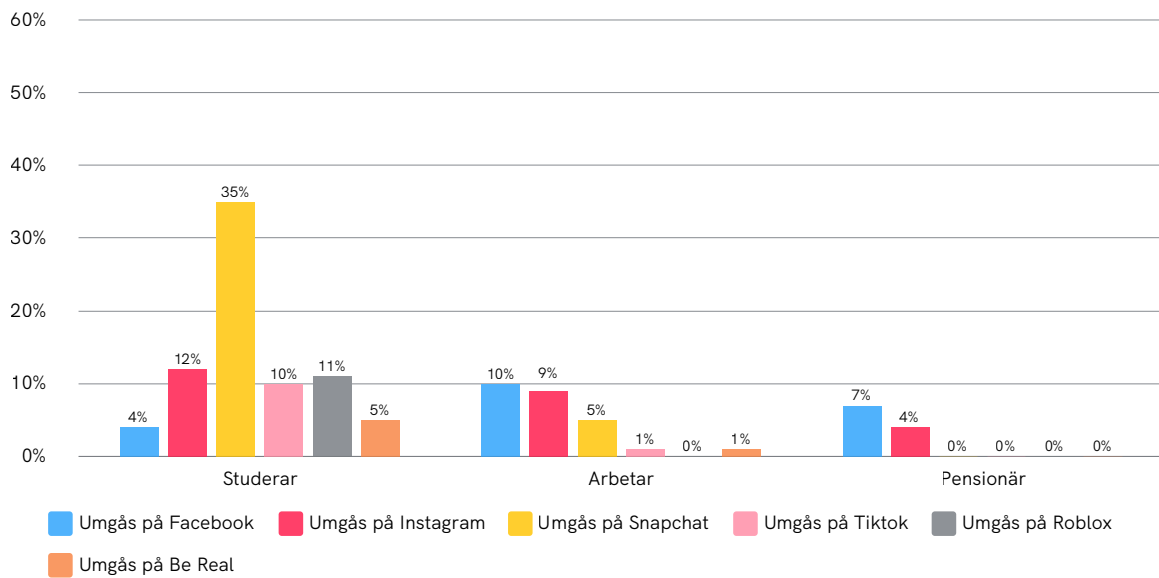
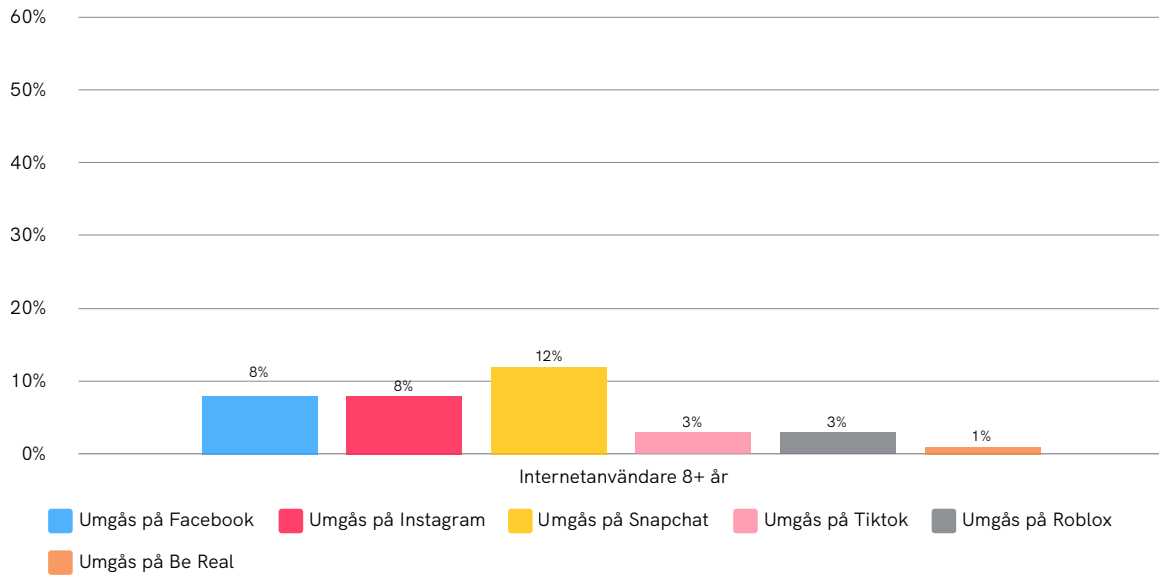
Vilka motiveras att använda sociala medier för att umgås med andra?

- Var femte motiveras att använda sociala medier för att umgås med andra. För var åttonde är det en av de främsta drivkrafterna att vara på sociala nätverksplatser.
- Fler kvinnor (23%) än män (18%) motiveras av umgänge för att använda sociala medier. Störst är skillnaden bland 70- och 80-talister där dubbelt så många kvinnor som män drivs att använda sociala medier för att umgås.
- Det är stor skillnad i umgänge på sociala medier mellan de som är födda på 1900-talet jämfört med de födda på 2000-talet. 5 av 10, alltså hälften av alla 00- och 10-talister umgås på nätet jämfört med drygt 1 av 10 av de födda på 1900-talet.
- Mest av alla umgås kvinnor födda på 00-talet med andra på sociala medier.

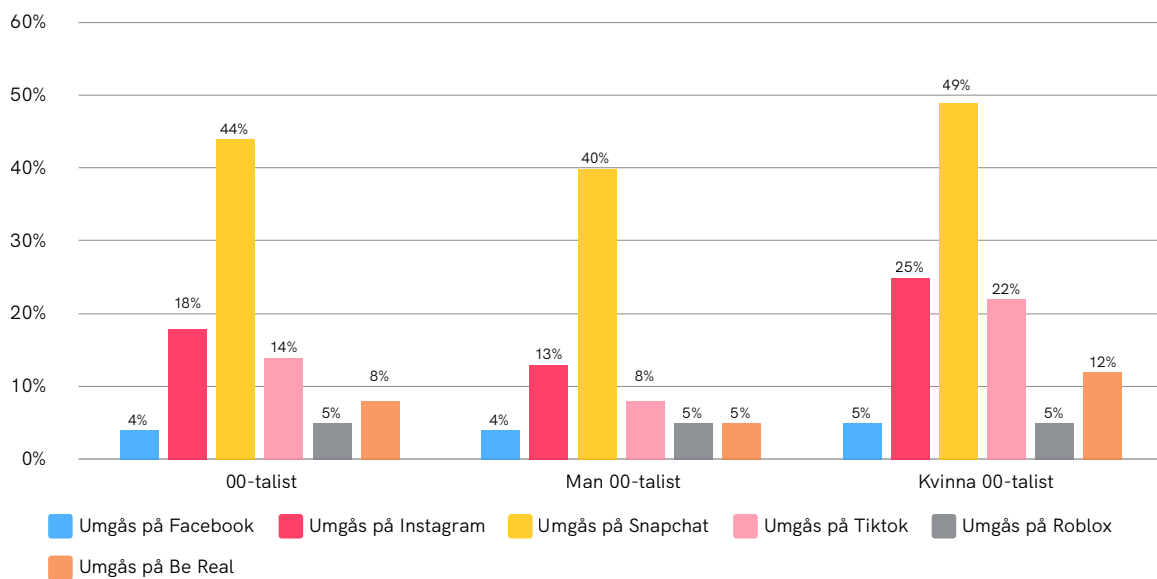
Barn umgås i Roblox

Fråga: På vilka av följande sociala medier umgås du med vänner/hänger du med kompisar?

INTERNETANVÄNDARE 8+ ÅR



00-TALISTER



10-TALISTER

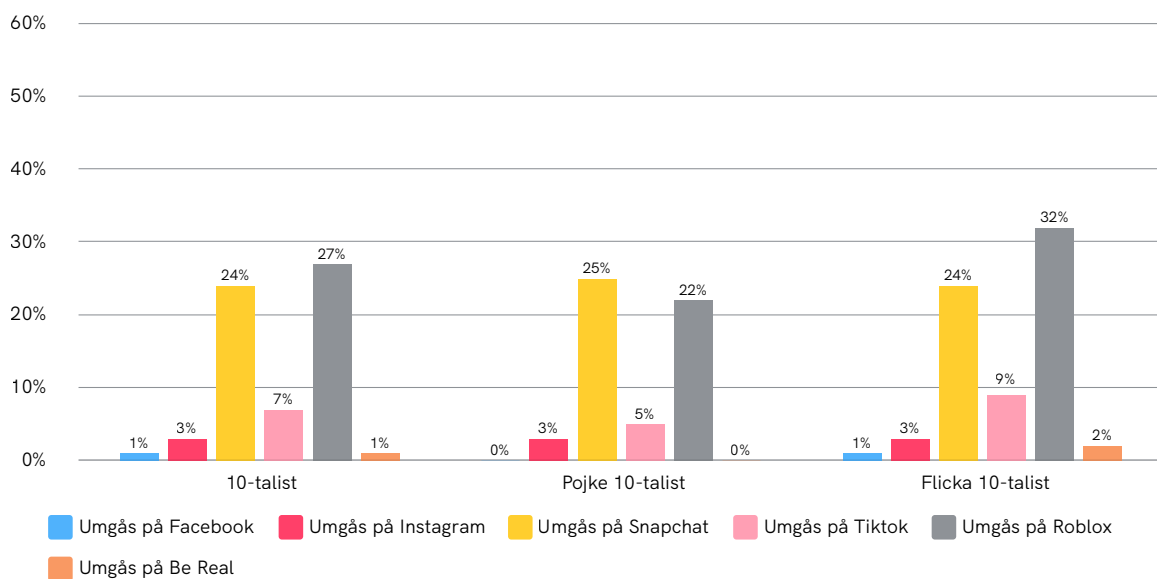


Diagram 9.17a-d, Bas: internetanvändare 8+ år, År 2023 (Studie 2) Obs! Skala 60%

På vilka sociala medier umgås svenskarna?

- Den sociala nätverksplattform som flest svenskar använder för att umgås är Snapchat. På delad andra plats kommer Facebook och Instagram.
- Det skiljer sig dock stort åt mellan vilka sociala medier som olika åldrar umgås på. 37 procent av de födda på 2000-talet umgås på Snapchat medan endast 5 procent av de födda på 1900-talet använder Snapchat för umgänge. *)

- Personer födda på 1900-talet använder främst Facebook, följt av Instagram för att umgås. Bland pensionärerna är det nästan dubbelt så många som använder Facebook än Instagram för umgänge. *)
- Bland 00-talister är Snapchat populärast att umgås på bland både män och kvinnor. Hälften av kvinnorna födda på 00-talet använder Snapchat för att umgås vilket är mest av alla åldersgrupper.
- På andra plats bland 00-talisterna kommer Instagram, följt av Tiktok och Be Real. Det gäller både män och kvinnor, men mer än dubbelt så många kvinnor som jämnåriga män använder alla tre tjänster för att umgås.
- De födda på 10-talet umgås mest i Roblox, framför allt flickor. Pojkar använder Snapchat något mer än Roblox för att umgås.
- Dubbelt så många flickor födda på 10-talet jämfört med jämnåriga pojkar umgås på Tiktok.

Vill du veta hur barn på respektive skolstadium umgås på sociala medier? Se *Sociala medier bland barn och ungdomar*.

Svenskar umgås på Discord, Whatsapp och Messenger

Fråga: Utöver sociala medier, finns det andra plattformar, ställen eller forum på nätet där du umgås med vänner/hänger med kompisar?



Diagram 9.18, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2023 (Studie 2) För exakt frågeformulering, se frågeformulär.

På vilka platser på nätet umgås svenskar utöver sociala medier?

- Runt var femte internetanvändare uppger att de umgås på andra ställen än sociala medier på nätet. Dessa är först och främst Discord (6%), Whatsapp (5%) och Messenger (4%).
- Män umgås mer på Discord, kvinnor umgås mer på Whatsapp och Messenger.
- Discord används mest för umgänge av personer födda på 00-talet och 90-talet, Whatsapp av 80- och 10-talister och Messenger av 80- och 90-talister. 80-talister umgås också något mer än andra på speltjänsten Steam.

- Utöver sociala medier umgås 00-talisterna främst på Discord men också i olika spel på nätet.
- Utöver sociala medier umgås 10-talisterna främst i spel, framför allt Fortnite. De använder också spelkonsolen Playstation för att umgås med kompisar på nätet.
- Pensionärer umgås mer än andra på mejl och sms, i spelet Wordfeud och på Skype.

SOCIALA MEDIER BLAND BARN OCH UNGDOMAR

99 procent av alla barn använder sociala medier

Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna?

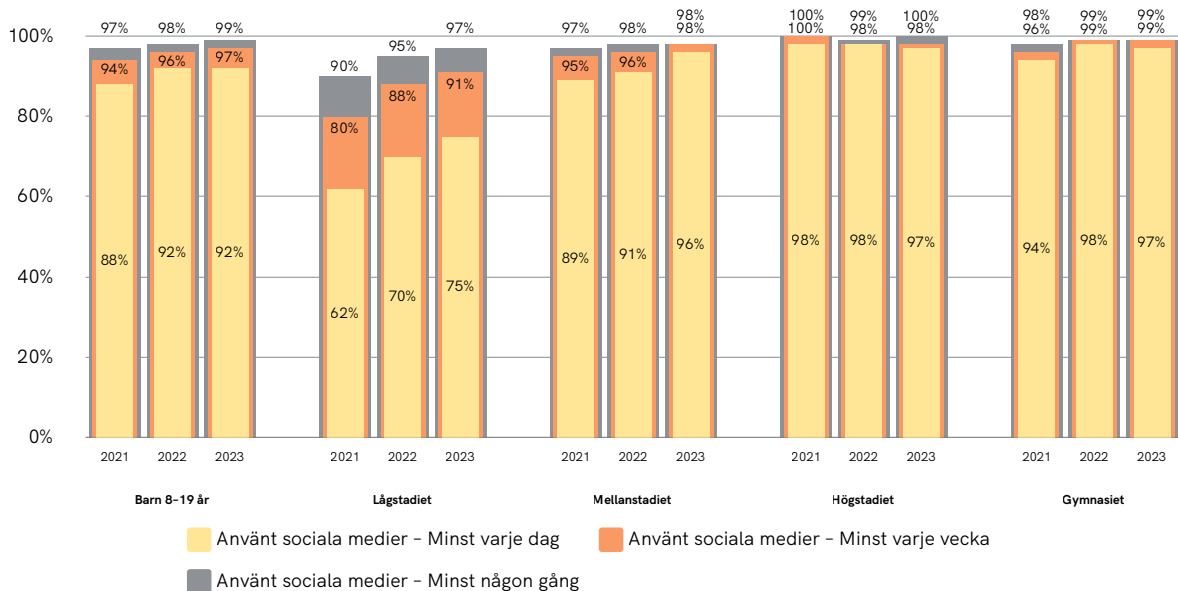


Diagram 9.19, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2021-2023 (Studie 2)

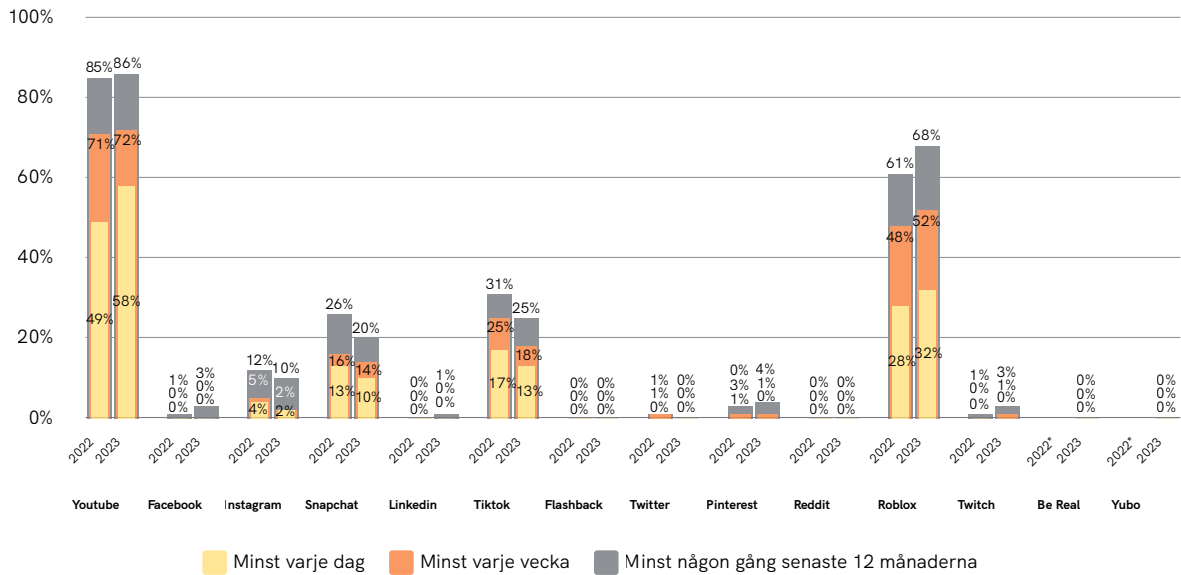
Hur många barn och ungdomar använder sociala medier år 2023?

- Nästan alla barn och ungdomar använder sociala medier år 2023. 99 procent har använt någon social nätverksplattform det senaste året, 97 procent har använt sociala medier varje vecka och 92 procent varje dag.
- 3 av 4 barn på lågstadiet använder sociala medier dagligen.
- I princip alla barn från mellanstadieåldern och uppåt använder sociala medier varje dag.
- Lågstadiebarnens användning av sociala medier har år 2023 ökat jämfört med år 2021. I övrigt ligger användandet av sociala medier bland barn och ungdomar år 2023 på samma höga nivåer som år 2022. Samtliga små skillnader mellan 2022 och 2023 är inom felmarginalen.

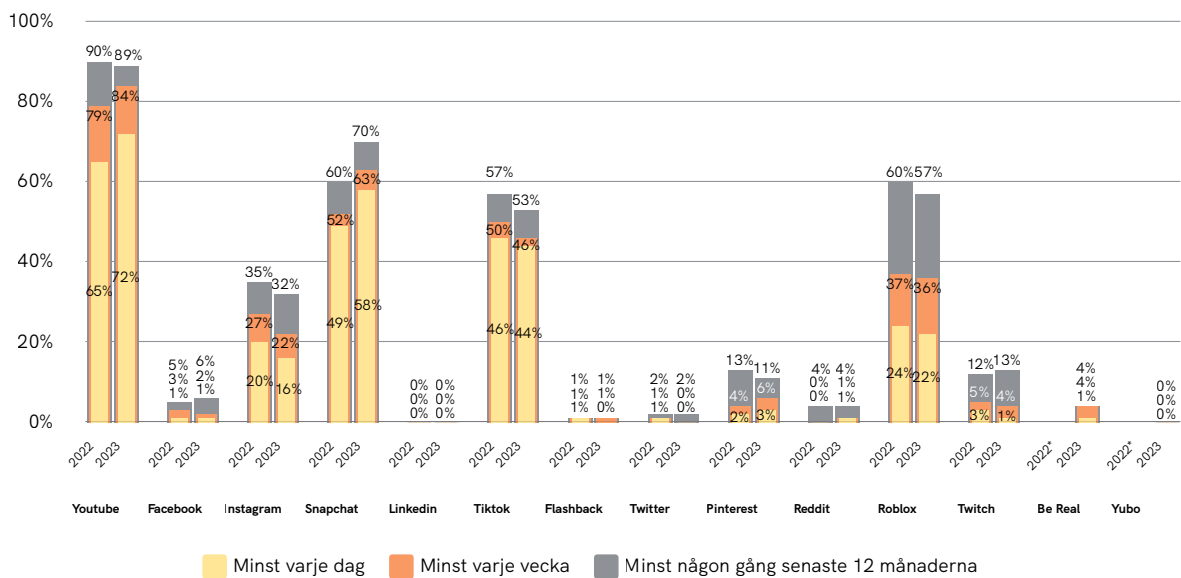
Facebook och Instagram minskar bland gymnasieungdomar år 2023

Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna?

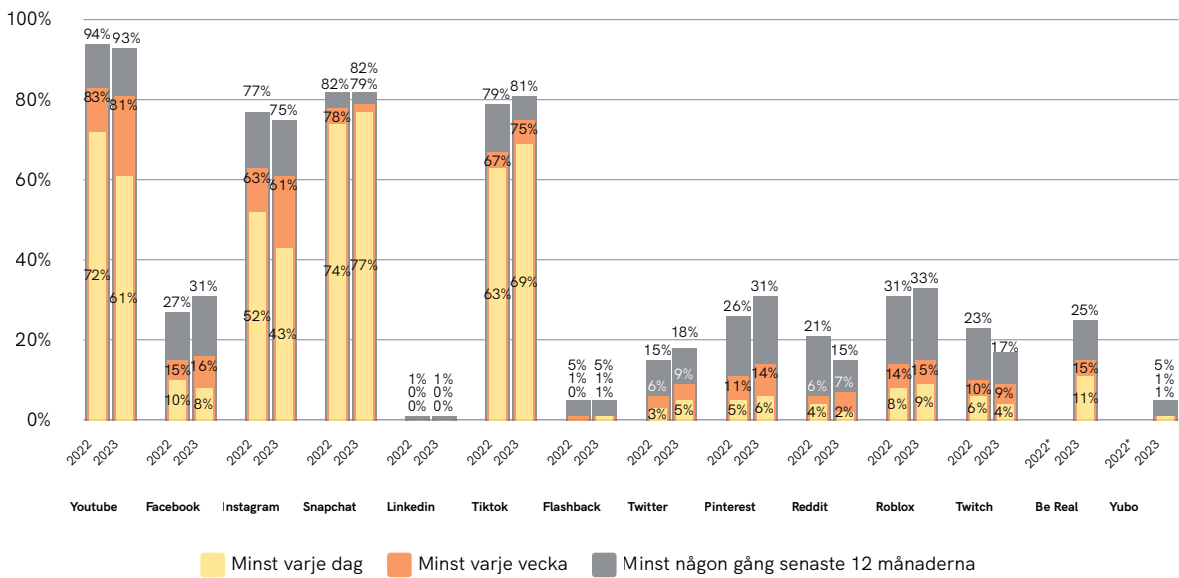
LÅGSTADIET



MELLANSTADIET



HÖGSTADIET



GYMNASIET

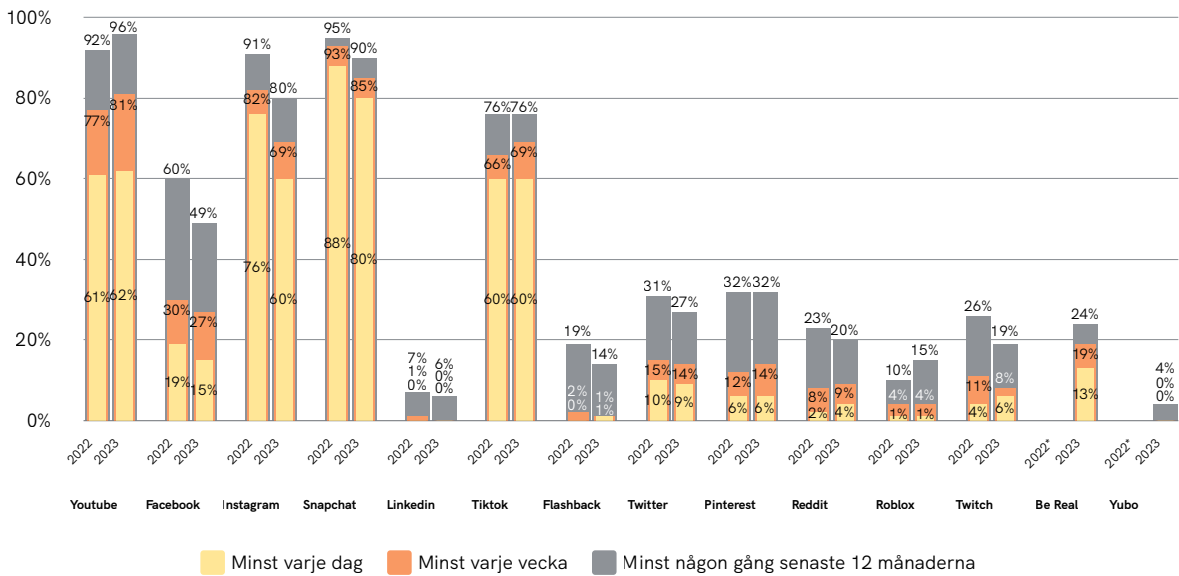


Diagram 9.20a-d, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2022-2023 (Studie 2)

Vilka sociala medier använder barn på lågstadiet?

- Barn i lågstadieåldern använder framför allt fem sociala medier; Youtube, Roblox, Tiktok, Snapchat och Instagram. De använder Roblox mer än alla andra barn och ungdomar.
- Youtube är den tjänst som flest lågstadiebarn använder.
- På andra plats bland lågstadiebarnen kommer Roblox som ökar i andelen användare år 2023 (68%) jämfört med år 2022 (61%).

- På lågstadiebarnens tredje plats kommer Tiktok, följt av Snapchat och därefter Instagram.
- Endast Roblox har ökat i andelen användare på lågstadiet år 2023 jämfört med år 2022. Alla andra skillnader är inom felmarginalen.

Vilka sociala medier använder barn på mellanstadiet?

- Barn i mellanstadieåldern använder framför allt sju sociala medier; Youtube, Snapchat, Roblox, Tiktok, Instagram, Twitch och Pinterest.
- Youtube är den tjänst som flest mellanstadiebarn använder.
- På andra plats bland mellanstadiebarnen kommer Snapchat som ökar andelen användare år 2023 (70%) jämfört med år 2022 (60%). Allra mest har veckoanvändningen ökat.
- På mellanstadiebarnens tredje plats kommer Roblox, följt av Tiktok och därefter Instagram.
- Endast Snapchat har ökat i andelen användare på mellanstadiet år 2023 jämfört med år 2022. Alla andra skillnader är inom felmarginalen.

Vilka sociala medier använder barn och ungdomar på högstadiet?

- Barn och ungdomar i högstadieåldern använder i princip alla sociala medier, utom LinkedIn.
- Youtube är den tjänst som flest högstadieungdomar använder, följt av Snapchat.
- På tredje plats bland högstadieungdomarna kommer Tiktok. Veckoanvändningen av Tiktok ökar år 2023 mot år 2022, även den dagliga användningen av Tiktok ökar marginellt på högstadiet.
- Tiktok når sin högsta andel användare i alla åldersgrupper i befolkningen bland barn och ungdomar på högstadiet (81%). *)
- På fjärde plats bland högstadieungdomarna kommer Instagram. Den dagliga användningen av Instagram minskar på högstadiet år 2023 jämfört med år 2022.
- Bland högstadieungdomar minskar Instagram och Youtube något i andelen användare på daglig nivå och Tiktok ökar på vecko- och daglig nivå år 2023 jämfört med år 2022. Alla andra skillnader jämfört med år 2022 är inom felmarginalen.

Vilka sociala medier använder ungdomar på gymnasiet?

- Ungdomar i gymnasieåldern använder i princip alla sociala medier. De använder också nästan alla sociala medier mer än de yngre barnen och ungdomarna. De enda tjänster som de inte använder i lika hög grad som de yngre är Roblox och Tiktok. En fjärdedel både på gymnasiet och på högstadiet använder Be Real.
- Youtube är den tjänst som flest gymnasieungdomar använder, följt av Snapchat.
- På tredje plats bland gymnasieungdomar kommer Instagram. Andelen användare av Instagram på gymnasiet minskar dock år 2023 (80%) jämfört med år 2022 (91%). Även andelen användare per vecka och per dag minskar.
- På fjärde plats bland gymnasieungdomar kommer Tiktok.

- Facebook intar femteplaceringen bland gymnasieungdomarna. Andelen användare av Facebook minskar dock år 2023 (49%) jämfört med år 2022 (60%). Även andelen användare per vecka och per dag minskar.
- Bland gymnasieungdomar minskar Instagram och Facebook i andelen användare på alla nivåer år 2023 jämfört med år 2022. Alla andra skillnader jämfört med år 2022 är inom felmarginalen.

Bland barn och ungdomar är Youtube och Snapchat favoriterna

Fråga: Om du bara fick välja ett av alla sociala medier, vilket är då din favorit?

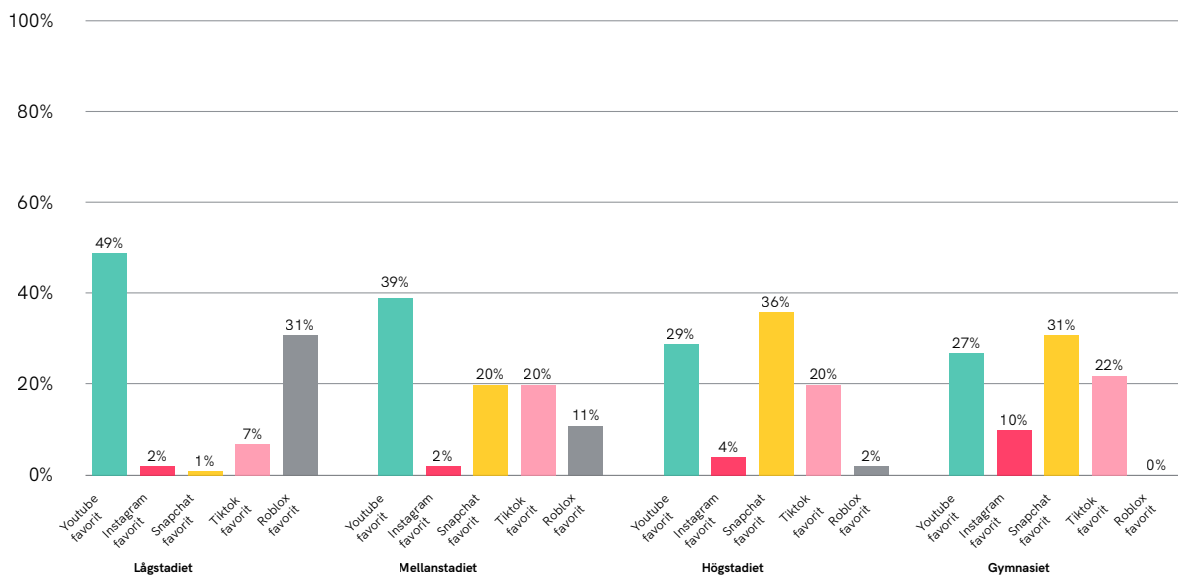


Diagram 9.21, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2023 (Studie 2)

Vilka sociala medier är barn och ungdomars favoriter?

- Youtube är favoriten bland barn på lågstadiet och mellanstadiet. Bland ungdomar på högstadiet och gymnasiet är Snapchat favoriten.
- Efter lågstadiebornas storfavorit Youtube, kommer Roblox på andra plats, följt av Tiktok. Bland lågstadieborna är det dock mer än fyra gånger fler som föredrar Roblox framför Tiktok.
- Efter mellanstadiebarnens storfavorit Youtube, ligger Snapchat och Tiktok på en delad andra plats, följt av Roblox.
- Efter högstadie- och gymnasieungdomarnas favorit Snapchat, kommer Youtube på andra plats, följt av Tiktok som tredje favorit.

Barn i låg- och mellanstadieåldern vill framför allt bli roade på sociala medier

Fråga: Vad av följande får dig att använda sociala medier generellt sett?

Vilka tre skulle du säga är det som främst får dig att använda sociala medier?

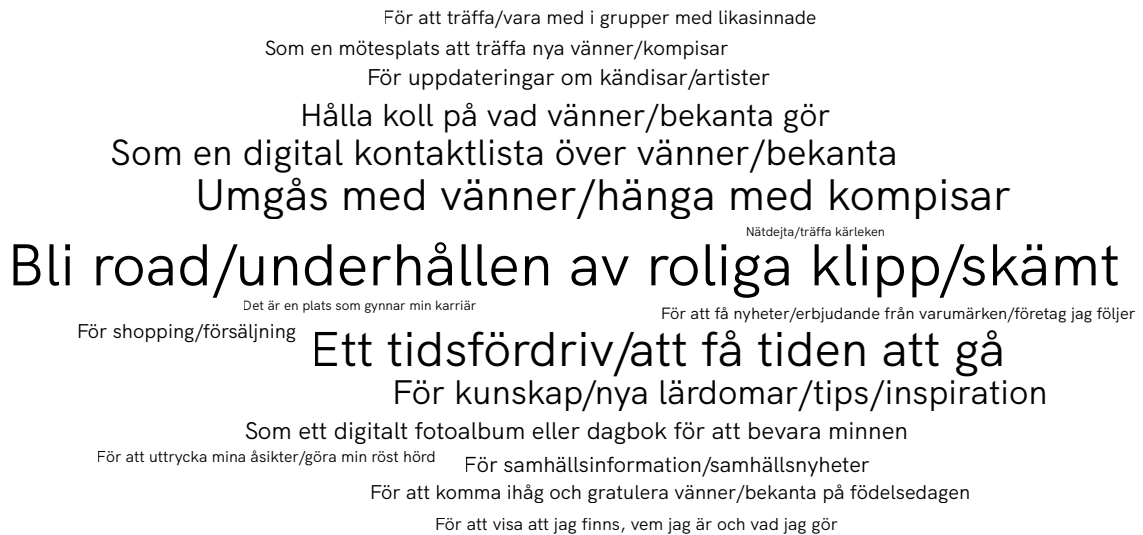


Diagram 9.22, Bas: Barn och ungdomar 8–19 år, År 2023 (Studie 2)

DE FRÄMSTA DRIVKRAFTERNA ATT ANVÄNDA SOCIALA MEDIER BLAND BARN PÅ LÅGSTADIET:

1.	Bli road/underhållen av roliga klipp/skämt	73%
2.	Ett tidsfördriv/att få tiden att gå	38%
3.	Umgås med vänner/hänga med kompisar	33%
4.	Kunskap/nya lärdomar/tips/inspiration	25%
5.	Hålla koll på vad vänner/bekanta gör	5%

DE FRÄMSTA DRIVKRAFTERNA ATT ANVÄNDA SOCIALA MEDIER BLAND BARN PÅ MELLANSTADIET:

1.	Bli road/underhållen av roliga klipp/skämt	77%
2.	Ett tidsfördriv/att få tiden att gå	52%
3.	Umgås med vänner/hänga med kompisar	52%
4.	Kunskap/nya lärdomar/tips/inspiration	21%
5.	Digital kontaktlista över vänner/bekanta	15%

DE FRÄMSTA DRIVKRAFTERNA ATT ANVÄNDA SOCIALA MEDIER
BLAND BARN OCH UNGDOMAR PÅ HÖGSTADIET:

1.	Bli road/underhållen av roliga klipp/skämt	65%
2.	Ett tidsfördriv/att få tiden att gå	46%
3.	Umgås med vänner/hänga med kompisar	42%
4.	Digital kontaktlista över vänner/bekanta	26%
5.	Hålla koll på vad vänner/bekanta gör	22%

DE FRÄMSTA DRIVKRAFTERNA ATT ANVÄNDA SOCIALA MEDIER
BLAND UNGDOMAR PÅ GYMNASIET:

1.	Bli road/underhållen av roliga klipp/skämt	66%
2.	Ett tidsfördriv/att få tiden att gå	54%
3.	Umgås med vänner/hänga med kompisar	44%
4.	Digital kontaktlista över vänner/bekanta	31%
5.	Hålla koll på vad vänner/bekanta gör	22%

Vilka drivkrafter har barn och ungdomar att använda sociala medier?

- Barn i olika skolåldrar har samma topp tre främsta drivkrafter att använda sociala medier; att bli road och underhållen, att få tiden att gå samt att få umgås med kompisar.
- För lågstadiebarnen är att bli road och underhållen den överlägset största drivkraften. På mellanstadiet likaså även om att fördriva tiden och hänga med vänner blir en allt större motivation.
- Jämfört med befolkningen i stort motiveras fler barn och ungdomar från mellanstadiet upp till och med gymnasiet att använda sociala medier för att få uppdateringar om kändisar och att använda tjänsterna som en mötesplats för att få nya kompisar. *)
- Jämfört med befolkningen i stort motiveras fler högstadie- och gymnasieungdomar att använda sociala medier för shopping och försäljning samt att använda tjänsterna som digitala fotoalbum eller dagböcker för att bevara minnen. *)
- Bland ungdomar på gymnasiet är det också något vanligare att motiveras att använda sociala medier för att visa att de finns, vem de är och vad de gör samt för att kunna nätdejta och träffa kärleken. *)

Vill du veta hur många unga som drivs att använda sociala medier för att ta del av samhällsnyheter, se *kapitel 7*.

Utöver de 18 drivkrafter vi jämför i vår undersökning kan det finnas ytterligare drivkrafter att använda sociala medier. För fördelning av samtliga 18 drivkrafter, se *tabellbilagan*.

Mer än hälften av alla gymnasieungdomar umgås på Snapchat

Fråga: På vilka av följande sociala medier umgås du med vänner/hänger du med kompisar?

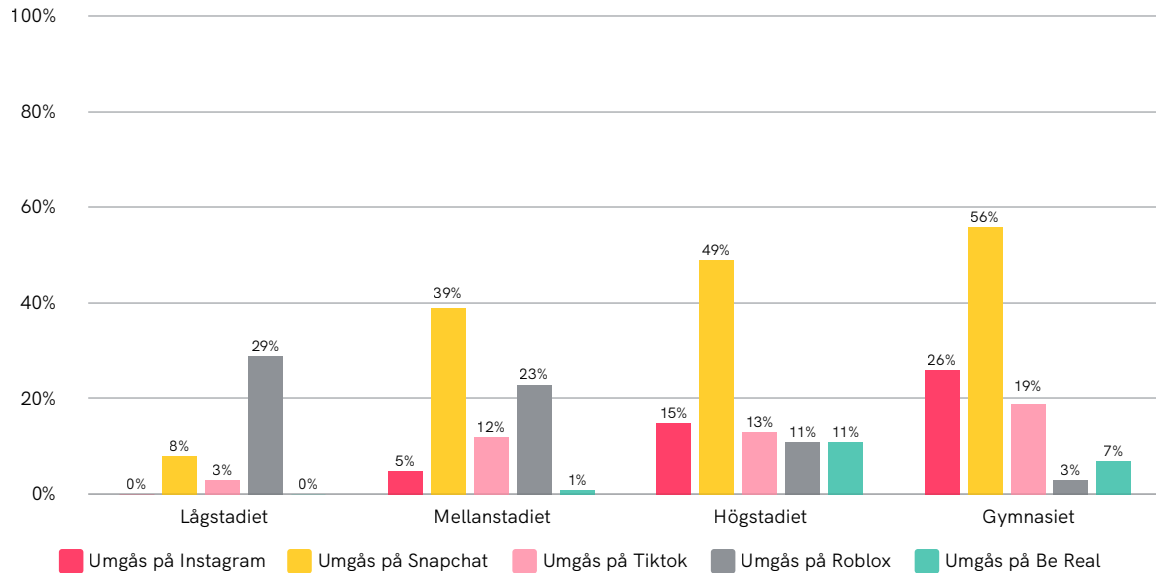


Diagram 9.23, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2023 (Studie 2)

På vilka sociala medier umgås barn och ungdomar?

- På lågstadiet umgås barn främst på Roblox medan äldre barn och ungdomar umgås främst på Snapchat.
- Barn på lågstadiet umgås nästan bara på Roblox även om en liten andel även använder Snapchat och Tiktok för att hänga med kompisar.
- Bland mellanstadiebarnen är umgänget på Snapchat nästan dubbelt så stort som umgänget på Roblox. En mindre andel umgås även på Tiktok och några få på Instagram.
- Bland högstadieungdomarna dominerar Snapchat som social plattform att umgås på. En avsevärt mindre andel umgås även på Instagram, följt av Tiktok, Roblox och Be Real.
- Bland gymnasieungdomarna fortsätter Snapchat att dominera som social plattform att umgås på. Fler börjar dock umgås på Instagram och Tiktok. En mycket liten andel, mindre än bland högstadieungdomarna, umgås även på Be Real och Roblox.
- Utöver sociala medier umgås barn på lågstadiet och mellanstadiet främst i spelet Fortnite och i andra spel på nätet. Mellanstadiebarnen använder även Whatsapp för att umgås. På högstadiet och gymnasiet dominerar Discord som plats att umgås på, följt av olika spel. *)

YOUTUBE

Youtube varken ökar eller minskar år 2023

Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna?

YOUTUBE ÅR 2022-2023

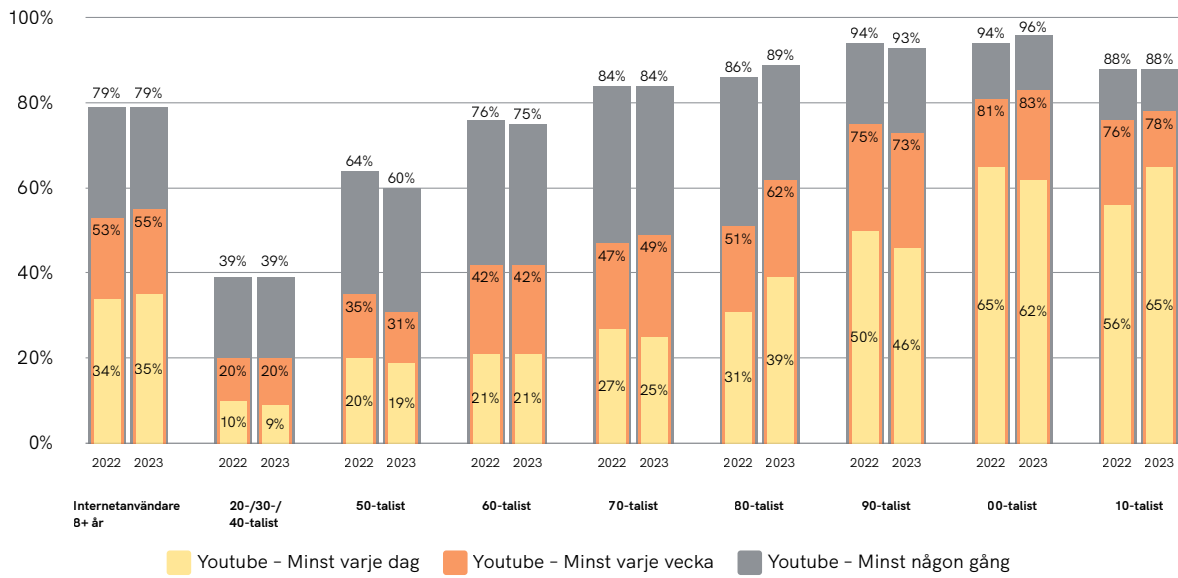


Diagram 9.24, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2022-2023 (Studie 2)

Hur många använder Youtube?

- 8 av 10 har använt Youtube år 2023, fler än hälften har använt Youtube varje vecka och drygt var tredje varje dag. Fler män (83%) än kvinnor (75%) använder Youtube. *)
- Andelen som använder Youtube år 2023 är oförändrad mot år 2022. Det gäller även på vecko- och daglig nivå. Det finns dock några få skillnader i användandet i olika åldersgrupper.
- 00-talisterna ligger i topp när det gäller andelen användare av Youtube. På daglig nivå används dock Youtube mest av 10-talister. De födda på 10-talet ökar också sin dagliga användning av Youtube.
- 80-talisterna ökar sin veckoanvändning av Youtube år 2023.
- Jämfört med år 2021 tappade Youtube år 2022 en del användare bland de äldsta, som de år 2023 inte har tagit igen. Andelen äldre youtubeanvändare är alltså oförändrad mellan år 2022 och år 2023. *)

Youtube är populärast bland barn

Fråga: Om du bara fick välja ett av dessa sociala medier, vilket är då din favorit?

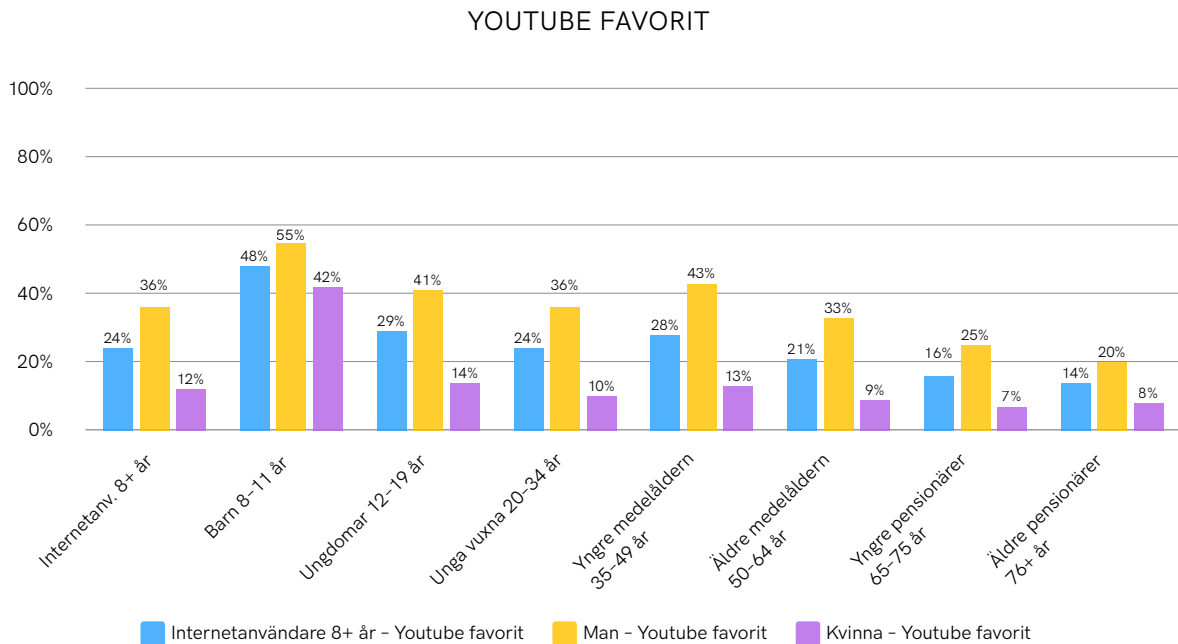


Diagram 9.25, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2023 (Studie 2)

Vilka har Youtube som favorit?

- Youtube är favoriten bland sociala medier hos svenska folket. Var fjärde svensk har Youtube som favorit (se *Diagram 9.9*).
- Tre gånger fler män än kvinnor har Youtube som favorit. Det gäller i princip i alla åldrar, utom de under 12 år.
- Youtube är som allra mest populär bland barn 8-11 år. Det gäller både pojkar och flickor även om Youtube är extra populär bland pojkarna.
- De som har Youtube som favorit motiveras mer än befolkningen i stort att använda sociala medier för att bli roade av roliga klipp, för att fördriva tiden, för att få kunskap, nya lärdomar och inspiration och för att få samhällnyheter och uppdateringar om kändisar och artister. (Se *Tabell 9.15*.)

FACEBOOK

Färre använder Facebook år 2023

Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna?

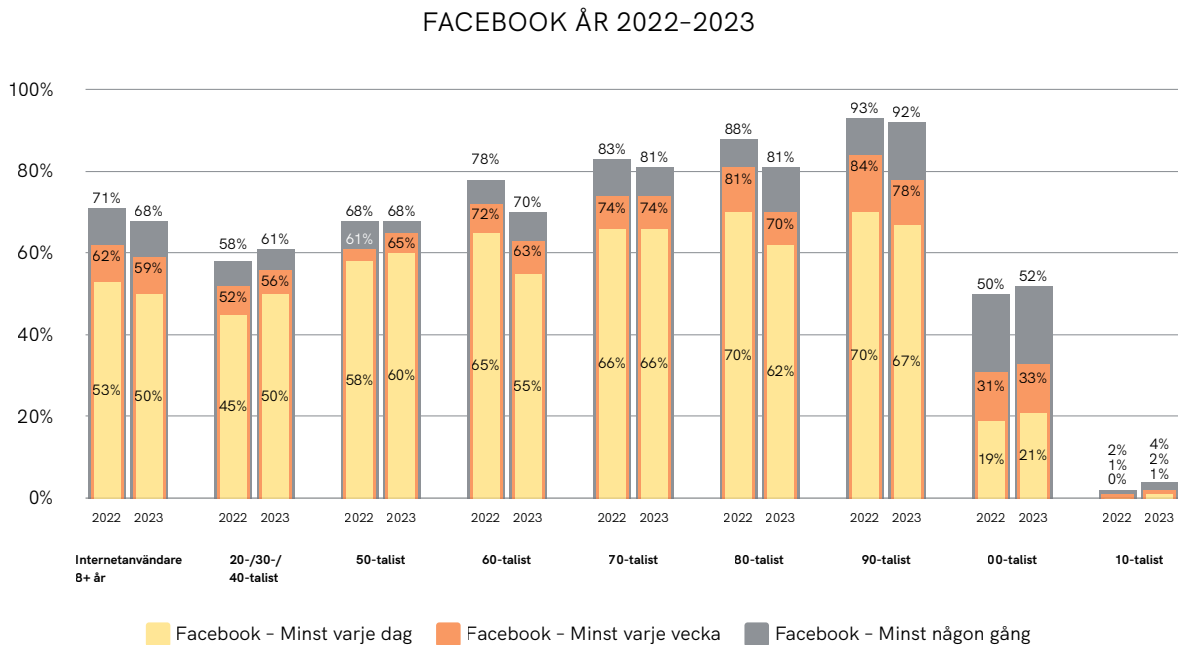


Diagram 9.26, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2022-2023 (Studie 2)

Hur många använder Facebook?

- 7 av 10 har använt Facebook år 2023, 6 av 10 varje vecka och 5 av 10 varje dag. Fler kvinnor (74%) än män (62%) använder Facebook. *)
- Andelen som använder Facebook år 2023 (68%) har minskat jämfört med år 2022 (71%). Minskning sker även på vecko- och daglig nivå. Det är fler män än kvinnor som har slutat att använda Facebook år 2023.
- 90-talisterna ligger i topp vad gäller andelen användare av Facebook. Deras användning på vecko- och daglig nivå minskar dock något i år.
- På delad andra plats kommer 70- och 80-talisterna som facebookanvändare. I år har 80-talisterna, framför allt männen, minskat sitt användande av Facebook på alla nivåer. *)
- Även färre 60-talister använder Facebook år 2023, på alla nivåer.
- De enda som ökar sitt användande av Facebook är kvinnor födda på 00-talet, varav fler har börjat använda Facebook dagligen. *)

Facebook populärast bland pensionärer

Fråga: Om du bara fick välja ett av dessa sociala medier, vilket är då din favorit?

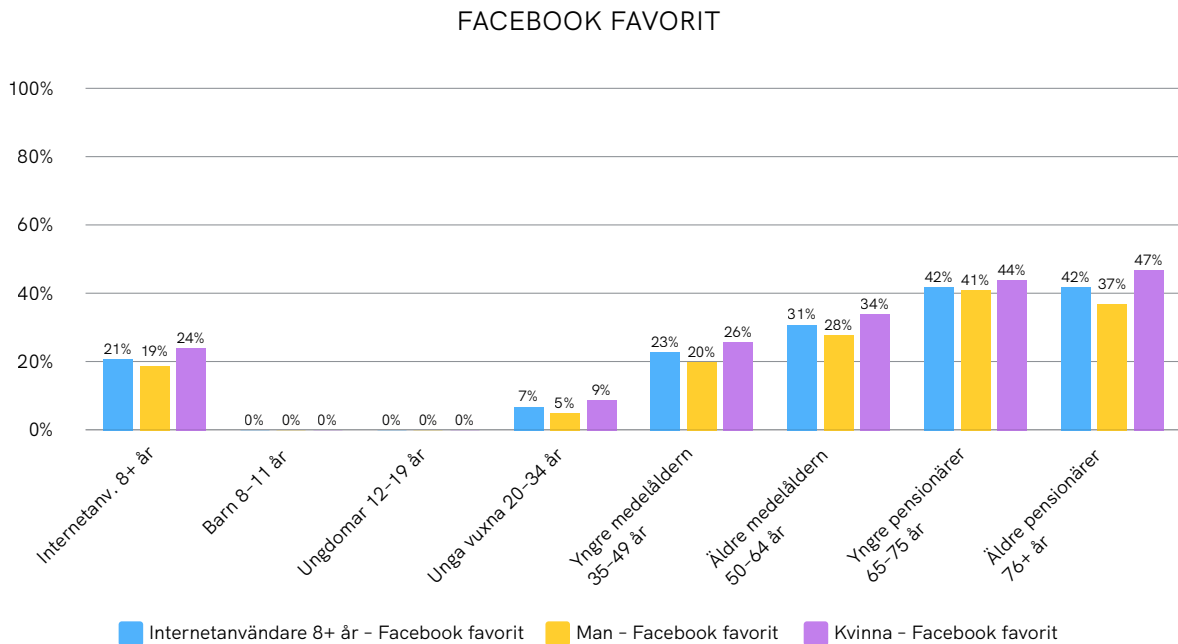


Diagram 9.27 Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2023 (Studie 2)

Vilka har Facebook som favorit?

- Facebook är en av de mest populära sociala medieplattformarna bland svenska folket. Efter Youtube kommer Facebook på delad andra plats med Instagram. Var femte svensk har Facebook som favorit (se *Diagram 9.9*).
- Något fler kvinnor än män har Facebook som favorit. Det gäller i alla åldrar.
- Facebook är som allra mest populär bland pensionärer. Uppemot hälften av pensionärerna har Facebook som favorit.
- Bland de under 20 år är Facebook inte alls populär. Faktum är att i princip ingen i åldern 8-19 år har Facebook som favorit.
- De som har Facebook som favorit motiveras mer än befolkningen i stort av att använda sociala medier för att vara med i grupper och träffa likasinnade, komma ihåg att gratulera vänner och bekanta på födelsedagen, ha en digital kontaktlista över vänner och bekanta, hålla koll på vad vänner och bekanta gör, ha ett digitalt fotoalbum och dagbok för att bevara minnen, uttrycka sina åsikter och göra sin röst hörd samt visa att de finns, vem de är och vad de gör. (Se *Tabell 9.15*.)

INSTAGRAM

Instagram varken ökar eller minskar år 2023

Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna?

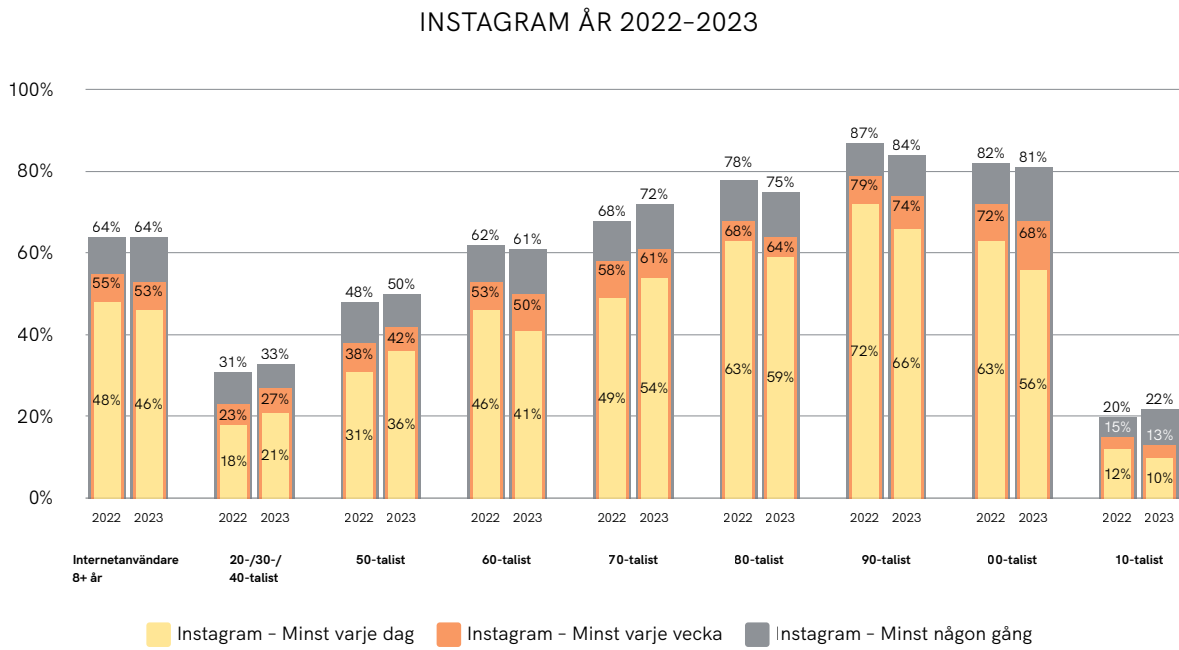


Diagram 9.28, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2022-2023 (Studie 2)

Hur många använder Instagram?

- Nära två tredjedelar har använt Instagram år 2023, mer än hälften har använt Instagram varje vecka och något färre än hälften varje dag. Fler kvinnor (74%) än män (54%) använder Instagram. *)
- Andelen som använder Instagram år 2023 är oförändrad mot år 2022. Det gäller även på vecko- och daglig nivå. Det finns dock några få skillnader i användandet i olika åldersgrupper.
- 90-talisterna ligger i topp vad gäller andelen användare av Instagram, följd av 00-talisterna och därefter 80-talisterna. De har alla marginellt minskat sin användning av Instagram på daglig basis år 2023.
- Kvinnor födda på 80-talet ökar sin veckoanvändning av Instagram år 2023. De jämnåriga männen minskar istället sin veckoanvändning. *)

Instagram populärast bland unga kvinnor

Fråga: Om du bara fick välja ett av dessa sociala medier, vilket är då din favorit?

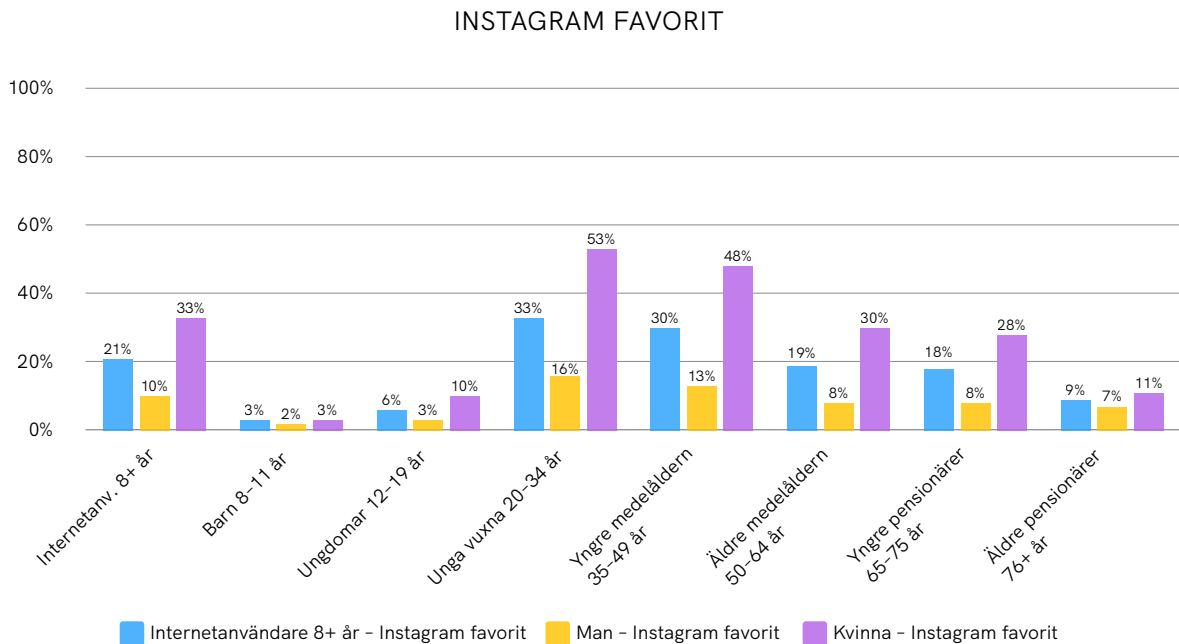


Diagram 9.29, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2023 (Studie 2)

Vilka har Instagram som favorit?

- Instagram är en av de mest populära sociala medieplattformarna bland svenska folket. Efter Youtube kommer Instagram på delad andra plats med Facebook. Var femte svensk har Instagram som favorit (se *Diagram 9.9*).
- Betydligt fler kvinnor än män har Instagram som favorit. Det gäller i princip i alla åldrar.
- Instagram är som populärast bland kvinnor mellan 20-49 år. Allra mest bland unga kvinnor mellan 20-34 år varav mer än hälften har Instagram som favorit.
- Bland de allra yngsta och de allra äldsta är Instagram inte alls lika populär. Endast några få procent har Instagram som favorit bland 8-11-åringar och knappt var tionde bland de som är 76 år eller äldre.
- De som har Instagram som favorit motiveras mer än befolkningen i stort av att använda sociala medier för att ha ett digitalt fotoalbum eller dagbok för att bevara minnen, för att hålla koll på vad vänner och bekanta gör, för att ha en digital kontaktlista över vänner och bekanta, för att få nyheter och erbjudande från varumärken och företag de följer, för att visa att de finns, vem de är och vad de gör samt för att få tiden att gå. (Se *Tabell 9.15*.)

SNAPCHAT

Snapchat varken ökar eller minskar år 2023

Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna?

SNAPCHAT ÅR 2022-2023

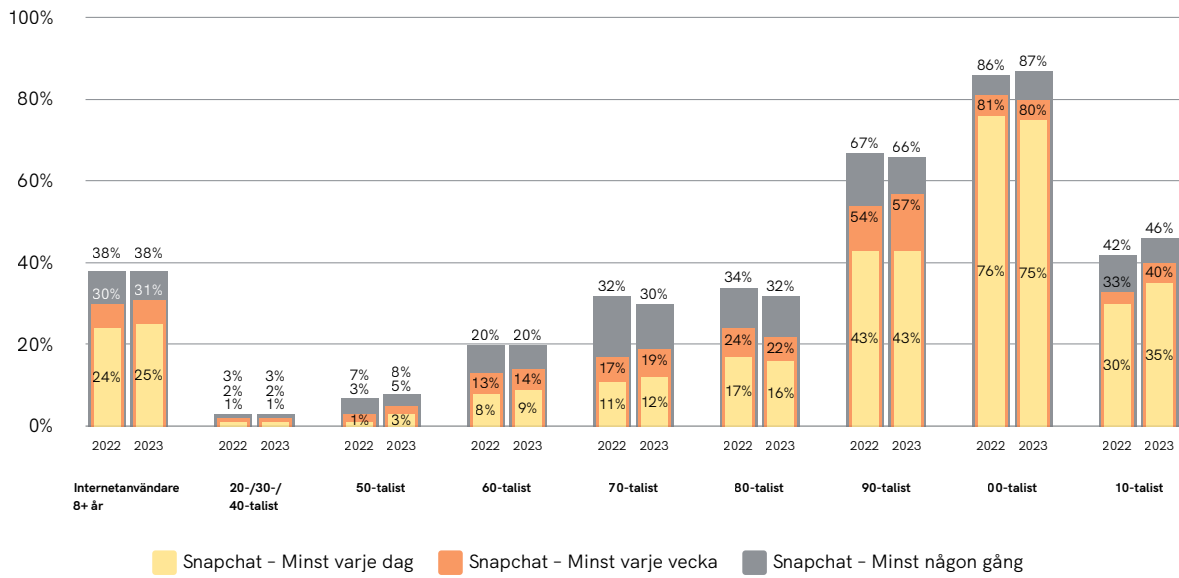


Diagram 9.30, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2022-2023 (Studie 2)

Hur många använder Snapchat?

- Nära 4 av 10 har använt Snapchat år 2023, 3 av 10 har använt Snapchat varje vecka och var fjärde varje dag. Fler kvinnor (40%) än män (36%) använder Snapchat. *)
- Andelen som använder Snapchat år 2023 är oförändrad mot år 2022. Det gäller även på vecko- och daglig nivå. Det finns dock några få skillnader i användandet i olika åldersgrupper.
- 00-talisterna ligger i topp vad gäller andelen användare av Snapchat följt av 90-talisterna. Kvinnor födda på 90-talet minskar sitt användande av Snapchat år 2023, medan de jämnåriga männen istället ökar sin användning. *)
- Även något fler 10-talister använder Snapchat år 2023, främst fler pojkar. *)

Snapchat populärast bland ungdomar

Fråga: Om du bara fick välja ett av dessa sociala medier, vilket är då din favorit?

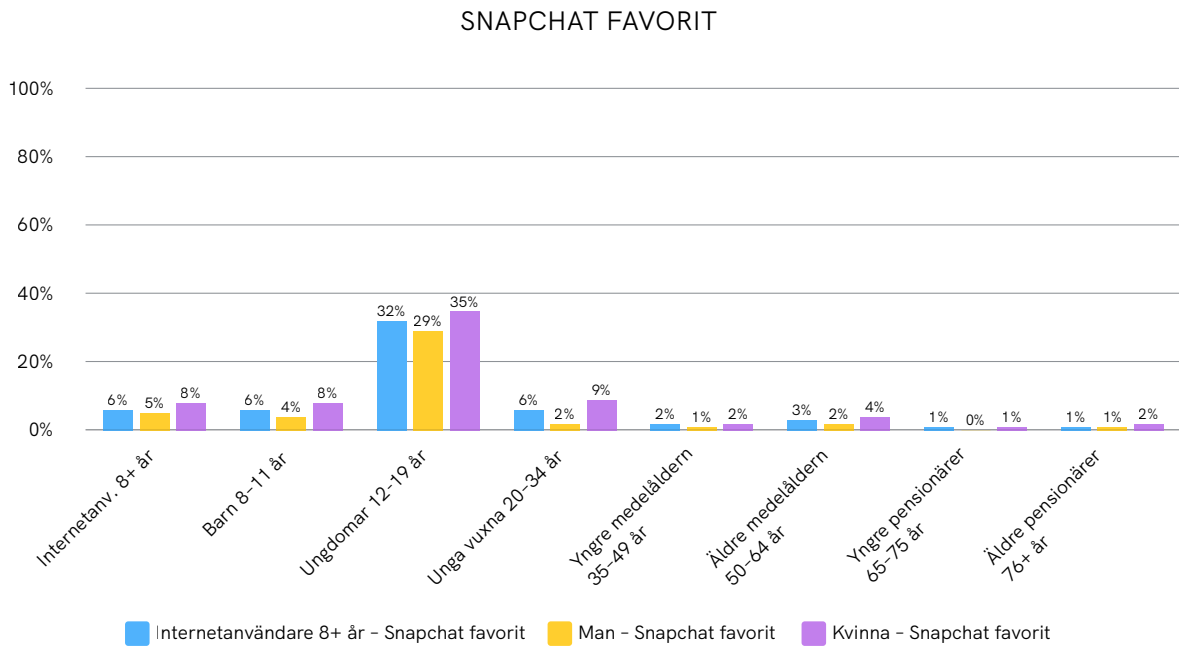


Diagram 9.31, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2023 (Studie 2)

Vilka har Snapchat som favorit?

- Snapchat är en av de mest populära sociala medieplattformarna bland de födda på 2000-talet. Bland svenska folket har endast 6 procent Snapchat som favorit.
- Något fler kvinnor än män har Snapchat som favorit. Det gäller i princip i alla åldrar.
- Snapchat är som populärast bland ungdomar 12-19 år. Allra mest bland kvinnor varav en dryg tredjedel har Snapchat som favorit.
- Bland de som är 35 år eller äldre har nästan ingen Snapchat som favorit, utan endast bland några få procent är tjänsten den mest populära.
- De som har Snapchat som favorit motiveras mer än befolkningen i stort av att använda sociala medier för att hänga med kompisar, för att träffa nya kompisar, för att hålla koll på vad kompisar gör, för att bli roade av roliga klipp, för att använda tjänsten som en digital kontaktlista över kompisar samt som ett digitalt fotoalbum eller dagbok för att bevara minnen. (Se *Tabell 9.15.*)

TIKTOK

Fler använder Tiktok år 2023

Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna?

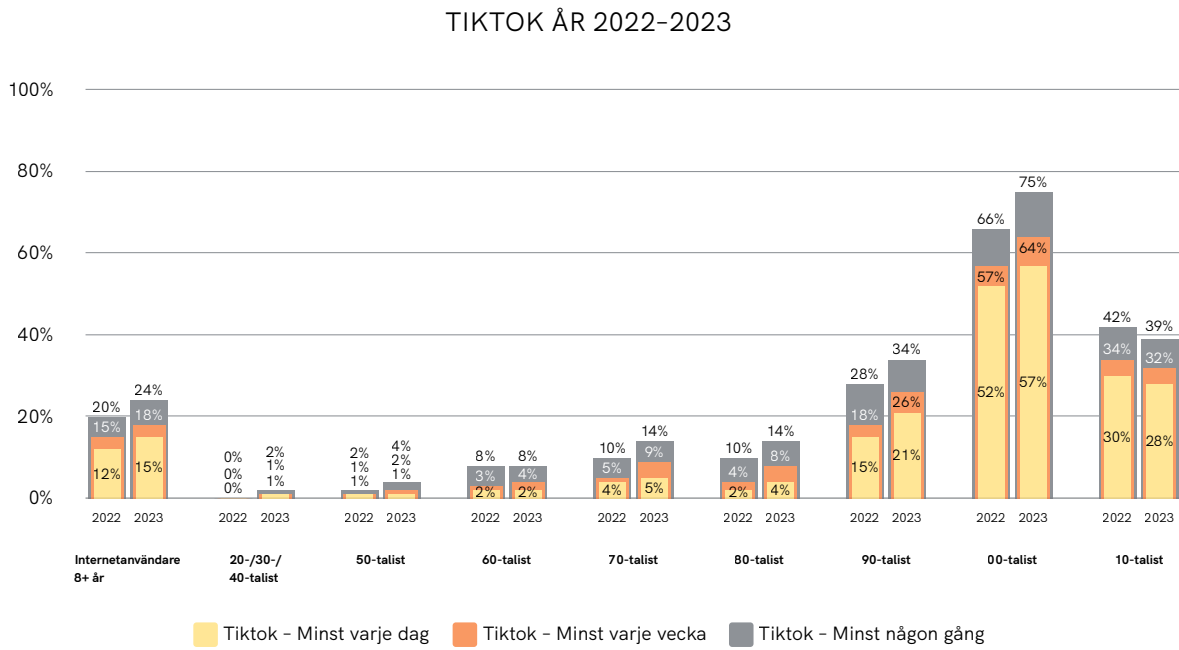


Diagram 9.32, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2022-2023 (Studie 2)

Hur många använder Tiktok?

- Var fjärde har använt Tiktok år 2023, nära var femte har använt Tiktok varje vecka och var sjunde varje dag. Fler kvinnor (27%) än män (21%) använder Tiktok. *)
- Andelen som använder Tiktok år 2023 (24%) har ökat jämfört med år 2022 (20%). Tillväxt sker även på vecko- och daglig nivå. Tiktok ökar i princip i alla åldrar, utom bland 10-talisterna.
- 00-talisterna ligger i topp vad gäller andelen användare av Tiktok. Bland 00-talisterna har Tiktok ökat som mest år 2023 och ökning sker även på vecko- och daglig nivå. 3 av 4 födda på 00-talet använder Tiktok år 2023.
- Tiktok ökar både bland män och kvinnor men i den äldre halvan av befolkningen är det framför allt bland kvinnorna som tillväxten sker. *)

Tiktok populärast bland tonårsflickor

Fråga: Om du bara fick välja ett av dessa sociala medier, vilket är då din favorit?

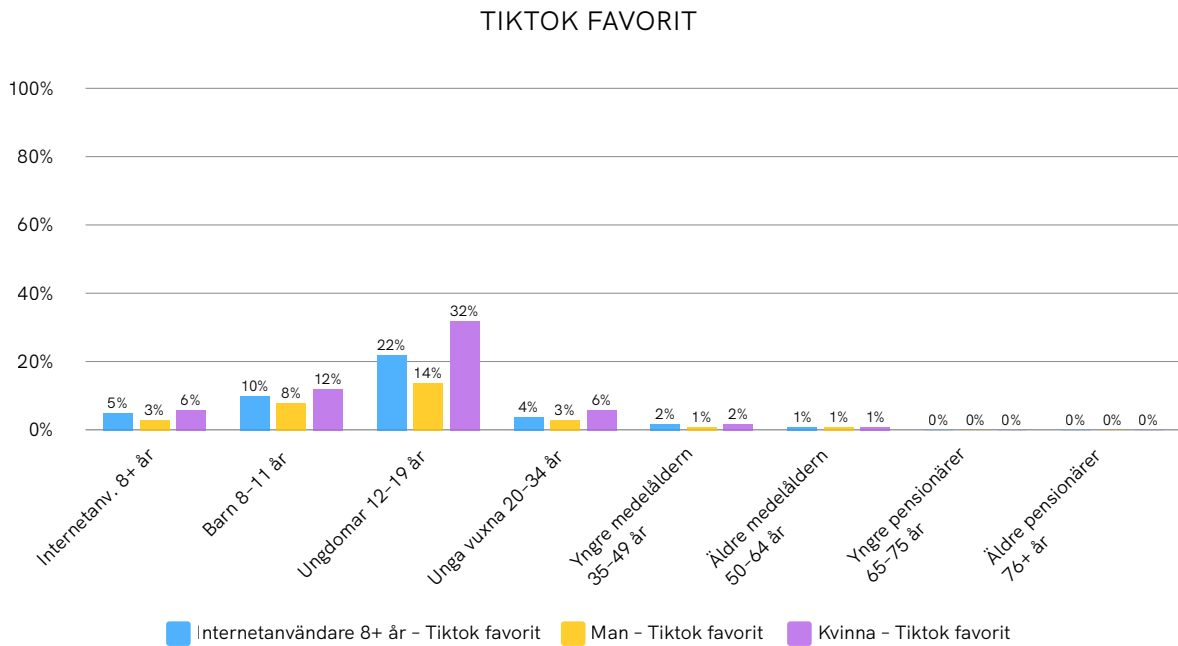


Diagram 9.33, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2023 (Studie 2)

Vilka har Tiktok som favorit?

- Tiktok är en populär social medieplattform bland de födda på 2000-talet. Bland svenska folket har endast 5 procent Tiktok som favorit. *)
- Fler kvinnor än män har Tiktok som favorit. Det gäller i princip i alla åldrar.
- Tiktok är som populärast bland ungdomar 12-19 år. Allra mest bland flickorna varav en tredjedel har Tiktok som favorit.
- Bland de som är tjugo år eller äldre har endast några få procent Tiktok som favorit och bland pensionärer är det i princip ingen alls.
- De som har Tiktok som favorit motiveras mer än befolkningen i stort av att använda sociala medier för att bli roade av roliga klipp, för att få tiden att gå, för uppdateringar om kändisar och artister, för shopping och försäljning och för att hänga med kompisar. (Se *Tabell 9.15.*)

TWITTER (X)

Fler unga har börjat använda Twitter år 2023

Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna?

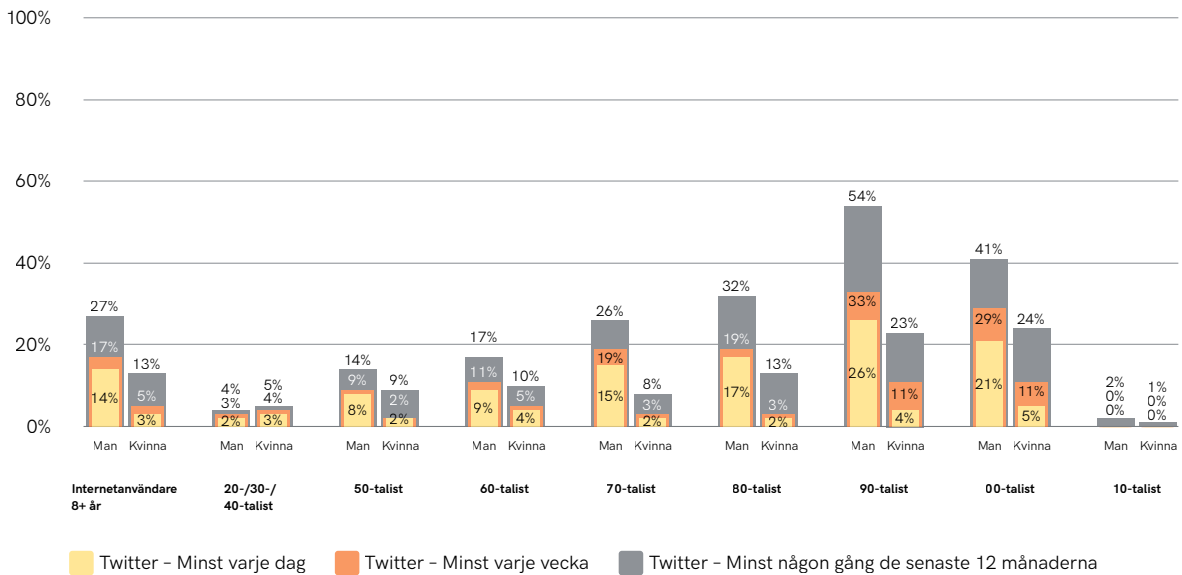
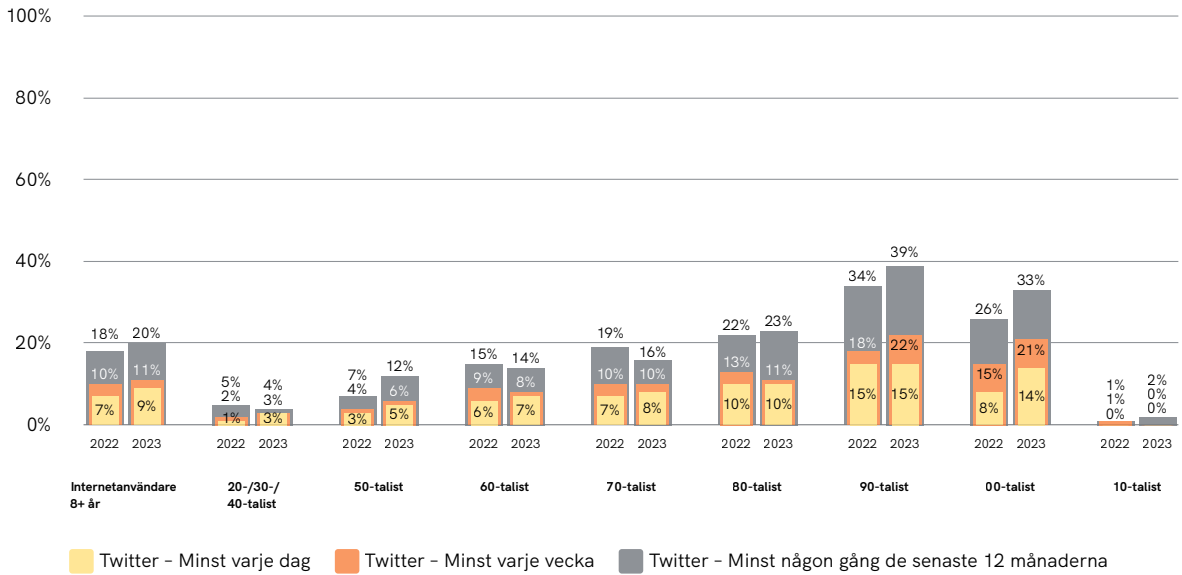


Diagram 9.34a-b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2022-2023 (Studie 2)

Hur många använder Twitter?

Twitter har i juni 2023 bytt namn till X. Datainsamling samt analys gjordes dessförinnan därav används Twitter genomgående i rapporten.

- Var femte har använt Twitter år 2023. Runt var tionde har använt Twitter varje vecka och varje dag. Dubbelt så många män (27%) som kvinnor (13%) använder Twitter.
- Andelen som använder Twitter år 2023 (20%) har ökat jämfört med år 2022 (18%). Tillväxt sker även på vecko- och daglig nivå. Det är framför allt fler män som har börjat använda Twitter år 2023. *)
- 90-talisterna ligger i topp vad gäller andelen användare av Twitter. 90-talisterna, framför allt männen, har ökat sin andel användare på Twitter år 2023 på alla nivåer. Mer än hälften av alla män födda på 90-talet använder Twitter år 2023 och var fjärde är där varje dag. *)
- Twitter ökar även bland 00-talisterna. Det gäller såväl män som kvinnor och även på vecko- och daglig nivå. Bland 00-talisterna har Twitter ökat mest av alla generationer. *)
- Även 50-talisterna ökar sin användning av Twitter år 2023.
- Den enda grupp som år 2023 minskar i andel användare av Twitter är kvinnor födda på 70-talet. Jämnåriga män har dock ökat sin dagliga användning av Twitter. *)
- Endast 3 procent av svenskarna har Twitter som favorit bland sociala nätverksplatser. Twitter är populärast bland unga män. Var tionde man mellan 20-34 år har Twitter som favorit. *)
- De som har Twitter som favorit motiveras mer ofta än befolkningen i stort att använda sociala medier för att få ta del av samhällsinformation och samhällsnyheter, att få nyheter och erbjudande från varumärken och företag de följer, att uttrycka sina åsikter och göra sin röst hörd, att det är en plats som gynnar deras karriär samt för kunskap, nya lärdomar, tips och inspiration. (Se *Tabell 9.15.*)

LINKEDIN

LinkedIn varken ökar eller minskar år 2023

Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna?

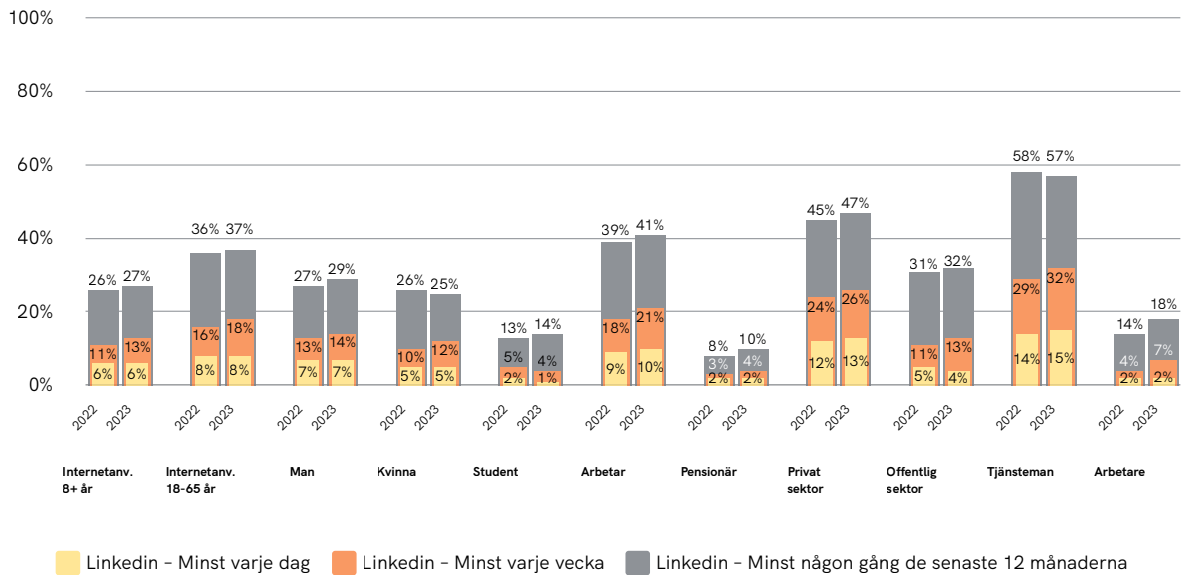
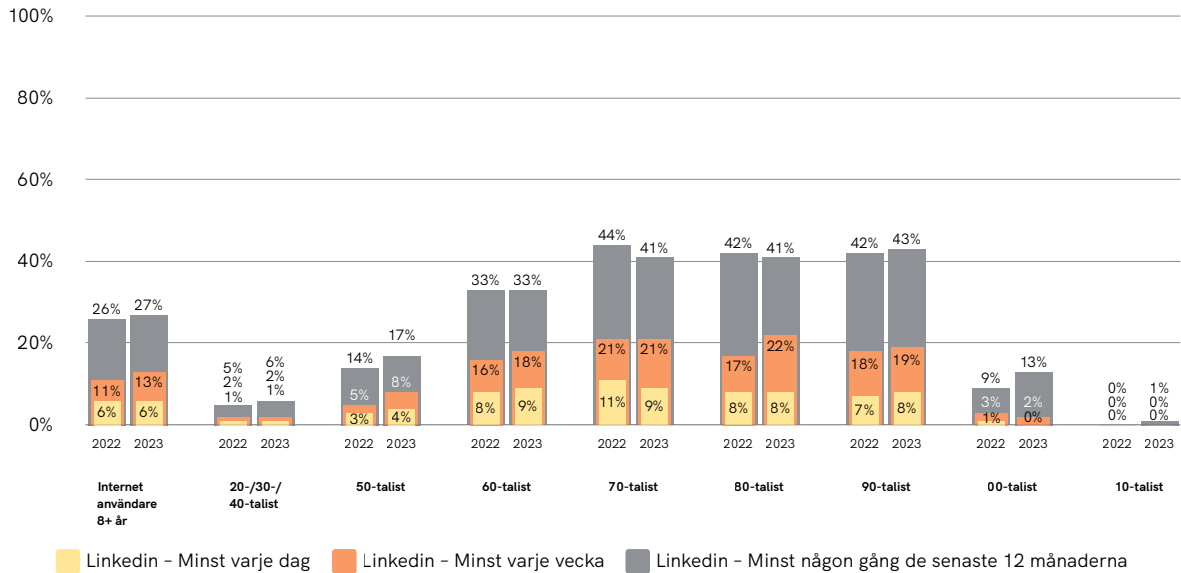


Diagram 9.35a-b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2022-2023 (Studie 2)

Hur många använder LinkedIn?

- Mer än var fjärde har använt LinkedIn år 2023, var åttonde har använt tjänsten varje vecka och 6 procent varje dag. Något fler män (29%) än kvinnor (25%) använder LinkedIn.
- Andelen som använder LinkedIn år 2023 är oförändrad mot år 2022. Det gäller även på vecko- och daglig nivå. Det finns dock några få skillnader i användandet i olika åldersgrupper.
- LinkedIn används mest av personer födda på 70-, 80 och 90-talet. Kvinnor födda på 90-talet minskar sitt användande av LinkedIn medan de jämnåriga männen istället ökar sin användning. *)
- Även något fler 00-talister har börjat använda LinkedIn år 2023, främst fler män. *)
- 4 av 10 som arbetar använder LinkedIn och betydligt fler i privat sektor (47%) än i offentlig sektor (32%) är på LinkedIn.
- Skillnaden är mycket stor i användandet av LinkedIn mellan de som i sin yrkesroll är tjänstemän (57%) jämfört med arbetare (18%). De sistnämnda har dock ökat sin närvaro på LinkedIn under 2023.
- 2 procent av befolkningen har LinkedIn som favorit bland sociala medier. Allra mest populär är tjänsten bland män födda på 60- och 70-talet varav 7 procent har LinkedIn som favorit. *)

ROBLOX

Fler barn använder Roblox år 2023

Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna?

ROBLOX ÅR 2022-2023

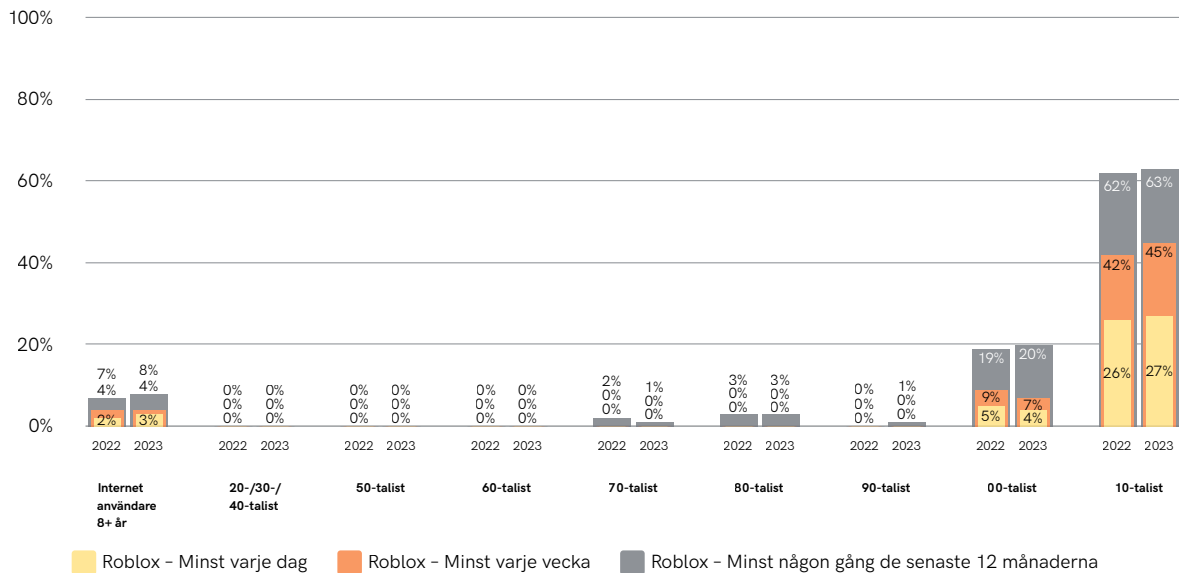


Diagram 9.36, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2022-2023 (Studie 2)

Hur många använder Roblox?

- 8 procent har använt Roblox år 2023 och 3 procent använder Roblox dagligen.
- Andelen som använder Roblox år 2023 (8%) har ökat jämfört med år 2022 (7%).
- Roblox används nästan uteslutande av de födda på 2000-talet (35%). Gapet är stort jämfört med de födda på 1900-talet (1%). *)
- Roblox används allra mest av 10-talisterna varav mer än 6 av 10 har använt Roblox år 2023.
- Roblox används i lika hög utsträckning av pojkar och flickor. Bland 00-talisterna är det dock fler pojkar som använder Roblox och bland 10-talisterna fler flickor. *)
- 2 procent av befolkningen har Roblox som favorit bland sociala medier. Bland de födda på 2000-talet är det 8 procent som har Roblox som favorit och bland 10-talisterna hela 20 procent. *)

BE REAL

6 procent av svenskarna använder Be Real år 2023

Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna?

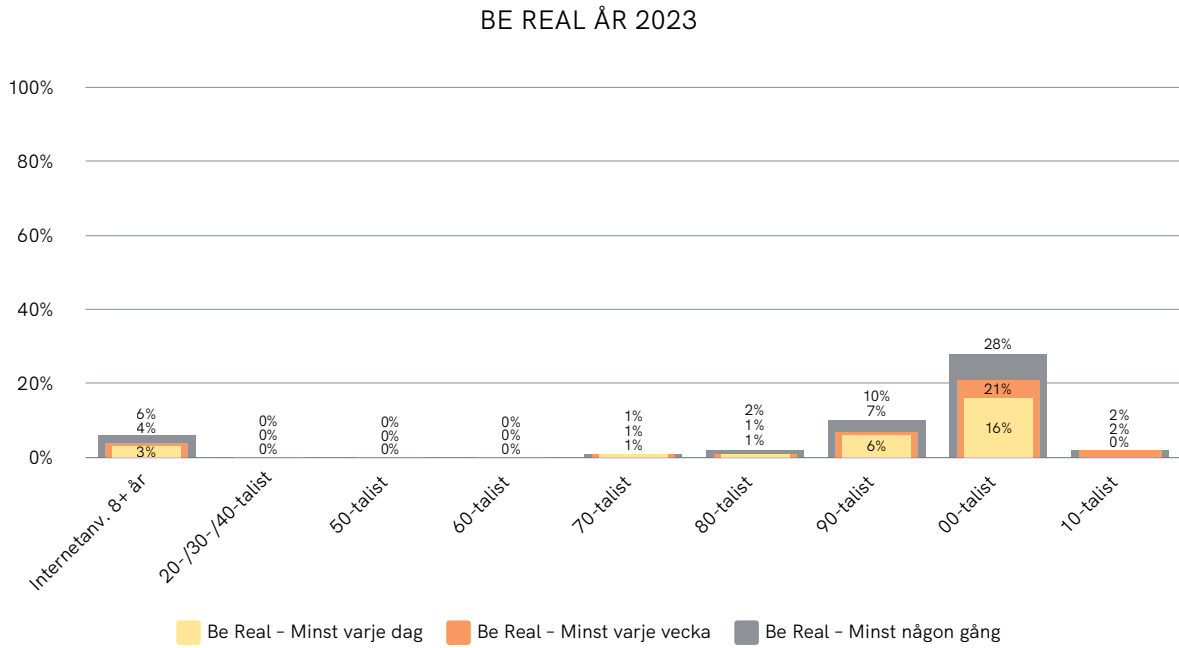


Diagram 9.37, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2023 (Studie 2)

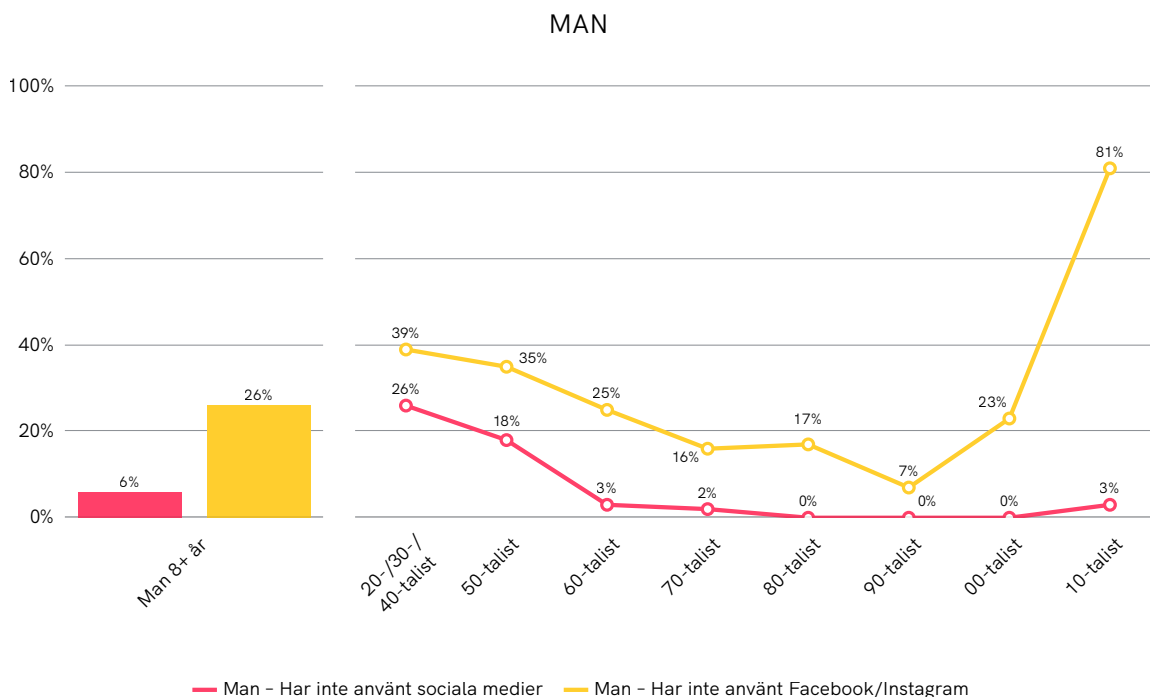
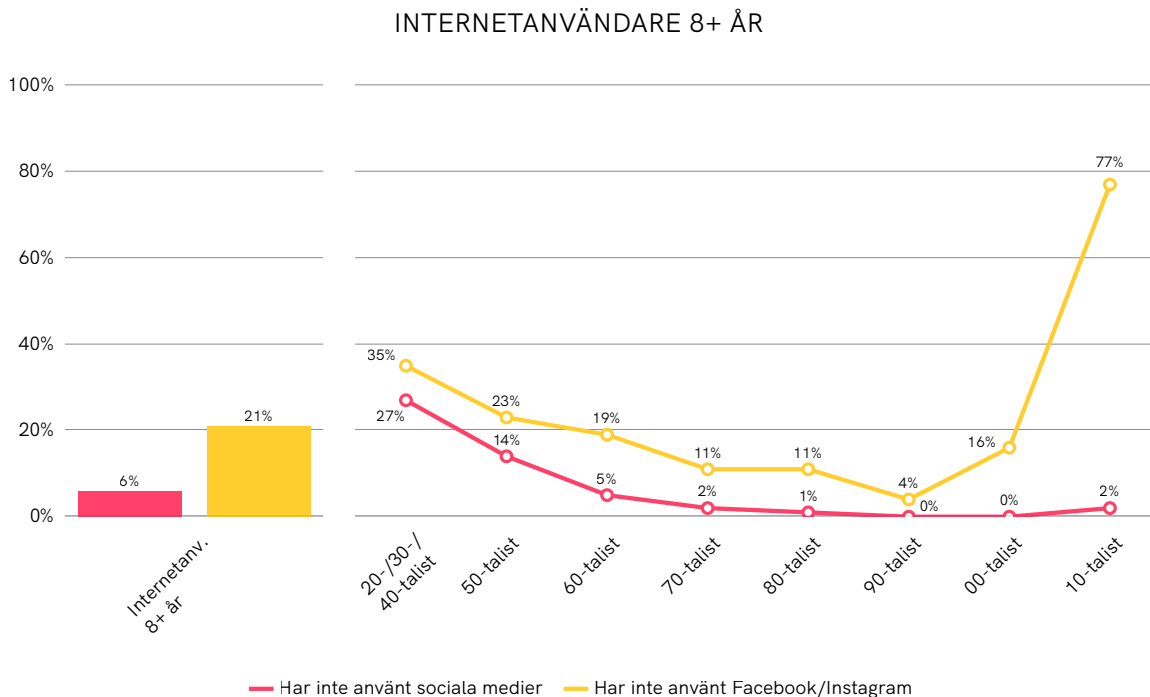
Hur många använder Be Real?

- 6 procent har använt Be Real år 2023 och 3 procent använder Be Real dagligen.
- Be Real används nästan uteslutande av 00- och 90-talister. Tjänsten används allra mest av 00-talisterna varav nära 3 av 10 har använt Be Real år 2023.
- Be Real används mest av kvinnor. Tre gånger fler kvinnor (9%) än män (3%) har använt Be Real det senaste året. Hela 44 procent av kvinnorna födda på 00-talet har använt Be Real år 2023. *)
- Nästan ingen, 0 procent av befolkningen, har Be Real som favorit. Bland 00-talisterna uppnår Be Real favoritstatus hos endast 1 procent. *)

VILKA VÄLJER BORT SOCIALA MEDIER OCH VARFÖR?

Dubbelt så många män som kvinnor avstår från Facebook och Instagram

Fråga: Har du använt sociala nätverksplatser/sociala medier de senaste 12 månaderna?



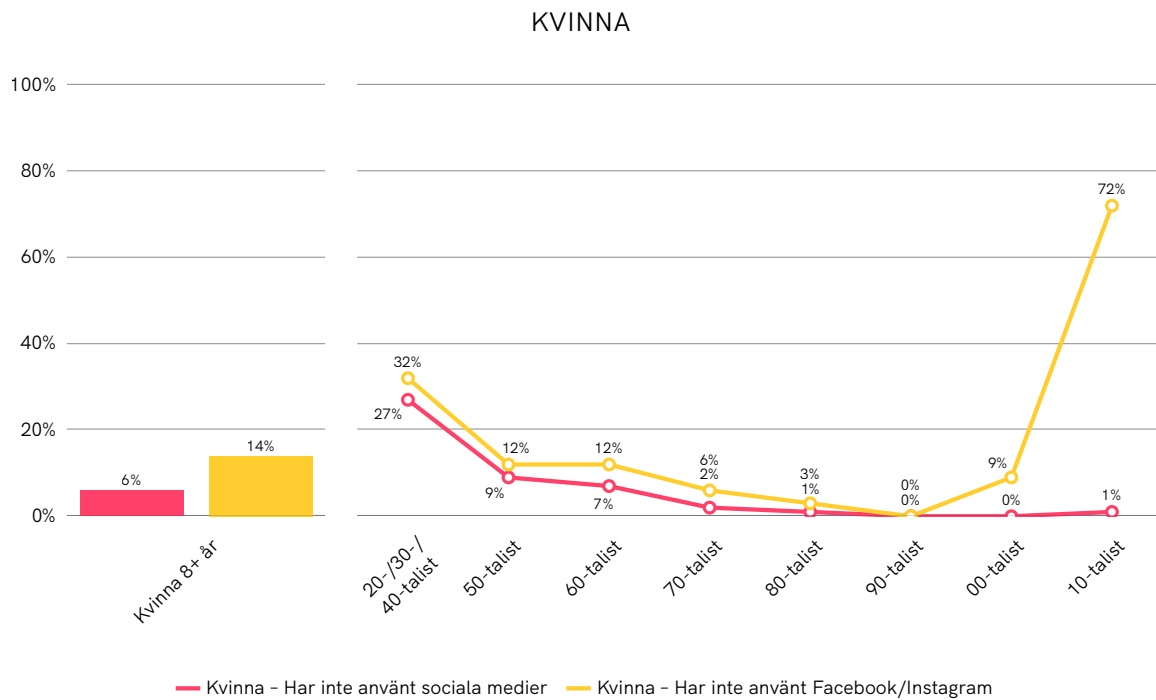


Diagram 9.38a-c, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2023 (Studie 2)

Hur många använder inte sociala medier?

- 6 procent av den internetanvändande befolkningen använder inte sociala medier år 2023.
- 7 procent av internetanvändarna födda på 1900-talet och 1 procent av de födda på 2000-talet använder inte sociala medier. *)
- Mer än var femte internetanvändande pensionär använder inte sociala medier. *)
- Män och kvinnor är icke-användare av sociala medier i lika hög utsträckning, men det varierar i olika åldersgrupper. Störst är skillnaden bland 50-talister där dubbelt så många män som kvinnor inte använder sociala medier.
- Bland 10-talisterna är det något fler pojkar (3%) än flickor (1%) som inte använder sociala medier.

Hur många använder varken Facebook eller Instagram?

Utöver hur många som är icke-användare av alla sociala medier så har vi även valt att titta närmare på vilka som inte använder någon av två av de största sociala nätverksplattformarna; Facebook och Instagram.

- Var femte i befolkningen använder varken Facebook eller Instagram år 2023.
- Nästan dubbelt så många män som kvinnor har inte använt Facebook eller Instagram år 2023. Störst är skillnaden bland 80-talister där nästan sex gånger fler män än kvinnor varken använder Facebook eller Instagram.
- Mer än dubbelt så många av de födda på 2000-talet än de födda på 1900-talet använder varken Facebook eller Instagram. *)

- 3 av 10 av de internetanvändande pensionärerna använder varken Facebook eller Instagram. *)

“Sociala medier är trams!”

Fråga: Hur kommer det sig att du inte använder sociala medier?



Diagram 9.39, Bas: Använder inte sociala medier 8+ år, År 2023 (Studie 2)

Varför avstår några från att använda sociala medier?

Det är 6 procent av den internetanvändande befolkningen som inte använder några sociala medier alls (se *Diagram 9.38a-c*). Merparten av de som inte använder sociala medier är 65 år eller äldre, men det finns icke-användare i alla åldrar. De allra yngsta är i minoritet och de uppger nästan inget annat skäl än att de inte får använda sociala medier för sina föräldrar, ännu.

Anledningarna till varför man väljer bort sociala medier är många och olika. De vanligaste orsakerna handlar om att man ser tjänsterna som tidskrävande och som något man varken har ett behov eller intresse av. Några upplever att det är för svårt att lära sig hur sociala medier fungerar och att tekniken i sig är en utmaning. Andra har någon annan som “sköter det åt dem”.

Vissa rentav ogillar de sociala nätverksplattformarna och tycker att “de är trams”. Andra anser att de är för integritetskränkande, för kommersiella eller rentav skadliga eller farliga. Flera upplever de sociala nätverksplattformarna som asociala och umgås hellre i verkliga livet. Några har också hört att man “kan fastna” och att sociala medier är för beroendeframkallande.

Får inte använda sociala medier för sina föräldrar

Nästan alla barn mellan 8–12 år som inte använder sociala medier svarar att de inte får använda de sociala nätverksplattformarna för sina föräldrar, även om en 8-årig pojke tycker att han är “för liten” och en jämnårig flicka svarar “Vill inte!”.

“Mamma tycker inte jag behöver det ännu.”

Pojke, 9 år

“Mina föräldrar tycker inte att jag ska använda det och de tycker inte heller att jag vill det.”

Flicka, 12 år

Har inget behov av, intresse eller tid för sociala medier

De flesta som inte använder sociala medier menar att de varken har behov av, intresse för eller tid att lägga på dessa tjänster. Man kan exempelvis känna att man inte behöver dela sina åsikter med “kreti och pleti”, eller att man inte heller har något intresse av att ta del av andras. Vidare tror man inte heller att det finns något intressant “att konsumera” på sociala medier, utan att all den information man behöver redan finns att ta del av på andra ställen, som exempelvis i traditionella medier. Många anser också att sociala medier är för tidskrävande och lägger hellre sin tid på annat.

“Vill ej lägga min tid på detta. Låg angelägenhet, stor tidsåtgång. Jag är totalt ointresserad av att ta del av andras personliga åsikter. Jag söker den information jag behöver och är intresserad av via tidningar, TV och radio.”

Man, 75 år

“Jag tror det ändlösa fingrandet på mobilen skulle stjäla mycket av min dyrbara tid som jag hellre ägnar åt något meningsskapande. Jag använder dator och mobil till det som underlättar min vardag och upplyser mig om tillståndet på den här planeten. Har inget behov av att exponera mig för världen.”

Man, 76 år

Tekniken är svår och andra tar hand om sociala medier

Tekniken kan vara en tröskel för att använda sociala medier. Dels att hantera de tekniska enheterna som dator och mobil, dels att installera appar för de olika sociala medietjänsterna och dels att sedan navigera på de sociala nätverksplattformarna. Det finns de som “delegerar” sociala medier till andra, som sin partner. Men vad händer med de som inte har någon att delegera till och hur känner de sig?

“Alldeles för mycket krångliga inställningar, funktioner och uppdateringar att hålla koll på. Ny teknik stressar mig. Kollar dock på min sambos facebook och instagram på gemensamma vänners inlägg.”

Kvinna, 49 år

“Har inte lärt mig tekniken tycker den är svår. Är lite rädd att använda datorer. Delegerat till hustrun. Om inte hon kunde skulle vi nog känna oss vingklippta och lite utanför.”

Man, 77 år

Ogillar sociala medier

Det finns en del som ogillar sociala medier, dess innehåll och hur de används. Det kan exempelvis vara att tjänsterna upplevs ytliga, innehålla "för mycket skräp och reklam", för mycket influencers och sakna "meningsfullt och utvecklande innehåll". Flera, oftast äldre, kallar sociala medier för "trams".

"Ogillar verkligen allt med sociala medier det ytliga, det falska, det tillrättalagda... En kombination som fick mig att stänga ned ALLA konton. Det blev för jobbigt och krävde för mycket tid att kontrollera vilka av alla aviseringar som var något att ha och vilka som bara var skräp, reklam eller folk som ville ha kontakt för att de hört mitt namn, inte för att vi hade något gemensamt. Blir illamående av bara tanken. Är fri idag."

Kvinna, 43 år

"Gillar inte det sätt som sociala medier ofta används på. Fåniga likes, kändisars gullande med varandra, influencers mm."

Kvinna, 71 år

"Jag är klok i huvudet och avstår från sådant trams. Vill ej ha med det att göra. Folk borde ägna sig åt viktigare saker."

Man, 84 år

Sociala medier är integritetskränkande och asociala

Sociala medier upplevs av några vara integritetskränkande. Man vill helt enkelt inte "lämna ut sig själv" och är mån om sitt privatliv. Några menar att de tycker om att vara anonyma på nätet. Flera betraktar också sociala medier som ett asocialt sätt att "idka umgänge på" och föredrar att umgås "i verkliga livet" istället.

"Har slutat! Av integritetsskäl ville jag inte dela något, läste bara andras inlägg. Kändes integritetskränkande att bara vara med, som att min tystnad också var talande. Sedan kränkte plattformens algoritmer säkert mig också. Känns med facit i hand mer asocialt att vara med än att stå utanför."

Kvinna, 45 år

"Sociala medier kan i mångt och mycket benämnas asociala. De flesta, inklusive jag själv, vill vara anonyma på nätet. Folk borde träffas i verkliga livet där beröring är möjligt. Att dölja sin identitet är att kränka den och att gömma sig bakom stela skärmar får människors sociala liv att stelna."

Man, 76 år

Sociala medier är för kommersiella

För vissa kan de kommersiella drivkrafterna bakom de sociala medieplattformarna vara både "avskräckande och stötande". Det talas om att man "göder plattformarna med beteendedata" genom att vara med. Några vänder sig emot att man inte äger sin personliga data som kan säljas vidare utan att man varken får godkänna det eller får betalt. En kvinna menar också att det är emot hennes "livsfilosofi att stödja kommersiella krafter".

“Sociala medier är konstruerade för att ge maximal skärmtid och därmed maximala inkomster för dem som köper beteendedata från plattformarna. Detta sker utan mitt samtycke och jag får inte ett korvöre. Därför avstår jag ett medlemskap.”

Man, 76 år

“Jag slutade använda sociala medier för att jag ogillar hur de största sociala medierna organiseras och finansieras bakom kulisserna genom att allt man lägger upp blir plattformsägarens genom spionage, inte bara på vad man gör på plattformen utan också hur man surfar på sidor vars företag har avtal med plattformen, samt i värsta fall försäljning av personliga data man samlat in för att underlätta för kunden.”

Kvinna, 46 år

Sociala medier kan vara skadliga och farliga

Några tar upp risker de ser med sociala medier, som att det “näthatas” och sprids “fake news”. En del skyr också det hårda samtalsklimatet på plattformarna och andra talar om “filterbubblor” som ger alltför ensidig information. Detta tros sammantaget kunna skada både vår bild av verkligheten och demokratin. Andra menar att det också finns risk för “bedragare” på sociala medier och är rädda för att drabbas.

“Negativa aspekter med sociala medier är t ex spridning av falska nyheter, “filterbubblor”, främjande av påverkanskampanjer t ex hatkampanjer, påverkar negativt det verkliga sociala livet, minskar intresset för seriös journalistik, påverkar samtalsklimatet i samhället i stort i negativ riktning och är skadliga för demokratin.”

Man, 76 år

“Där finns för mycke skvaller och osanningar. Kan skada vår verklighetsuppfattning och i förlängningen oss människor.”

Kvinna, 89 år

“Är inte intresserad och sedan vet man aldrig vilka ‘figurer’ som svarar. Känns läskigt otryggt. Tror man kan råka riktigt illa ut om man är naiv som jag.”

Kvinna, 83 år

Sociala medier är för beroendeframkallande

Det finns en del som har hört att sociala medier är beroendeframkallande. De avstår därför från att använda dem för att inte själva riskera “att fastna”. Den tjänst som framför allt uppges kunna skapa beroende är Facebook.

“Jag har fått veta att social media är som en drog. Att man vaknar mitt i natten och måste pilla på sin mobiltelefon.”

Man, 77 år

“Vill inte bli slav under sociala media, men är inte lätt att vara utanför. Blir nog tvungen att smyga mig till Faceboken.”

Man, 80 år

Svenskarna vill inte ha riktad nätreklam, men tycker att polisen ska få ta del av privata konversationer online vid brottsmisstanke. Vi oroar oss för filterbubblor och näthat, men hyllar digitala böcker och tror på digitaliseringens positiva klimatpåverkan. Det här är det digitala Sverige år 2023.

Detta är ett kapitel ur undersökningen *Svenskarna och internet 2023*. Läs hela rapporten på webbplatsen svenskarnaochinternet.se.

Svenskarna och internet är en studie som genomförs av Internetstiftelsen. Med undersökningen vill vi bidra med fakta och insikter om hur användningen av internet i Sverige utvecklas. Vi vill ge förutsättningar till att digitaliseringen av det svenska samhället och näringslivet sker på välinformerad grund.

Internetstiftelsen är en oberoende, affärsdriven och allmännyttig organisation. Vi verkar för ett internet som bidrar positivt till människan och samhället. Vi ansvarar för internets svenska toppdomän .se och sköter drift och administration av toppdomänen .nu. Intäkterna från affärsverksamheten finansierar en rad satsningar i syfte att möjliggöra att människor kan nyttja internet på bästa sätt, och stimulera kunskapsdelning och innovation med inriktning på internet.

Exempel på våra satsningar är:

- Den här rapporten: *Svenskarna och internet*
- Start- och mötesplatsen Goto 10
- Folkbildningssatsningen Internetkunskap
- Det digitala museet Internetmuseum
- Lärresursen Digitala lektioner
- Konferensen Internetdagarna
- Mätverktyget Bredbandskollen

