

INTERNET   
STIFTELSEN

# Svenskarna och internet



2026

# Svenskarna och internet

2026



# Innehåll

|                                                                                     |                |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <b>Förord</b> <a href="#">↗</a>                                                     | <b>4-5</b>     |
| <b>Kapitel 1:</b><br><b>Användning av internet och e-tjänster</b> <a href="#">↗</a> | <b>6-43</b>    |
| <b>Kapitel 2:</b><br><b>AI - Artificiell intelligens</b> <a href="#">↗</a>          | <b>44-159</b>  |
| <b>Kapitel 3:</b><br><b>Sociala medier</b> <a href="#">↗</a>                        | <b>160-254</b> |
| <b>Kapitel 4:</b><br><b>Dumscrollande och digital detox</b> <a href="#">↗</a>       | <b>255-319</b> |
| <b>Kapitel 5:</b><br><b>Mobilt vett och etikett</b> <a href="#">↗</a>               | <b>320-348</b> |
| <b>Metodbeskrivning</b> <a href="#">↗</a>                                           | <b>349-352</b> |



# Förord



**AI har på kort tid blivit en självklar del av internet. Den finns i våra sökningar, våra arbetsverktyg och telefoner – ofta utan att vi ens tänker på det. I årets rapport följer vi hur AI förändrar svenskarnas digitala vardag, men också hur vår relation till nätet fortsätter att utvecklas.**

Välkommen till *Svenskarna och internet 2026*. För bara några år sedan var generativ AI något nytt som få hade provat. I dag har tekniken blivit en naturlig del av många digitala tjänster. AI används inte längre bara i särskilda AI-tjänster, utan finns integrerad i sökmotorer, appar och andra verktyg som miljontals svenskar använder varje dag. Årets rapport visar hur snabbt utvecklingen har gått. Och hur AI håller på att förändra vårt sätt att söka information, skriva texter, lösa problem och lära oss nya saker.

När tekniken blir ett naturligt inslag i livet förändras också vårt digitala beteende. Vi blir allt mer medvetna om hur vi vill använda den. I årets rapport tittar vi därför närmare på etikettsregler kring mobilen samt digital detox – att ta medvetna pauser från skärmen. Det är två områden som speglar hur många försöker hitta en bättre balans i en vardag där tekniken alltid finns nära till hands. När lägger vi undan telefonen? När känns det självklart att använda den och när upplever vi att den stör närvaron för oss och våra vänner? Frågorna säger något om hur vårt digitala liv fortsätter att mogna.

Rapporten följer också utvecklingen bland sociala medier och kommunikationsappar. Hur ser svenskarnas digitala kommunikation ut? Vilka plattformar växer och vilka tappar mark? Hur skiljer sig användningen åt mellan generationer och mellan män och kvinnor?

Vi tittar dessutom på digitala samhällstjänster så som digital brevlåda och visar hur de blivit en självklarhet för de flesta. Men gör en digital brevlåda livet enklare eller svårare? Fortfarande upplever många att digitaliseringen och dess tjänster innebär utmaningar, framförallt äldre svenskar.

## **Vi är Internetstiftelsen**

*Svenskarna och internet* är Internetstiftelsens återkommande undersökning av svenskarnas digitala liv. Genom rapporten vill vi bidra med oberoende fakta och kunskap om hur internet används och hur digitaliseringen påverkar människor och samhälle. Vår ambition är att ge beslutsfattare, journalister, forskare, företag och alla andra som vill förstå det digitala Sverige ett faktabaserat underlag för analys, samtal och beslut.

Internetstiftelsen verkar för ett internet som bidrar positivt till människan och samhället. Vår vision är att alla i Sverige vill, vågar och kan använda internet.

Vi hoppas att du får nytta av årets rapport!

**Information om undersökningen**

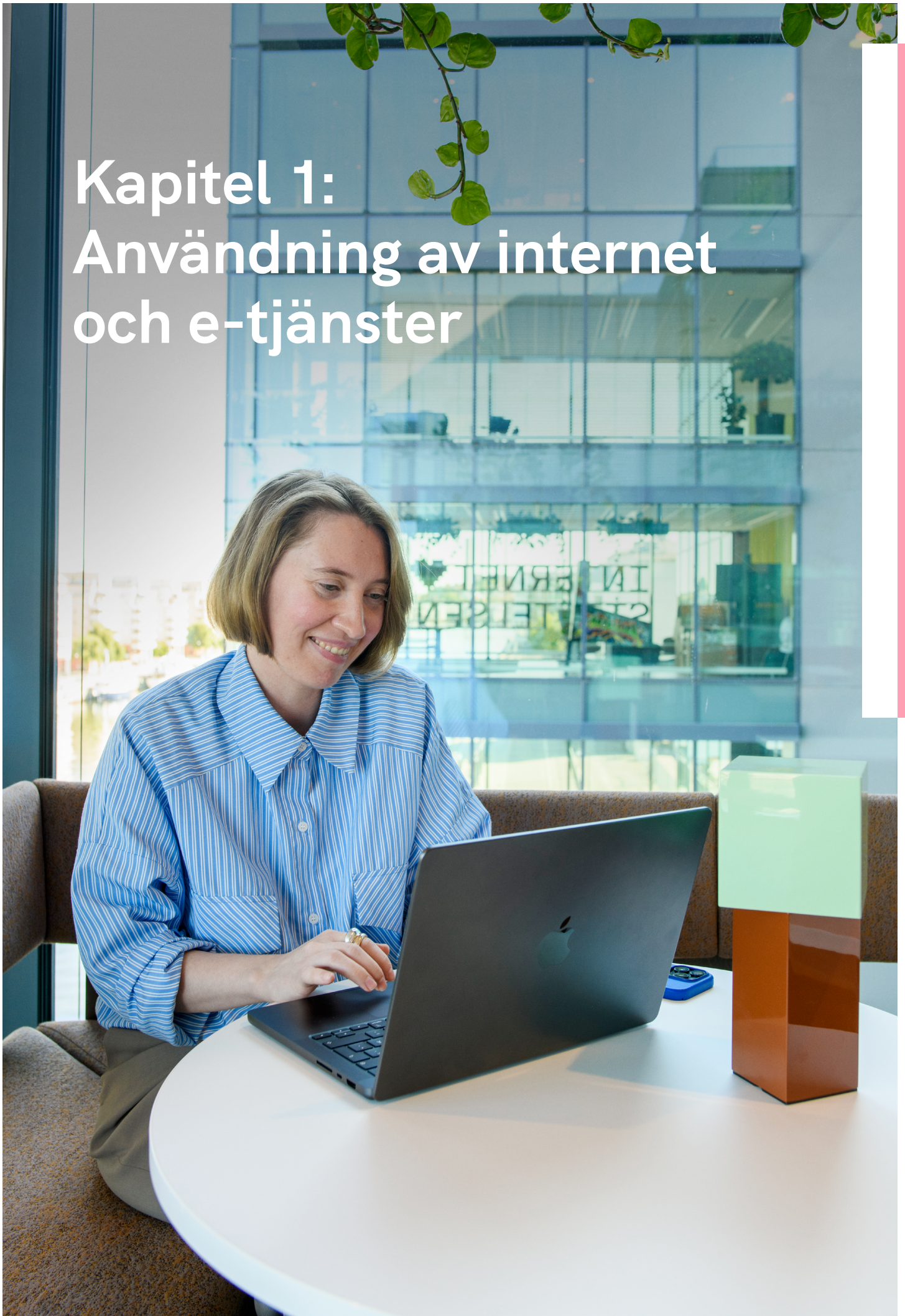
För samtliga studier har Internetstiftelsen anlitat undersökningsföretaget Novus för datainsamling som ägde rum under januari 2026. Majoriteten av vår data är insamlad i Studie 1 (n=3 776) i Novus slumpmässigt rekryterade Sverigepanel, med en deltagarfrekvens på 59 procent. Resultatet är viktat mot SCB vad gäller kön, ålder, utbildning, geografi.

Läs mer om metod och urval på [svenskarnaochinternet.se](https://svenskarnaochinternet.se).

På flera ställen i rapporten hänvisar vi till tabellbilagan för mer information. Dessa är markerade i texten med \*. [Du hittar tabellbilagan på svenskarnaochinternet.se](https://svenskarnaochinternet.se).



# Kapitel 1: Användning av internet och e-tjänster





# Digitala brevlådor försvårar för äldre pensionärer

Den digitala delaktigheten ökar långsamt men många äldre lever fortfarande i ett digitalt utanförskap. Bland pensionärer över 75 år använder nära var fjärde inte internet, var tredje inte mobilt Bank-id och mer än hälften inte en digital brevlåda.

## Innehåll

- 7 Kort sammanfattning [↗](#)
- 10 Hur många svenskar använder (inte) internet? [↗](#)
- 13 E-legitimation och mobilt Bank-id [↗](#)
  - 13 Hur många använder e-legitimation? [↗](#)
  - 15 Vilka använder (inte) mobilt Bank-id? [↗](#)
- 17 Digital brevlåda och Kivra [↗](#)
  - 17 Hur många har en digital brevlåda? [↗](#)
  - 20 Vilka använder Kivra och Min myndighetspost? [↗](#)
  - 22 Underlättar eller försvårar digitala brevlådor? [↗](#)
  - 35 Vilka använder inte digitala brevlådor och varför? [↗](#)

I det här kapitlet redovisar vi hur många svenskar som använder internet. Vi undersöker också hur många som använder olika e-tjänster, som e-legitimationen mobilt Bank-id samt digitala brevlådor som Kivra och Min myndighetspost. Vi tittar också närmare på den andel som inte använder internet och dessa e-tjänster idag. Vilka är de som lever i ett digitalt utanförskap och hur ser utvecklingen över tid ut?

Nytt för i år är att vi har tagit reda på om svenskarna upplever att digitala brevlådor underlättar eller försvårar för dem och skälen till detta. Vi har också frågat de som inte använder digitala brevlådor varför de väljer att avstå från denna e-tjänst. Vi får alltså ta del av ett delvis dolt utanförskap från det digitala samhället från två olika perspektiv, både från de som inte använder digitala brevlådor och de som anser att e-tjänsten försvårar deras tillvaro.

## Internetanvändningen är oförändrad på hög nivå

Internetanvändandet ökar långsamt över tid. Mellan år 2025 och 2026 står det stilla, men jämfört med år 2021 kan vi se en ökning från 94 procent till 96 procent idag. Samma ökningstakt gäller den dagliga internetanvändningen som i år ligger på 92 procent i befolkningen 16 år eller äldre. I princip alla personer födda på 60-talet eller senare är på nätet varje dag. Endast 4 procent använder inte internet och i princip alla dessa är 65 år eller äldre.

### **Mobilt Bank-id och Kivra fortsätter att dominera**

År 2026 använder 94 procent av svenskarna en e-legitimation och nästan alla av dessa har mobilt Bank-id. Tillväxttakten är låg mellan år 2021 och 2026 och det senaste året sker ingen ökning alls. Desto högre är tillväxten för digitala brevlådor som mellan år 2021 och 2026 ökat sin andel användare från 61 procent till 77 procent. Dock har ingen påtaglig tillväxt skett det senaste året. Bland digitala brevlådor dominerar Kivra som 74 procent av svenskarna använder. Tjänsten Min myndighetspost används inte ens av var tionde svensk.

### **Det digitala utanförskapet är störst bland pensionärer över 75 år**

Ålder är den faktor som har störst påverkan på användningen av internet och e-tjänster. I princip alla under 65 år använder såväl internet som mobilt Bank-id. De så kallade icke-användarna är alltså i pensionsåldern, dock minskar de över tid.

Bland de äldsta pensionärerna som är 75 år eller äldre har andelen icke-användare av internet minskat från en tredjedel år 2021 till en knapp fjärdedel år 2026. Detsamma gäller mobilt Bank-id. År 2021 var det mer än hälften av de äldsta pensionärerna som inte använde mobilt Bank-id jämfört mot en tredjedel icke-användare idag.

När det gäller digital brevlåda är andelen icke-användare något högre totalt sett. Nära var fjärde svensk saknar en digital brevlåda år 2026. Bland de äldsta pensionärerna är en bra bit över hälften icke-användare år 2026, men med en minskning på 21 procentenheter sedan år 2021.

Huvudorsaken till att andelen icke-användare minskar är att denna äldsta åldersgrupp varje år fylls på med en yngre mer digital årskull. Alltså inte att dessa personer på äldre dagar börjar använda internet och e-tjänster för första gången.

### **Digitala brevlådor anses underlätta genom att vara platsoberoende, ge påminnelser och god överblick**

Majoriteten av svenskarna anser att digitala brevlådor underlättar för dem. Mest av alla 90-talisterna. De digitala lådorna anses vara smidigare på många sätt. De är både "snabbare och effektivare än snigelposten". Dessutom är de platsoberoende - man får sin post var i världen man än befinner sig. Vidare ger de både påminnelser och en god överblick som gör att man inte missar viktig post, vilket särskilt uppskattas i jämförelse med papperspost "som lätt slarvas bort". Den digitala lådan upplevs också förenkla att betala räkningar, hålla koll på kvitton och myndighetsärenden. Därtill kan digital post kännas säkrare än fysisk post eftersom den inte kan försvinna på vägen, bli snodd eller av misstag hamna hos grannen.

### **"Det är betydligt enklare att sprätta upp ett brev än att logga in i flera appar för att öppna post"**

Det är framför allt pensionärer som anser att digitala brevlådor försvårar. Uppemot var femte pensionär som har använt en digital brevlåda svarar att denna e-tjänst helt eller delvis försvårar för dem. Bland de äldre pensionärerna är det var fjärde som upplever svårigheter och dessutom dubbelt så många kvinnor som män. Ett vanligt skäl är oro att missa post på grund av ofungerande notisinställningar eller att post skickas dit utan ens vetskap. Att posten kan komma till flera olika ställen ger en känsla av bristande kontroll.

Tekniken i sig kan kännas krånglig och försvårande. Både med inlogg och den digitala vyn som upplevs ge en sämre överblick än "papper i en pärm". Det kan också

vara svårt att avgöra om en faktura är en räkning eller ett erbjudande vilket gör att den digitala brevlådan kan kännas otrygg.

### **Rädsla för att missa post är ett hinder för många som inte använder digital brevlåda**

Nästan var fjärde svensk har inte en digital brevlåda. Bland pensionärerna över 75 år har nära hälften av männen inte en digital brevlåda jämfört med nästan två tredjedelar av kvinnorna. Skälen till att avstå är många, såsom att man inte ser nyttan, inte vet vad en digital brevlåda är eller hur tjänsten fungerar. Man vill inte behöva leta efter post på flera ställen eller vara rädd för att missa post och "hamna hos kronofogden". Papper kan vara att föredra för läsvänlighet, och att "sätta in i en pärm" för god översikt.

Det kan också vara jobbigt att behöva lära sig ny teknik och man kan vara skeptisk mot det digitala generellt sett. Det finns även en misstro mot de privata aktörerna bakom tjänsterna "som tjänar pengar på staten" samt en rädsla för bedragare och att få sin integritet kränkt.

### **Den digitala brevlådans största fördelar, betraktas också som dess största nackdelar**

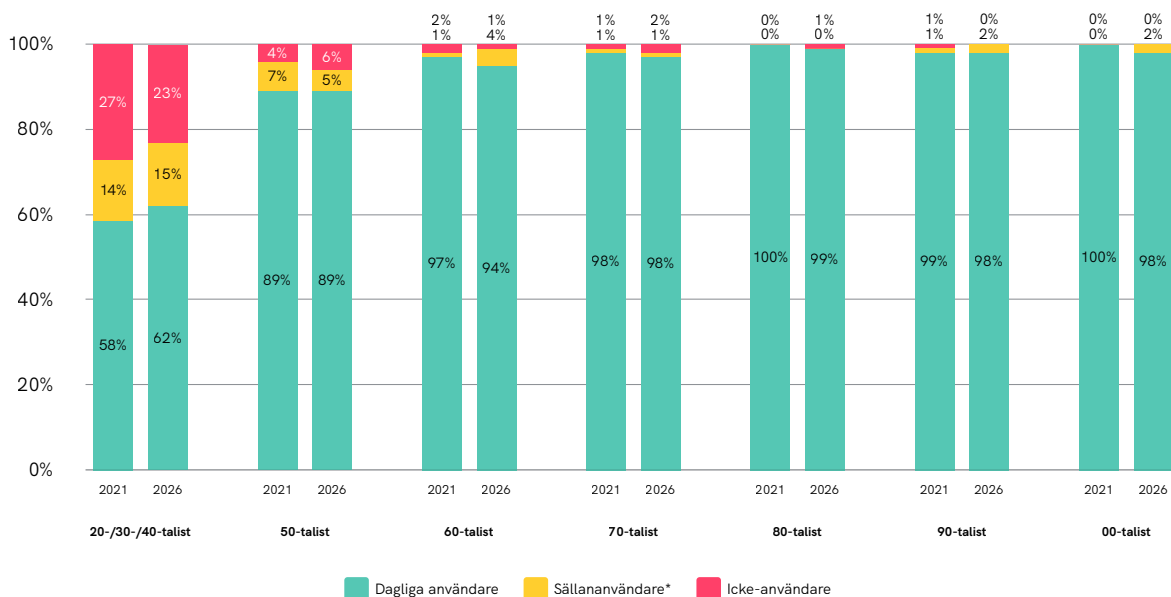
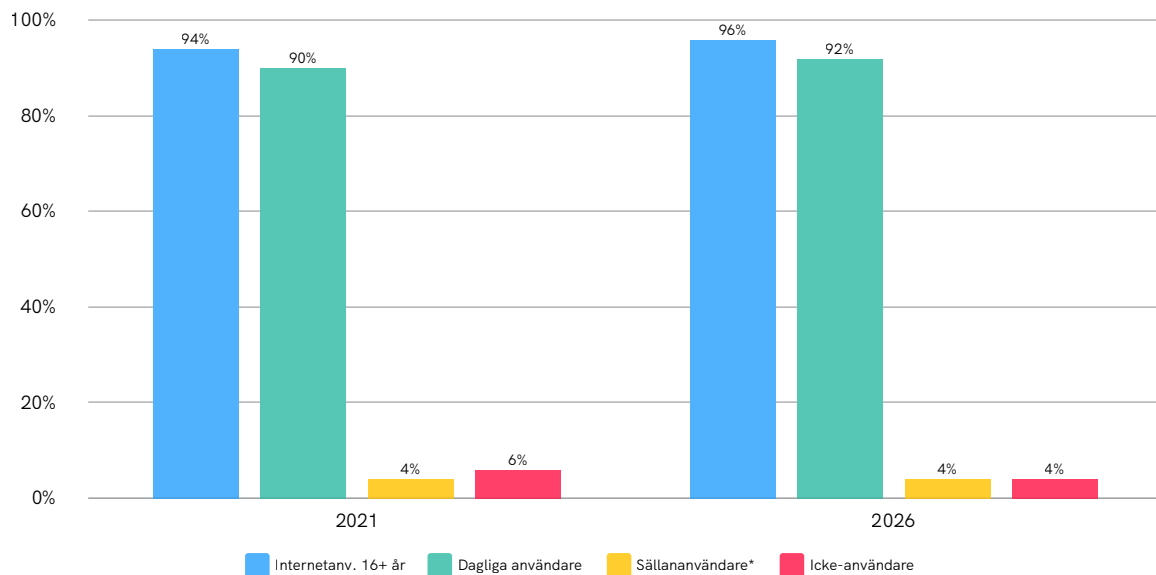
Bilden av vad som är en fördel respektive en nackdel med digitala brevlådor går isär. I de båda vågskålarna för vad som underlättar respektive försvårar återfinns i många fall samma funktioner, men de beskrivs antingen som en styrka eller som ett hinder. Exempelvis upplever vissa att risken att missa viktig post minskar tack vare den digitala brevlådan, medan andra anser att risken istället ökar på grund av e-tjänsten. På samma sätt lyfts notisfunktionen, digital överblick av viktig post och säkerhets- och integritetsaspekten fram som fördelar av några, samtidigt som andra upplever just dessa som nackdelar. De aspekter som anses försvårande är också i många fall vad de som helt avstår från digitala brevlådor använder som argument.

# Hur många svenskar använder (inte) internet?

## Internetanvändandet ökar långsamt över tid

Fråga: Hur ofta använder du internet?

INTERNETANVÄNDNING ÅR 2021/2026



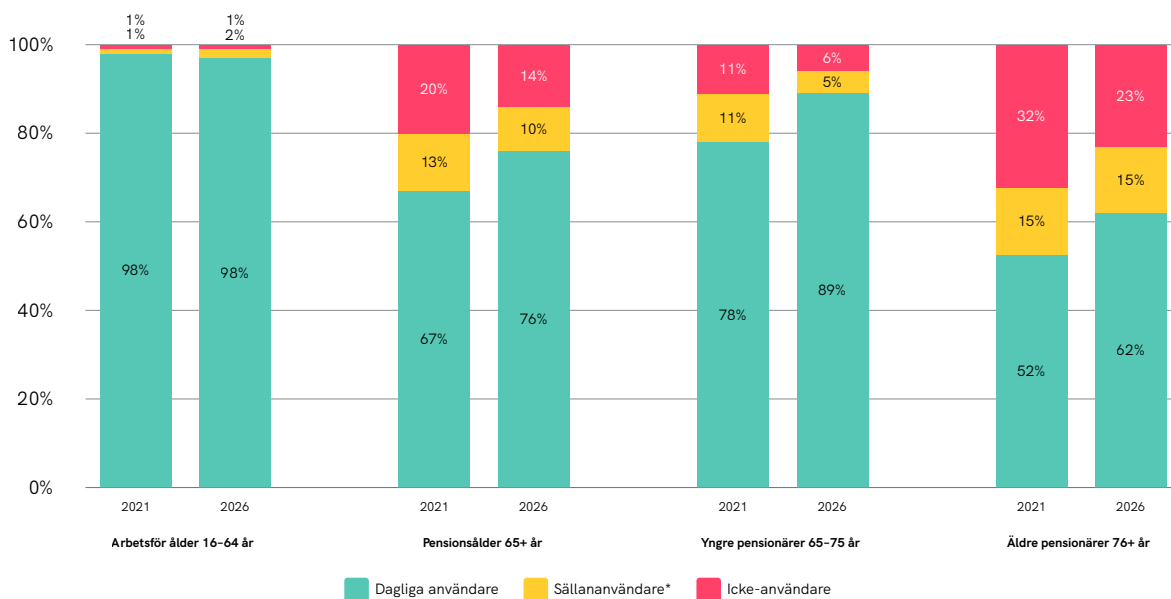


Diagram 1.1a-c, Bas: Samtliga 16+ år, År 2021/2026 (Internetpenetrationsstudie \*)  
Med sällananvändare avses de internetanvändare som inte använder internet dagligen.

### Ökar eller minskar internetanvändandet?

Andelen som använder internet i befolkningen som är 16 år eller äldre ligger på samma nivå som år 2025. Den lilla skillnaden är inom felmarginalen. Eftersom förändringarna är så små redovisar vi undersökningsresultatet i decimaler:

| Befolkningen 16+ år     | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   | 2025   | 2026   |
|-------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Andel internetanvändare | 94,28% | 94,41% | 95,62% | 95,32% | 96,77% | 95,87% |
| Andel ikke-användare    | 5,72%  | 5,59%  | 4,38%  | 4,68%  | 3,23%  | 4,13%  |

Sett över tid ökar internetanvändandet långsamt. Skillnaden mellan år 2026 (96%) och tidigare år är signifikant först mot år 2022 och 2021 (94%). Detsamma gäller den dagliga användningen (92%) av internet som år 2022 och 2021 låg på 90 procent.\*

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

### Hur många svenskar använder internet år 2026?

- 96 procent av befolkningen som är 16 år eller äldre använder internet; 92 procent gör det dagligen.
- Bland de som är födda på 60-talet eller senare använder nästan alla internet dagligen.
- På befolkningsnivå använder lika många män som kvinnor internet.\*

### Vilka använder inte internet år 2026?

År 2026 är det 4 procent av befolkningen som är 16 år eller äldre som inte använder internet. Jämför vi årets andel icke-användare bakåt i tiden är skillnaden signifikant först mot år 2022 och 2021 då andelen icke-användare var 6 procent.

Ålder är den faktor som har störst påverkan på internetanvändandet eftersom det i princip bara är de i pensionsåldern som inte använder internet. Det gäller i synnerhet de äldsta pensionärerna som är 76 år eller äldre, alltså personer födda på 1920-, 30- och 40-talet. År 2026 ligger andelen icke-användare bland de i pensionsåldern på 14 procent och bland de äldsta pensionärerna som är 76 år eller äldre på 23 procent. Detta är på samma nivå som år 2025 då skillnaderna är inom felmarginalen.\*

Sett från år till år kan vi se svängningar i andelen icke-användare bland de äldsta. Det beror på flera anledningar. Den äldsta åldersgruppen är jämfört med yngre generationer minst homogen sett till hälsa, samt intresse och erfarenhet av internet. De som är icke-användare har ofta inte använt internet i sitt tidigare yrkesliv, eller har på grund av fysiska hinder slutat att använda internet. Läs gärna mer om varför några inte använder internet eller inte är på nätet varje dag i [\*Svenskarna och internet 2023: "Varför är man sällan eller inte alls på internet?"\*](#).

En annan orsak till tidsserieförändringarna är att de äldsta generationerna är en grupp som varje år av naturliga skäl blir mindre rent statistiskt sett. I takt med att gruppen minskar så blir de statistiska variationerna och felmarginalerna större, särskilt när man bryter ned gruppen på kön.

När det gäller olika pensionsåldrar, behöver man dessutom vid tolkning av undersökningsresultatet också ta i beaktning att dessa äldre åldersgrupper varje år fylls på med en yngre, mer digital, årskull. Det är alltså huvudorsaken till att det blir fler internetanvändare bland både yngre och äldre pensionärer, inte att dessa personer på äldre dagar börjar använda internet för första gången.

### Närmar vi oss ett samhälle där alla medborgare är internetanvändare?

Det kan vi bara spekulera kring. Även om alla i framtiden växer upp med internet så kommer det med största sannolikhet finnas personer som på grund av fysiska hinder inte kan använda internet. Det gäller främst de äldre i befolkningen men även yngre individer bör räknas in. Utvecklingen av den digitala tekniken och sjukvården kommer att spela en avgörande roll tillsammans med den fria viljan. Alla kanske inte vill använda internet.



## E-legitimation och mobilt Bank-id

### - Hur många använder e-legitimation?

#### Mobilt Bank-id dominerar bland e-legitimationer men Freja e-id ökar något år 2026

Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna använt någon av följande e-legitimationer?

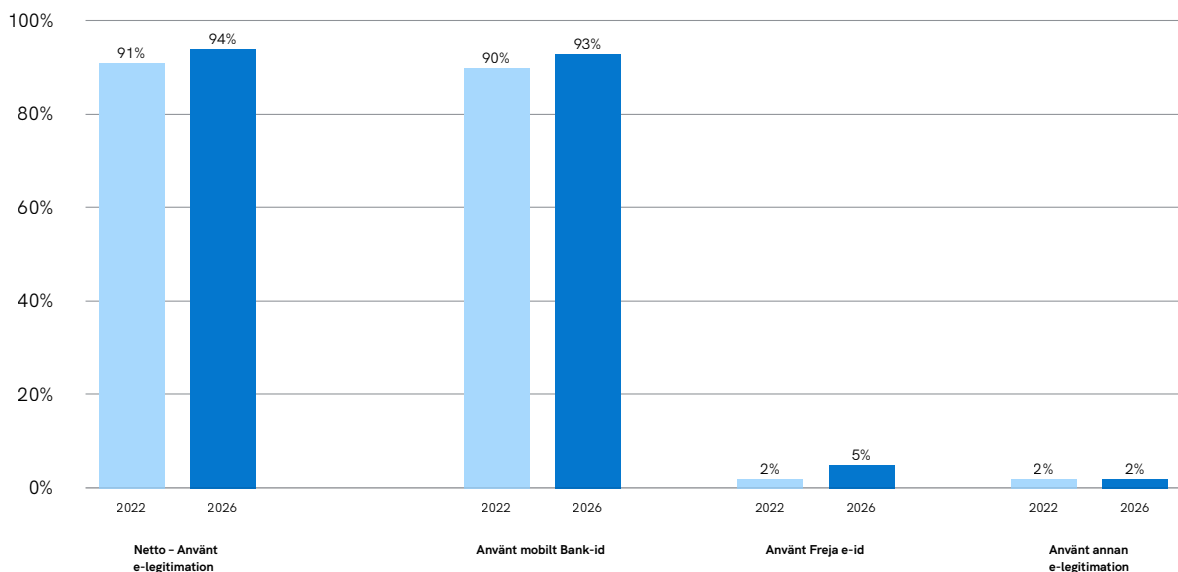


Diagram 1.2, Bas: Samtliga 18+ år, År 2022/2026 (Studie 1)  
Frågan ställdes i sin helhet för första gången år 2022.

#### Ökar eller minskar användningen av e-legitimation bland svenskar?

År 2026 använder 94 procent av svenskarna en e-legitimation. Det är på samma nivå som år 2025\*, den lilla skillnaden är inom felmarginalen. Användningen av e-legitimation har ökat med 3 procentenheter sedan år 2022.

Det är först och främst den dominerande tjänsten **mobilt Bank-id** som används av svenska folket. Läs mer om mobilt Bank-id under [\*Vilka använder \(inte\) mobilt Bank-id?\*](#)

Tjänsten **Freja e-id** används av 5 procent av befolkningen år 2026 och har ökat sin andel användare det senaste året med 1 procentenhet och sedan år 2022 med 3 procentenheter. Freja e-id används i högre grad av den yngre halvan av befolkningen (6%) jämfört med den äldre (4%). 90-talisterna (7%) ligger i topp vad gäller användning.\*

**Vad är e-legitimation?**

E-legitimation är en elektronisk id-handling som kan användas för identifiering, till exempel i appar, på en webbplats eller när man ringer upp en myndighet eller bank. Du kan läsa mer om olika typer av e-legitimation på webbplatsen [internetkunskap.se](https://internetkunskap.se).

**En statlig e-legitimation?**

I lagrådsremissen i januari 2026 föreslås en ny lag om statlig e-legitimation och elektronisk identifiering. En statlig e-legitimation ska kunna ges till personer med svenskt medborgarskap, utlänningar som är folkbokförda i Sverige och personer som har ett så kallat immunitetsnummer och som omfattas av lagen om immunitet och privilegier i vissa fall. Den nya lagen föreslås träda i kraft den 1 december 2026.

Du kan läsa mer om arbetet med statlig e-legitimation på [regeringens webbplats](https://regeringenswebbplats.se).

## E-legitimation och mobilt Bank-id

### - Vilka använder (inte) mobilt Bank-id?

#### Nära 7 av 10 använder mobilt Bank-id varje dag

Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna använt mobilt Bank-id?

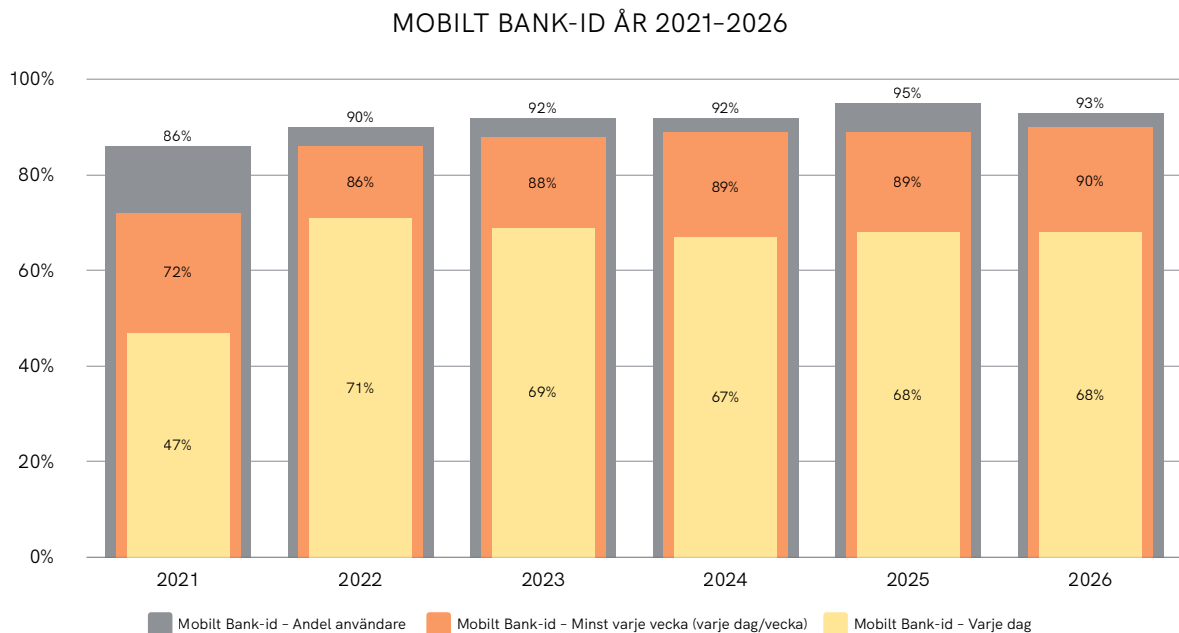


Diagram 1.3a, Bas: Samtliga 18+ år, År 2021-2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag, varje vecka eller senaste 12 månaderna

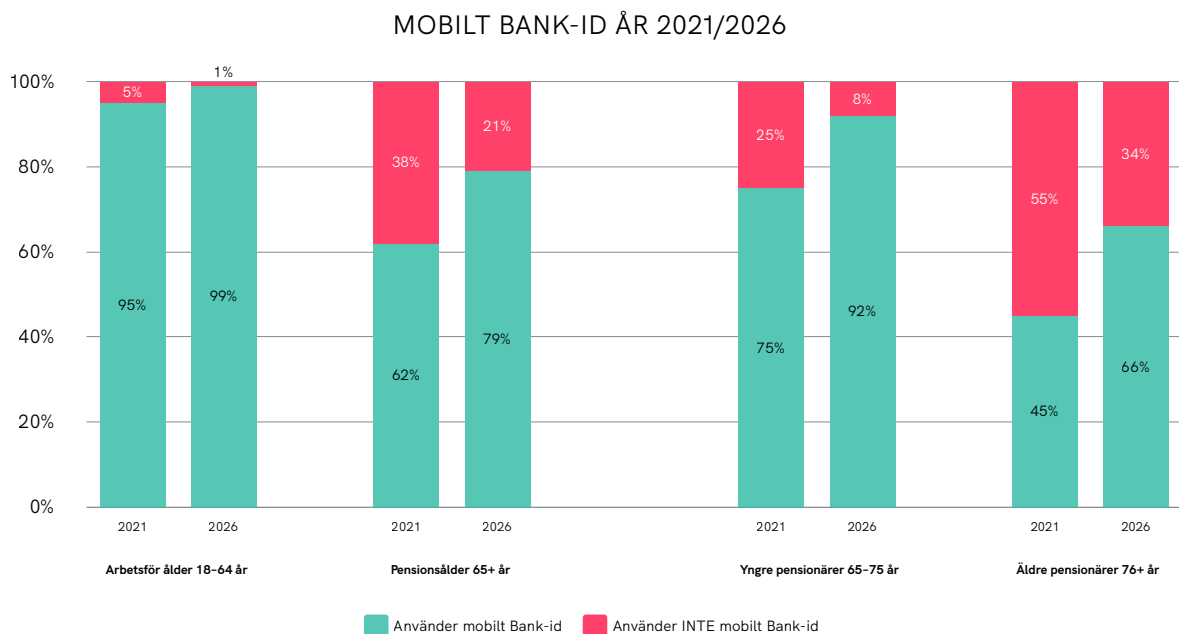


Diagram 1.3b, Bas: Samtliga 18+ år, År 2021/2026 (Studie 1)

### Ökar eller minskar användningen av mobilt Bank-id bland svenskarna?

- Under de senaste fem åren har mobilt Bank-id använts av minst 9 av 10 svenskar, med en långsam tillväxttakt.
- Andelen som använder mobilt Bank-id år 2026 ligger på samma nivå som år 2025 då skillnaden är inom felmarginalen. Det gäller även de som använder mobilt Bank-id minst varje vecka eller varje dag.
- Den dagliga användningen av mobilt Bank-id har minskat lite sedan år 2022.
- Minskningen av den dagliga användningen står främst den yngre halvan av befolkningen för, det vill säga personer födda på 80-talet eller senare; från 79 procent år 2022 till 70 procent år 2026. Detta jämfört med att den äldre halvan av befolkningen (födda på 70-talet eller tidigare) som under samma period har legat mer eller mindre konstant på 66 procent i daglig användning.\*

### Hur många svenskar använder mobilt Bank-id år 2026?

- Nästan alla svenskar, hela 93 procent, använder mobilt Bank-id år 2026.
- Av befolkningen i arbetsför ålder 18–64 år använder så gott som alla, 99 procent, mobilt Bank-id. Detta står i kontrast till de i pensionsåldern där endast 8 av 10 använder mobilt Bank-id.
- Bland de som är 76 år eller äldre är det 2 av 3 som använder mobilt Bank-id år 2026. År 2021 var det knappt varannan, vilket alltså visar på en tydlig ökning bland de äldsta sett över tid.

### Vilka använder inte mobilt Bank-id år 2026?

- Endast 7 procent av den svenska befolkningen använder inte mobilt Bank-id år 2026.
- I princip alla i befolkningen som inte använder mobilt Bank-id är 65 år eller äldre. Var femte person i pensionsåldern använder inte mobilt Bank-id.
- Det är framför allt de äldsta, som är 76 år eller äldre, som inte använder mobilt Bank-id. Bland dessa äldsta har var tredje inte använt mobilt Bank-id år 2026. Det hänger samman med att de inte heller är internetanvändare i lika hög grad som övriga i befolkningen. För mer information, se [\*Vilka använder inte internet år 2026?\*](#)

## Digital brevlåda och Kivra

### - Hur många har en digital brevlåda?

## 77 procent av svenskarna har en digital brevlåda år 2026

Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna använt en digital brevlåda?

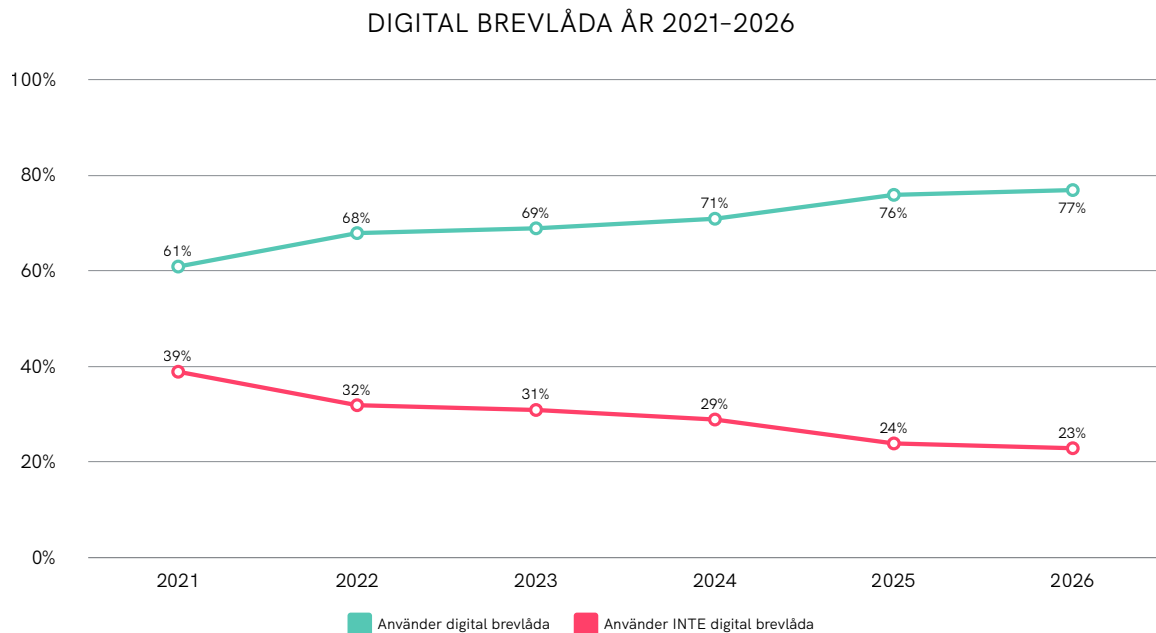


Diagram 1.4a, Bas: Samtliga 18+ år, År 2021-2026 (Studie 1)

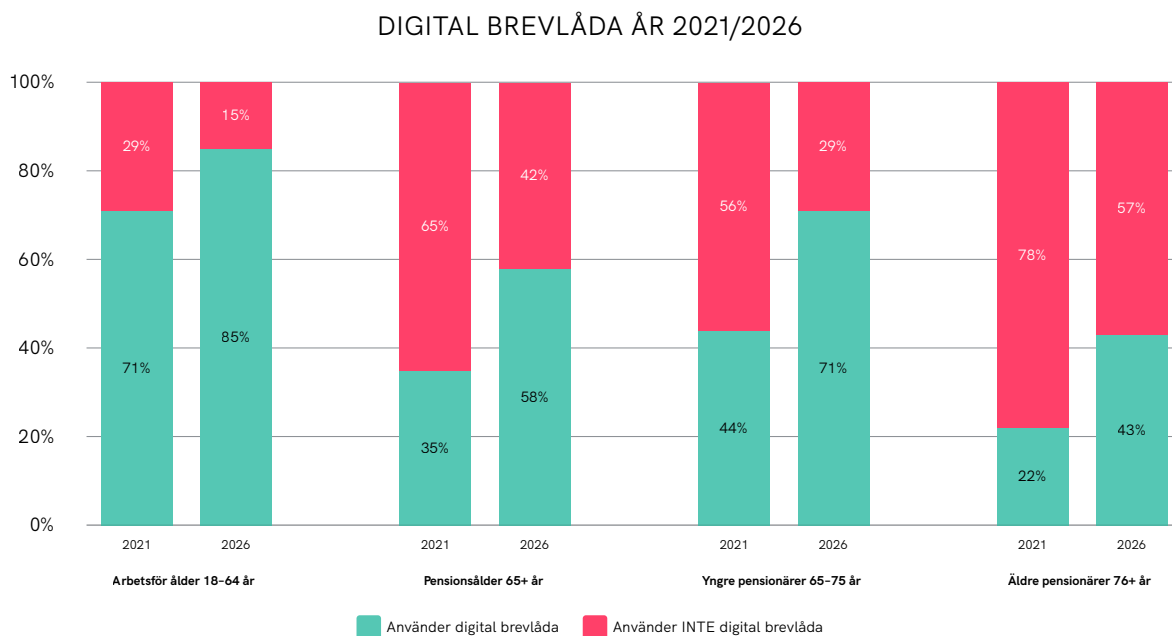


Diagram 1.4b, Bas: Samtliga 18+ år, År 2021/2026 (Studie 1)



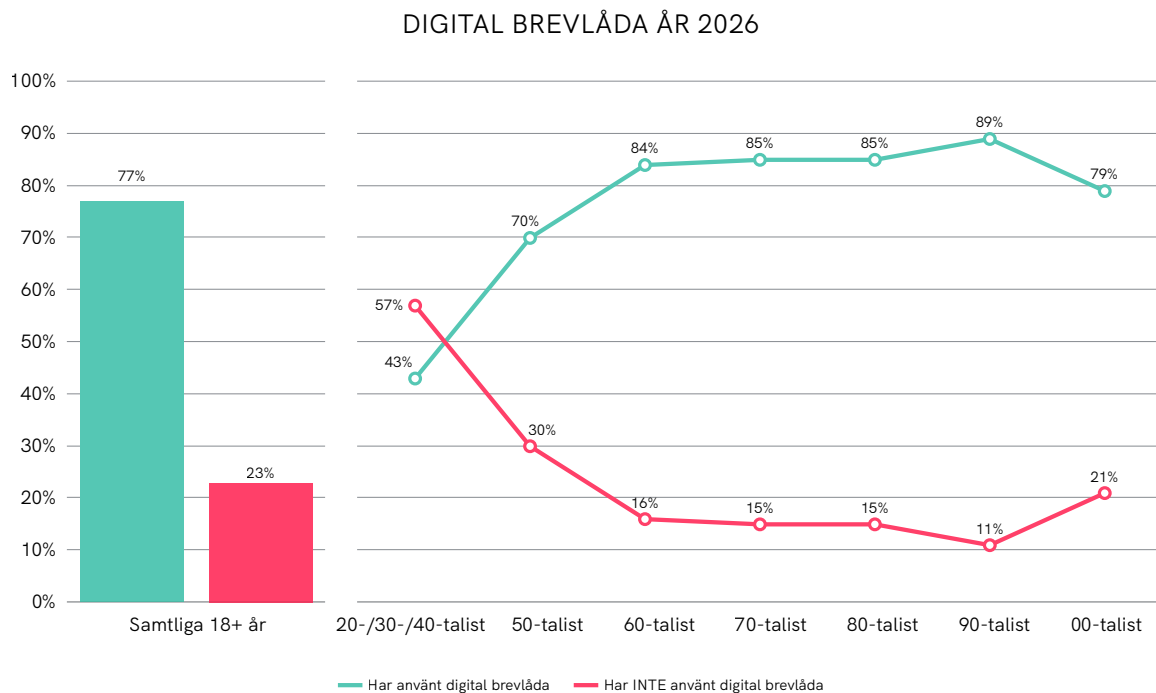


Diagram 1.4c, Bas: Samtliga 18+ år, År 2026 (Studie 1)

### Är det fler eller färre svenskar som har en digital brevlåda år 2026?

Andelen som använder en digital brevlåda ligger år 2026 på samma nivå som år 2025 då den lilla skillnaden är inom felmarginalen. Sett till hela perioden år 2021–2026 har andelen som har en digital brevlåda ökat med 16 procentenheter – från 61 procent till 77 procent.

### Hur många svenskar använder en digital brevlåda år 2026?

- Närmare 8 av 10 (77%) av svenskarna använder en digital brevlåda år 2026.
- I befolkningen som är i arbetsför ålder 18–64 år är det 85 procent som använder en digital brevlåda, jämfört med 58 procent bland de i pensionsåldern.
- Bland de äldsta pensionärerna är det långt under hälften som använder en digital brevlåda år 2026, men det är ändå en dubbling sedan år 2021.
- Bland de yngsta 18–25 år är det 8 av 10 (79%) som använder en digital brevlåda. Detta är på samma nivå som år 2025. Sett över tid har det dock skett en större ökning på 17 procentenheter i denna åldersgrupp sedan år 2021 (62%).\*

**Tips! Vill du veta mer om de som inte använder en digital brevlåda?** Se då avsnittet *Vilka använder **inte** digitala brevlådor och varför?* Först ska vi dock ta reda på vilka digitala brevlådor som används – och om användarna av digitala brevlådor anser att tjänsten underlättar eller försvårar för dem.

### Vad är en digital brevlåda?

En digital brevlåda är en tjänst där man kan få digital post från myndigheter och företag och därmed slippa fysisk post. Utöver myndighetspost är det möjligt att ta emot till exempel fakturor, lönebesked och digitala kvitton från affärer. Den digitala

posten skickas på ett säkert sätt och eftersom man loggar in med sin e-legitimation kan ingen obehörig läsa eller komma åt användarnas post.

Läs gärna mer om digitala brevlådor på [\*webbplatsen Internetkunskap\*](#) eller på [\*Digitaliseringsmyndighetens webbplats\*](#).

# Digital brevlåda och Kivra

## - Vilka använder Kivra och Min myndighetspost?

### Kivra fortsätter att dominera och växa år 2026

Fråga: Vilken eller vilka digitala brevlådor har du använt de senaste 12 månaderna?

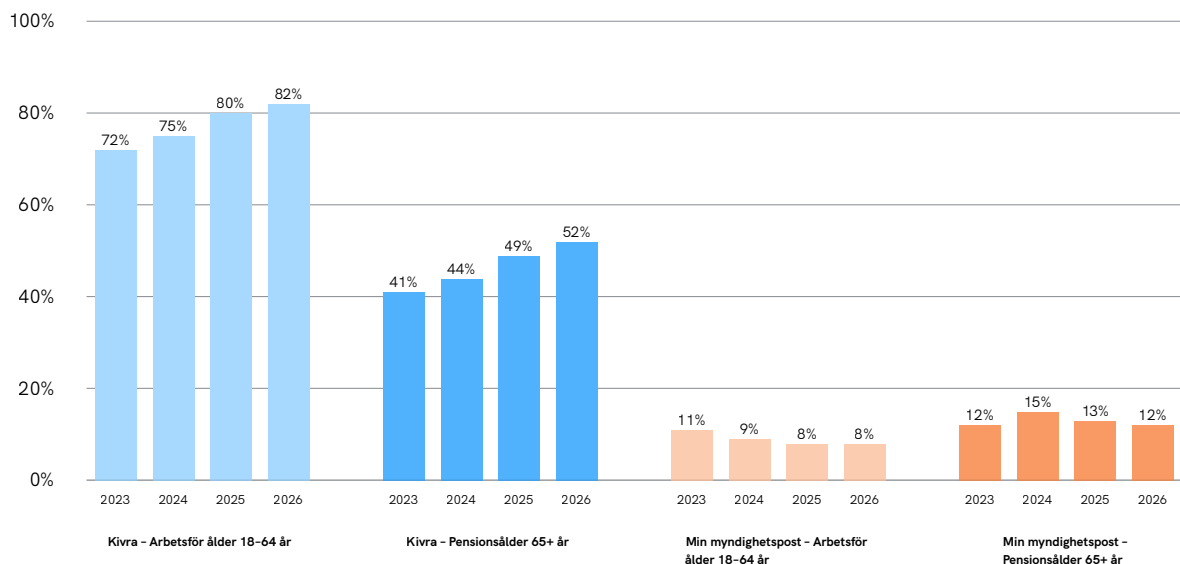
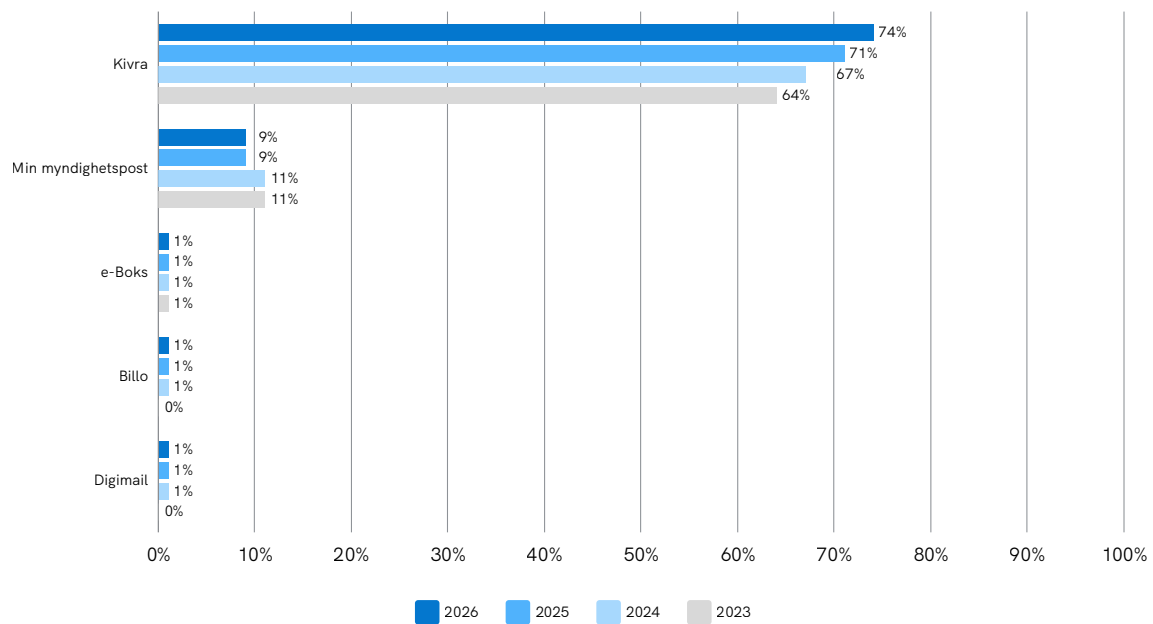


Diagram 1.5a-b, Bas: Samtliga 18+ år, År 2023-2026 (Studie 1)

### Vilka digitala brevlådor använder svenskarna år 2026?

- **Kivra** är den digitala brevlåda som dominerar bland svenskarna. 3 av 4 svenskar använder Kivra år 2026. Kivra har med jämna steg ökat sin andel användare brett i befolkningen sedan år 2023.
- På andra plats bland digitala brevlådor kommer den statliga tjänsten **Min myndighetspost**, som knappt 1 av 10 svenskar använder. Det är fler i pensionsåldern än i arbetsför ålder som använder Min myndighetspost. Efter år 2024 har Min myndighetspost tappat användare.
- På delad tredjeplats kommer tjänsterna e-Boks, Billo och Digimail som endast används av 1 procent vardera.

### Hur många använder mer än en digital brevlåda?

Knappt 1 av 10 använder mer än en digital brevlåda. Denna andel har legat konstant över tid sedan 2023. Det är betydligt vanligare att ha fler digitala brevlådor i den äldre halvan av befolkningen än i den yngre.\*

# Digital brevlåda och Kivra

## - Underlättar eller försvårar digitala brevlådor?

### Digitala brevlådor försvårar främst för äldre kvinnor

Fråga: Tycker du generellt sett att din digitala brevlåda (Kivra, Billo, Digimail, e-Boks, Min myndighetspost) har underlättat eller försvårat för dig?

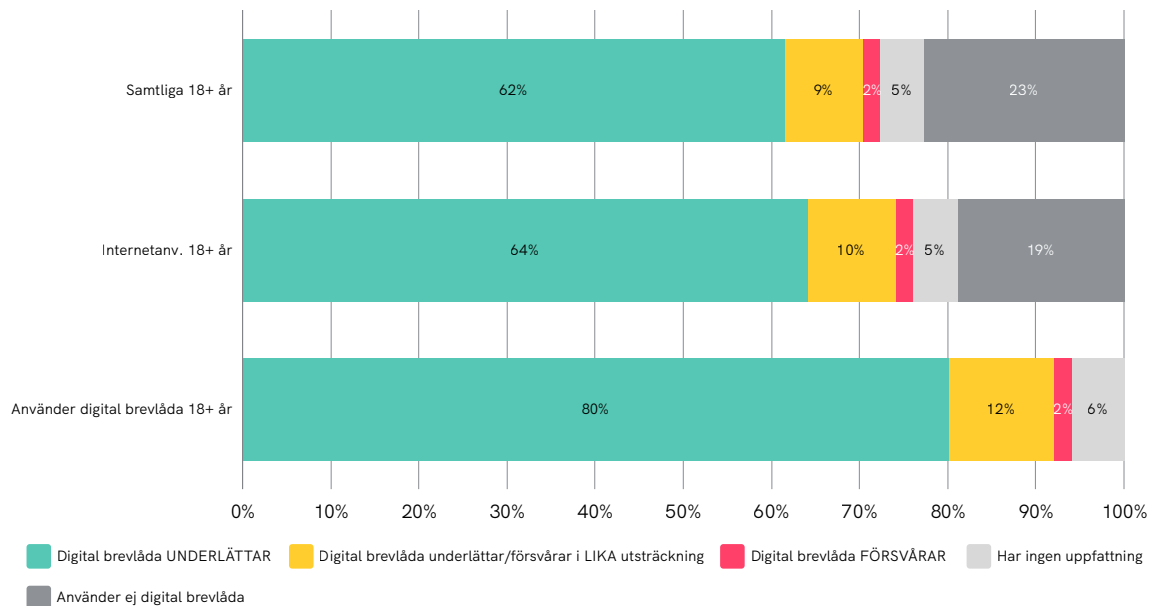


Diagram 1.6a, Bas: Samtliga 18+ år, År 2026 (Studie 1)

### ANVÄNDARE AV DIGITAL BREVLÅDA 18+ ÅR: UNDERLÄTTAR ELLER FÖRSVÅRAR

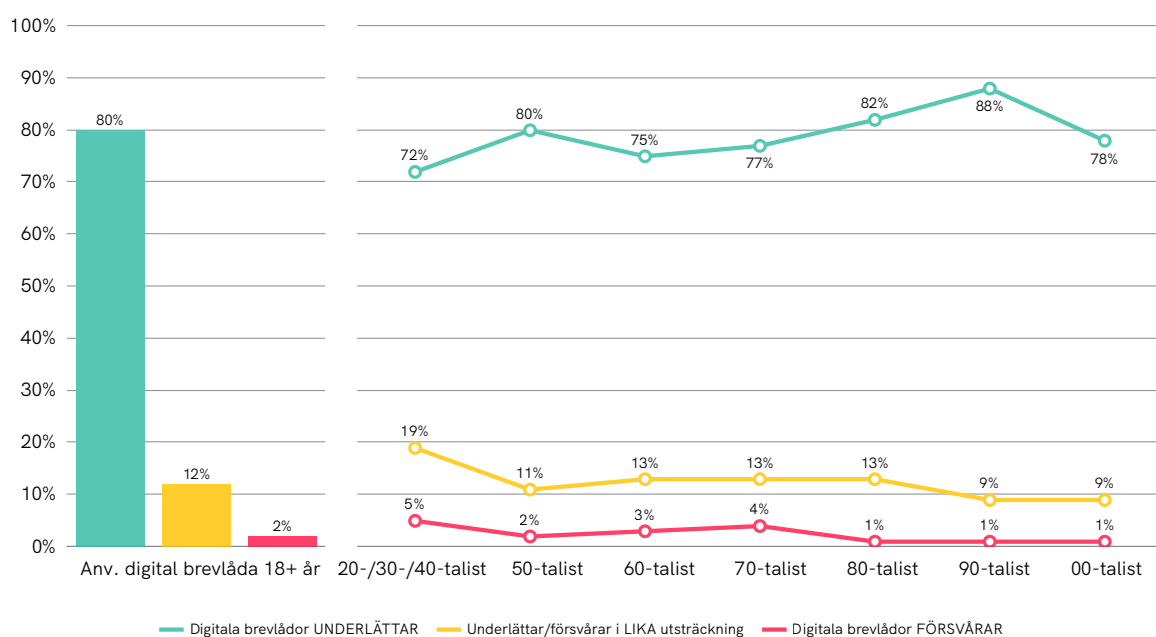


Diagram 1.6b, Bas: Använder digital brevlåda 18+ år, År 2026 (Studie 1)

## ANVÄNDARE AV DIGITAL BREVLÅDA 18+ ÅR: DIGITAL BREVLÅDA HELT/DELVIS FÖRSVÅRAR

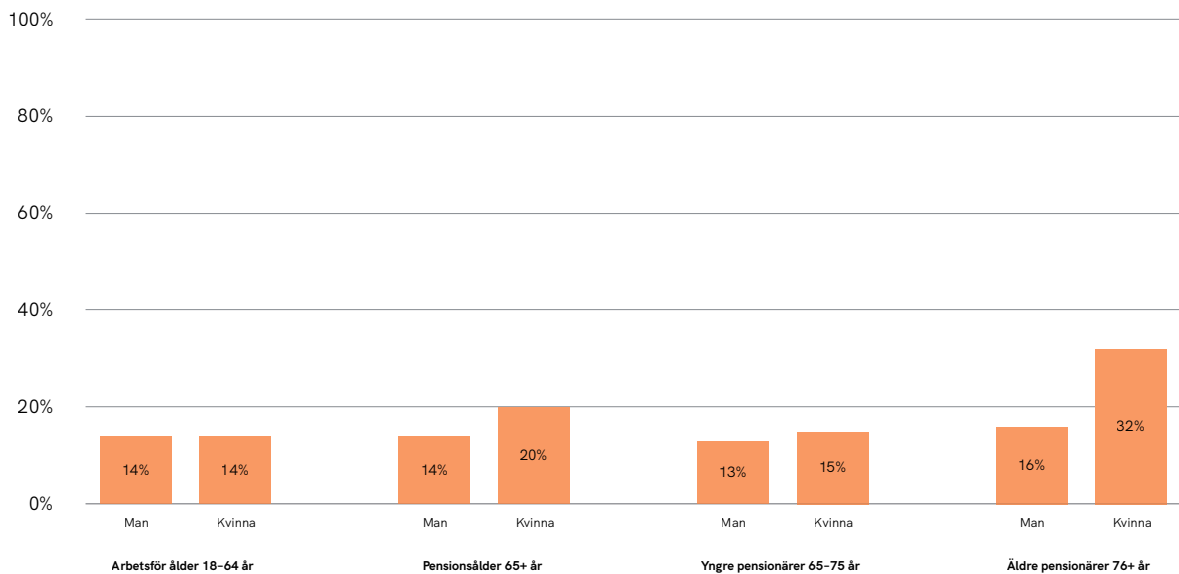


Diagram 1.6c, Bas: Använder digital brevlåda 18+ år, År 2026 (Studie 1)

**Anser svenskar att digitala brevlådor underlättar eller försvårar för dem?**

Majoriteten av svenskarna anser att digitala brevlådor underlättar för dem. Bland användarna anser 8 av 10 att digitala brevlådor underlättar för dem, lite mer än 1 av 10 att tjänsten både underlättar och försvårar i lika utsträckning och 2 procent att e-tjänsten försvårar.

Vid tolkning av undersökningsresultatet är det viktigt att ha i åtanke att graden av behov och erfarenhet av att använda digitala brevlådor kan påverka utfallet i olika demografiska grupper.

**Vilka tycker att digitala brevlådor underlättar för dem?**

- Bland användarna av digitala brevlådor anser de allra flesta att denna e-tjänst underlättar för dem. Det är 92 procent som anser att digitala brevlådor helt eller delvis underlättar för dem, varav hela 80 procent anser att de helt och hållet underlättar.
- Det är fler yngre än äldre användare som ser fördelar med digitala brevlådor och 90-talisterna i högst grad av alla.
- Det finns ingen signifikant skillnad mellan hur många män och kvinnor som anser att digitala brevlådor har underlättat för dem.\*

**Vilka tycker att digitala brevlådor försvårar för dem?**

- Det är 14 procent av användarna som anser digitala brevlådor helt eller delvis försvårar för dem, varav endast 2 procent anser att de helt och hållet försvårar.
- Det är betydligt fler användare i pensionsåldern som anser att digitala brevlådor är svårhanterliga. Var fjärde som är 76 år eller äldre anser att digitala brevlådor försvårar för dem.\*



- Bland yngre pensionärer 65–75 år är det ungefär lika många män som kvinnor som upplever svårigheter med digitala brevlådor.
- Bland pensionärer som är 76 år eller äldre är det dubbelt så många kvinnor som män som anser att digitala brevlådor är svårhanterliga. Var tredje kvinna som passerat 75 år och använder denna e-tjänst tycker att den försvårar för dem, varav hela 7 procent dessutom tycker att digitala brevlådor enbart försvårar.\*
- Det finns ingen skillnad mellan hur många personer med någon funktionsnedsättning som anser att digitala brevlådor är svåra att hantera, jämfört med befolkningen i stort.\*
- På befolkningsnivå finns det ingen signifikant skillnad mellan hur många män och kvinnor som anser att digitala brevlådor försvårar.\*

## “Min brevlåda är alltid där jag är, 24/7! Smiiiidigt!”

Fråga: På vilka sätt anser du att digitala brevlådor har underlättat för dig?

### DIGITALA BREVLÅDOR UNDERLÄTTAR



Diagram 1.7, Bas: Anser att digitala brevlådor UNDERLÄTTAR, År 2026 (Studie 1)

### På vilka sätt anses digitala brevlådor underlätta?

Majoriteten av svenskarna anser att digitala brevlådor har underlättat för dem (se *diagram 1.6a*). Här har vi låtit dessa personer i fritext berätta på vilka sätt som den digitala brevlådan har gjort livet lättare för dem.

Det vanligaste svaret är att den digitala brevlådan är smidig på olika sätt. Det kan vara att man har all post samlad på ett och samma ställe och slipper fysiska papper som “man lätt slarvar bort”. Den digitala lådan får också beröm för sin tydliga mappstruktur som ger en god översikt. Att man dessutom slipper hålla på med arkivering av viktiga papper i pärmar ses som en stor fördel.

Vidare upplevs den digitala brevlådan vara “snabbare än snigelposten”. Den fysiska posten levereras bara en gång om dagen medan den digitala levereras “på sekunder dygnet runt”. Man slipper väntetid helt enkelt.

Den digitala brevlådan är också platsoberoende. Så var man än befinner sig, även om man har dubbla boenden, är i sommarstugan eller på semester på andra sidan jordklotet, så kan man ha tillgång till sin post. Man kan “alltid ha den digitala brevlådan med sig i mobilen” eller tillgänglig i datorn.

Många lovordar de notiser och påminnelser som den digitala brevlådan skickar. Det gör att man “inte glömmer något viktigt”, som att betala en faktura. Just fakturaprocessen är det många som tycker är “extra smidig och effektiv”. Att det går att betala räkningar direkt i den digitala brevlådan “utan att behöva fylla i konto- och OCR-nummer”.

Likaså är det flera som uppskattar att få kvitton skickade direkt till den digitala brevlådan. De upplever att det ger dem "bättre koll" och förenklar eventuell reklamation. Andra nämner också smidigheten att kunna hantera "alla myndighets- och försäkringsärenden", sin deklaration, få sin lönespecifikation, få kallelser till läkare, överblicka "sin CSN och sin pension" och mycket annat.

En hel del tycker också att den digitala brevlådan känns säkrare än den fysiska. Den minskar oro för försvunnen post, att posten delas ut till fel person eller "blir snodd". Några nämner att post i den digitala brevlådan känns trygg för att man är säker på att post i den inte kommer från "ett blufföretag".

Att posten är digital upplever några också underlättar för dem att känna sig "mer miljövänliga". De tycker att deras klimatavtryck minskar tack vare att de slipper papper och transporter med utsläpp.

Nu ska vi få ta del av svenskarnas egna ord om hur digitala brevlådor underlättar för dem. Vi kommer att låta både yngre och äldre berätta hur de upplever att de digitala lådorna är smidigare än fysiska brevlådor på olika sätt. Deras svar är också intressanta att jämföra mot de som svarar att digitala brevlådor försvårar där vi har gjort samma indelning (se *diagram 1.8*).

→ Hur digitala brevlådor upplevs vara **smidiga** enligt de i **arbetsför ålder**

→ Hur digitala brevlådor upplevs vara **smidiga** enligt de i **pensionsåldern**

Det framgår också av en del svar att digitala brevlådor har gjort livet lättare för personer med någon form av funktionsnedsättning.

→ Hur digitala brevlådor underlättar för personer med **funktionsnedsättning**.

Sist men inte minst sätter vi strålkastarljuset på svar som speglar hur digitala brevlådor upplevs tryggare och säkrare än fysiska brevlådor samt på några mer konkreta användningsområden som upplevs underlätta vardagen.

→ Hur digitala brevlådor känns **tryggare och säkrare** än fysiska brevlådor

→ Hur **fakturor** i digitala brevlådor underlättar

→ Hur **kvitton** i digitala brevlådor underlättar

→ Hur **myndighets- och företagspost** i digitala brevlådor underlättar

### **Hur digitala brevlådor upplevs vara smidigare än fysiska brevlådor enligt de i arbetsför ålder:**

*"Får notis i mobilen, har alltid mobilen med mig, missar inget. Ultrasmidigt!"*  
Man, 20 år

*"Slipper kolla i en fysisk brevlåda - enklare när man bor på olika ställen. Mindre risk att jag missar viktiga fakturor."*  
Kvinna, 22 år

*"Underlättat tillgång till information och minskat mängden papper. Har brev, kallelser, fakturor, lönespecar, kvitton samlade och kommer alltid åt dessa i telefonen vart jag än befinner mig. Mindre oro för att något har försvunnit i posten."*  
Kvinna, 25 år

*"Jag har alla viktiga dokument samlade och tillgängliga. Det är enkelt att navigera bland de. Om jag vill kan jag spara ner en digital kopia. Jag slipper "stressen" av att behöva ta hand om och förvara viktiga papper i fysiska pärmar. Effektiviserar mig."*

Kvinna, 30 år

*"Jag upplever att det är enklare att hålla koll på samtliga fakturor eller viktiga besked. Jag har kivra och får både csn-beslut och andra myndighetspost där samt kvitton från olika aktörer i detaljhandeln. Det är smidigt att det är uppdelat och kategoriserat i appen samt att jag får notiser när det anländer."*

Kvinna, 32 år

*"Snigelpost delas inte ens ut varje dag, men hos kivra är det 24/7 och millisek i lev.tid."*

Man, 46 år

*"Man kan resa bort en längre tid och betala räkningarna även om man är på andra sidan jordklotet. Samt att man sparar på miljön gällande postbud, papper osv."*

Kvinna, 49 år

*"Jag tycker att det underlättar att få majoriteten av min post digitalt för då är allt samlat på samma ställe och jag kan gå tillbaks och kolla upp saker i posten oavsett var jag befinner mig. Jag upplever att jag får posten snabbare via digital brevlåda. Plus att papperspost kommer bort när man adressändrar."*

Man, 52 år

*"Kivra! Viktiga mail kommer hit och sparas. man slipper spara själv - vilket man annars gör på flera olika ställen (och tappar bort). Bra att de är fördelade på avsändare från början. Bra m kvittofunktionen. Fler borde ha denna."*

Kvinna, 57 år

*"Får en blänkare så fort jag har någon post, meddelande eller faktura. Jag känner mig som en miljövänligare människa tack vare allt papper jag slipper få."*

Man, 63 år

### **Hur digitala brevlådor upplevs vara smidigare än fysiska brevlådor enligt de i pensionsåldern:**

*"Jag behöver inte fundera över om det försvunnit något med den vanliga/gamla postgången. Man får en notis när man får något och då åtgärdar man det med en gång och man slipper alla papper."*

Man, 69 år

*"Smidigt plus bättre koll/överblick på dokument/räkningar, även historiskt. Inga försändelser som kommer bort, lätt att kolla brevlådan var man än befinner sig."*

Man, 70 år

*"Lätt att hitta tillbaka till om jag vill läsa en gång till, att få infoavisering och påminnelseavisering om att post finns gör att inget blir bortglömt."*  
Kvinna, 75 år

*"Jag kan se den var jag än är jämfört med när man fick fysisk post i brevlådan."*  
Kvinna, 78 år

*"Enkelt o snabbt, framförallt slipper jag fundera på om brevbäraren stoppat brevet i fel brevlåda, det händer ute på landet."*  
Man, 78 år

*"Kallelser till- och från vården är lätt att hålla reda på tack vare Kivra. Mycket enklare än 1177 som är uppbyggd som en labyrint."*  
Kvinna, 79 år

*"Slipper brev som kommer för sent eller inte kommer alls. Slipper spara papper i pärmar."*  
Kvinna, 83 år

*"Snabbare hantering. Säkrare än papperspost som kan försvinna på vägen eller på köksbordet. Fungerar oberoende om jag bor i lägenheten i Västerås eller i fritidshuset."*  
Man, 84 år

*"Snabbare leverans än med PostNord. Bra med betaltjänsten för fakturor. Fakturor o meddelanden finns dessutom kvar under tydliga rubriker. Underlättar arkivering och vid behov uppföljning av ärenden."*  
Man, 87 år

*"Lättåtkomlig post både på mobilen och datorn. Det blir inget spill av papper."*  
Kvinna, 90 år

### **Hur digitala brevlådor underlättar för personer med funktionsnedsättning:**

*"Lättare och snabbare att få information, betala räkningar. Blir inte liggande hemma på köksbordet utan tas i tu med direkt. Bra för mig med ADHD."*  
Kvinna, 24 år

*"Min ADD gör det alltid svårt att hålla koll på fysiska papper, blir ofta att de inte organiseras och sparas. På Kivra sköts det automatiskt. Det är även lättare att betala direkt i appen, än att betala en pappersfaktura. Mindre risk att jag missar viktig post, då jag får mejl från Kivra, samt notifikation från appen."*  
Man, 37 år,

*"Min pappa är rörelsehindrad och innan Kivra fick jag gå hem till honom och ta in hans post varje dag. Nu kan han kolla själv i sin mobiltelefon och slutar oroa sig för att missa viktigheter. Har underlättat för oss båda."*  
Man, 57 år

*"Kan under kalla perioder -och ofta övriga också- inte ta mig ut till vanlig brevlåda, så får bara hempost om någon kommer på besök."*  
Kvinna, 59 år

### **Hur digitala brevlådor känns tryggare och säkrare:**

*"Samlandet av post, kvitton och fakturor har gjort att vardagen har underlättats. Samt att känslig information som myndighetsbrev osv aldrig riskeras att bli snodd."*  
Man, 21 år

*"Man slipper få saker på fysiska posten och man vet att man har allt samlat. Samt att saker som kommer i Kivra är "säkra", man vet att de är the real thing och inte ett scam-mejl."*  
Kvinna, 26 år

*"Den samlar allt på ett ställe. Jag behöver inte leta efter viktiga brev här hemma. Jag oroar mig inte för att känsliga brev av misstag hamnar i grannens brevlåda."*  
Kvinna, 44 år

*"Leveransens träffsäkerhet, alltid rätt mottagare. Det kan inte postnord skryta med direkt! Underlättar livet att veta ingen kan tjuvkika eller rentav norpa min post!"*  
Man, 66 år

### **Hur fakturor i digitala brevlådor underlättar:**

*"Enkelt att betala en faktura direkt i Kivra utan att behöva använda internetbanken och fylla i alla nummer såsom ocr-nummer och oroa sig att något blir fel. Enkelt att spara handlingar på Kivra som genom mobilen alltid finns i fickan istället för att tappa bort viktiga papper någonstans i hemmet."*  
Man, 25 år

*"Slipper fysiska räkningar och du kan koppla digitala brevlådan till din bank för betalning av räkningar. Lysande med påminnelsefunktion för obetalda räkningar. Det är därmed en supersmidig och mer effektiv process."*  
Kvinna, 38 år

*"Jag kan inte missa fakturor. Jag kan betala fakturor snabbare. Jag får påminnelse om jag glömt en faktura som förfaller snart. Ger färre missade betalningar."*  
Man, 55 år

### **Hur kvitton i digitala brevlådor underlättar:**

*“Lättare att ta emot saker och najs att få digitala kvitton. Man liksom behåller alla kvitton, men slipper få dem i pappersformat. Smidigt att alla kvitton är samlade på ett och samma ställe och sökbara. Underlättar reklamering!”*  
Kvinna, 23 år

*“Man kan hitta tidigare post enklare. I mitt fall sparas även kvitton där, vilket underlättar utifall man vill reklamera något. Slipper dessutom ha massa papperskvitton som bleknar efter ett tag. Det känns att man är miljövänlig.”*  
Man, 38 år

*“Gillar företag som skickar kvitton via Kivra. Lätt att hitta och man har dom alltid med sig. I övrigt är det bättre generellt med digitala tjänster där dokument kommer till mig elektroniskt jämfört med papper som ska arkiveras i pärmar.”*  
Kvinna, 64 år

### **Hur myndighets- och företagspost i digitala brevlådor underlättar:**

*“Har kunnat få utdrag ur polisens register smidigt och snabbt i den digitala lådan. Går också att hantera deklarationen där och hålla kontakten med sjukvården.”*  
Kvinna, 19 år

*“Får lönespec där och information om csn o försäkringar o föräldrapenning där. Jag har haft en del med försäkringskassan att göra som jag fått uppdateringar och information kring tryggt och smidigt där.”*  
Kvinna, 22 år

*“Det går snabbare att få både info och svar från myndigheter och företag ex polisen, försäkringsbolag, bostadsbidrag, sjukpenning, fordonsskatt. Det går snabbt att betala in räkningar.”*  
Kvinna, 66 år

## “Hatar! Får inga notiser, livrädd att missa en räkning och få betalningsanmärkning”

Fråga: På vilka sätt anser du att digitala brevlådor har försvårat för dig?

### DIGITALA BREVLÅDOR FÖRSVÅRAR



Diagram 1.8, Bas: Anser att digitala brevlådor FÖRSVÅRAR, År 2026 (Studie 1)

### På vilka sätt anses digitala brevlådor försvåra?

Hela 14 procent anser att digitala brevlådor helt eller delvis försvårat deras tillvaro (se *diagram 1.6b*). Här berättar dessa personer i fritext vilka försvårande nackdelar de ser med digitala brevlådor.

Många som upplever att digitala brevlådor försvårar nämner att de har missat viktig post. Framför allt på grund av att notiser och påminnelser från tjänsten inte fungerar för dem. De flesta upplever att de inte får några notiser och att de ständigt måste bevaka och logga in för att se om de fått digital post. Det drivs på av en oro för att få en betalningsanmärkning. Några få nämner att de får för många notiser, att notiser inte kan tas bort från mobilskärmen eller annat “krångel med notisinställningarna”.

En hel del tycker också att det är en nackdel att posten kommer på flera olika ställen, som i den digitala brevlådan, på mejlen, på sms eller i fysisk form. Att de därför behöver leta efter viktig post som exempelvis räkningar eller kallelser till läkare och att de inte får någon överblick. En hel del föredrar därför papper som de kan sätta in i en pärm.

Det finns också de som anser att de har “tappat kontrollen” över sin post efter att de installerade en digital brevlåda. Att posten hamnar där utan “deras godkännande” vilket för några är “upprörande”.

Den digitala brevlådan upplevs också som otrygg av en del. Som att den kan slås ut vid ett strömavbrott eller att det i vissa fall är svårt att avgöra om posten i den



digitala lådan är en "erbjudande-avi" eller en faktura. Det finns en rädsla för att bli lurad att betala något som inte är en räkning.

En del, framför allt äldre, upplever att tekniken inte är användarvänlig. Utöver svåra notisinställningar beskrivs processen att logga in som "krånglig och komplicerad". Speciellt i jämförelse med att öppna fysisk post. De som har synsvårigheter tycker också att den digitala brevlådan försvårar för dem att läsa sin post digitalt och "på liten skärm".

Det finns svenskar i alla åldrar som anser att digitala brevlådor försvårar för dem men majoriteten är äldre (se *diagram 1.6b*). Nu ska vi få ta del av svenskarnas egna ord om hur digitala brevlådor har försvårat för dem, fördelat på ålder. Indelningen är densamma som för hur digitala brevlådor underlättar (se *diagram 1.7*) vilket kan ge en intressant jämförelse.

→ Hur digitala brevlådor försvårar enligt de i **arbetsför ålder**

→ Hur digitala brevlådor försvårar enligt de i **pensionsåldern**

### **Hur digitala brevlådor upplevs försvåra enligt de i arbetsför ålder:**

*"Allt måste inte vara digitaliserat. Att man missar en notis på Kivra innebär ju att man kan få en betalningsanmärkning. Mycket svårare att missa på posten."*  
Man, 19 år

*"Jag glömmar lätt bort att kolla Kivra vilket gör att jag har missat viktiga brev. Får ingen push av Kivra när post kommer och går inte att ställa in i min mobil."*  
Kvinna, 33 år

*"Det är inte lika tydligt/handgripligt så det är lätt att man missar saker så som fakturor. Om man då har en faktura som man kanske betalat på annat sätt så hänger inte kivra med och uppdateras inte vilket skapar otydlighet och oro. Jag gillar att inte lika mycket papper cirkulerar men det är verkligen inte bra när man missar pga att det är otydligt och lite lätt rörigt i den brevlådan."*  
Kvinna, 38 år

*"Alla räkningar kommer inte samlat. Svårt att se när de är betalda. Fått många påminnelser sedan jag installerade Kivra. Ångrar det så mycket."*  
Kvinna, 41 år

*"Massor av post, fakturor mm hamnar där utan att jag vill. Jag kan inte själv styra utan Kivra verkar vara default mot min vilja. Och föredrar fysiska kvitton."*  
Man, 47 år

*"Krångligare att logga in och läsa brevet än att bara sprätta upp ett kuvert och läsa. Svårt att veta om det är riktiga räkningar eller reklam med en "erbjudande-avi."*  
Man, 50 år

*"Har sämre koll på mina räkningar när jag inte har dem på papper. Och jag vill kunna bestämma huruvida jag önskar pappersfaktura eller ej och att det är samma avgift oavsett vilket val jag gör."*  
Man, 53 år

*"Joxigt! Vet inte vart saker kommer, i mejl, brev, SMS ....."*

Kvinna, 54 år

*"Det digitala är ibland osäkert. Att ha alla dokument hemma i en pärm ger bättre översikt och är säkrare (i fall av strömavbrott etc)."*

Man, 55 år

*"Jag måste logga in i en app för att kunna läsa kallelser och dylikt istället för att få dessa i brevlådan eller på mailen vilket medför att det är lätt att missa viktig information."*

Kvinna, 56 år

### **Hur digitala brevlådor upplevs försvåra enligt de i pensionsåldern:**

*"Tycker Kivra försöker lura att betala till välgörenhet. Gåvan ser ut som en avgift med påminnelse på påminnelse om att den är obetald. Det betackar jag mig för."*

Man, 66 år

*"Det ska gå att ändra avisering från mail till sms, men det gör det inte trots att jag följt instruktionen. Ingen tycks kunna fixa och jag måste gå in jämt för att se om jag fått räkning eller läkartid. Vill inte missa att betala eller missa ett vårdbesök."*

Kvinna, 67 år

*"Förr fick jag mail med bekräftelse. Nu måste jag logga in och krångla. Verkligen inte lättare. Har väl gett försörjning till några byråkrater och datanissar med det här."*

Man, 71 år

*"Man ska kolla på den lilla telefonskärmen och där ser mina gamla ögon inte tillräckligt bra, det är bättre med ett brev på papper."*

Kvinna, 71 år

*"Kivra visar ej fakturor utan bara detaljer för betalning. Min myndighetspost är bökig att logga in på."*

Kvinna, 72 år

*"Meddelandet kommer in till mig på 3 platser (mail, KIVRA och i telefonen). För att släcka ut meddelandet efter läsning så fordras att jag tar mig in i alla 3 plattformarna. Detta ska jämföras med att öppna ett kuvert som går på några sekunder."*

Man, 79 år

*"Ej lika lätt att få svar. Lättare att få svar via pappersformat, lite jobbigt att leta digitalt, svårtillgängligt, passar inte alla äldre, mindre säkerhet."*

Kvinna, 80 år

*"Vet ej var fakturor kommer. Går ej att ta bort aviseringar om Kivras post på telefonen."*

Kvinna, 81 år

*"Jag vill ha pappersfakturor. Vill ha de så jag kan sätta in dem i en pärm."*

Kvinna, 88 år

*"Det är lite krångligare att öppna digital post (legitimation, fler moment, etc.) jämfört med att bara riva upp ett kuvert. Men tryggheten och arkiveringsfrågan är lättare att hantera."*

Man, 90 år

*"Känns som en omväg istället för ett direktmail. Måste bevaka jämt, jämt, jämt. Brevlådan på tomten behöver jag bara titta i en gång om dagen."*

Man, 92 år

# Digital brevlåda och Kivra

## - Vilka använder inte digitala brevlådor och varför?

### Över hälften av de äldre pensionärerna saknar digital brevlåda

Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna använt en digital brevlåda?

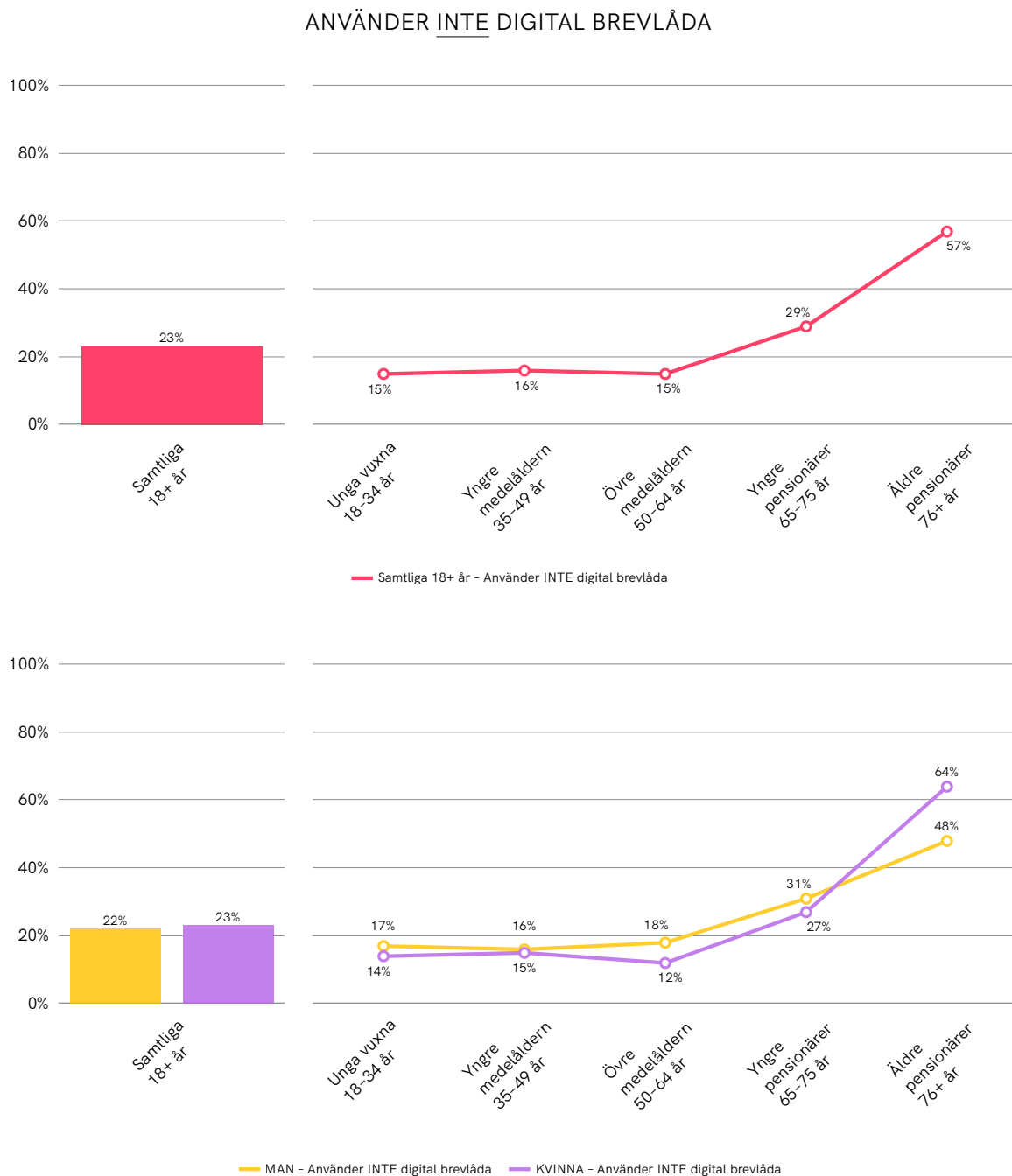


Diagram 1.9a-b, Bas: Samtliga 18+ år, År 2026 (Studie 1)

### Vilka använder inte en digital brevlåda år 2026?

- Nära en fjärdedel av den svenska befolkningen använder inte en digital brevlåda år 2026.
- Det är mer än dubbelt så många i pensionsåldern (42%) som inte använder en digital brevlåda jämfört med de i arbetsför ålder 18–64 år (15%) (se [diagram 1.4b](#)).
- Det är framför allt de äldsta, alltså de som är 76 år eller äldre, som inte har en digital brevlåda. De är den enda åldersgrupp som har fler icke-användare (57%) än användare (43%) av denna e-tjänst. Det hänger delvis samman med att de inte heller är internetanvändare i lika hög grad som den övriga befolkningen. Se [Vilka använder inte internet år 2026?](#)
- Bland 00-talisterna, alltså de yngsta som är 18–26 år, är det drygt var femte (21%) som inte använder en digital brevlåda (se [diagram 1.4c](#)). Det är något högre än i den arbetsföra befolkningen i stort (15%).
- På befolkningsnivå är det lika många män som kvinnor som inte använder en digital brevlåda. Bland de äldsta pensionärerna blir dock skillnaden mellan män och kvinnor påtaglig. Hälften av männen som passerat 75 år har inte en digital brevlåda jämfört med nästan två tredjedelar av kvinnorna i motsvarande ålder.
- Fler personer med någon form av funktionsnedsättning (34%) saknar en digital brevlåda, jämfört med befolkningen i stort.\*

### Lästips! Digital brevlåda och digitalt utanförskap

Personer som saknar digital brevlåda riskerar att exkluderas från full delaktighet i ett samhälle där digital kommunikation blivit norm. När myndigheter och företag i allt högre grad använder digitala kanaler för viktig information kan dessa individer få sämre tillgång till besked, påminnelser och tjänster – allt från röstkort och deklaration till lönebesked och räkningar. Det kan leda till försenade myndighetsärenden, missade deadlines och ökade kostnader, mer komplicerade processer och ett större eget ansvar att hålla sig uppdaterad.

Att skaffa en digital brevlåda är idag ett aktivt val och informationen är fragmenterad mellan olika aktörer. Det saknas därför en tydlig och samordnad väg in i systemet. Det drabbar framför allt de äldsta i samhället men även ungdomar har en tröskel att ta sig över. Läs mer om detta på [internetkunskap.se](http://internetkunskap.se).

## “Vill inte behöva leta på flera ställen var min post är”

Fråga: Hur kommer det sig att du inte använder dig av en digital brevlåda som Kivra, Billo, Digimail, e-Boks eller Min myndighetspost?

ORSAKER TILL ATT INTE ANVÄNDA DIGITALA BREVLÅDOR



Diagram 1.10, Bas: Internetanvändare som INTE använder digital brevlåda 18+ år, År 2026 (Studie 1)

### Vilka är anledningarna till att en del svenskar inte använder en digital brevlåda?

Nästan var fjärde svensk som är 18 år eller äldre använder inte en digital brevlåda och majoriteten är i pensionsåldern (se *diagram 1.4b*). Här har vi låtit internetanvändarna som inte använder en digital brevlåda berätta varför de inte använder denna e-tjänst.

Skälen till att avstå från att använda en digital brevlåda är många men ett av de vanligaste är att man inte vet vad som är nyttan med en digital brevlåda. De berättar att de är allmänt ointresserade och inte ser något behov av att ha denna e-tjänst. Några känner inte till hur den fungerar och andra inte ens att digitala brevlådor existerar.

Ett annat ofta förekommande skäl är att man är rädd för att missa att man har fått digital post. Att man inte vet om att man har fått post i den digitala lådan, eller glömmer bort att kolla den. Skräckscenariot är att “i värsta fall hamna hos kronofogden”.

Det kan också handla om att man bara vill ha EN brevlåda, eller åtminstone inte för många. Man skulle helt enkelt inte veta vart posten hamnar och “behöva leta på flera ställen”.

Fysisk post i form av papper och kuvert upplevs därtill ge en bättre överblick över både vad som behöver åtgärdas och redan har hanterats. Papper att sätta i en pärm är något som lovordas av detta skäl. Några anger sin synsättning som skäl till att inte använda en digital brevlåda – att de upplever att det är lättare för dem att läsa på papper.

Digitala brevlådor kan också vara tekniskt utmanande. Många äldre finner det svårt att ta till sig ny teknik. En del nämner exempelvis enkelheten i att gå till "brevlådan på tomten" jämfört med ett "tekniskt krångligt inlogg". Att betala en faktura via den digitala brevlådan kan också upplevas som krångligt av samma orsak, alltså för att man upplever att man "behöver logga in på flera ställen".

Det finns också en rädsla för att tekniken är osäker. Att "bedragare ska komma åt en" via den digitala brevlådan eller att den ska bli kapad. Även yngre är skeptiska mot tekniken men då handlar det mer om att man inte litar på att it-företagen kan – eller vill – skydda användarnas integritet.

Att majoriteten av de digitala brevlådorna drivs av privata företag får en del att avstå från att använda dem. De vill inte att dessa företag ska "tjäna pengar på staten" eller "hamna i deras klor".

En hel del avstår från att använda digitala brevlådor för att de är skeptiska mot digitaliseringen av samhället, eller försöker dra ned på sina egna digitala interaktioner. Ett fåtal personer lyfter också Danmark som ett varnande exempel "där de inte delar ut post längre".

Flera av dessa farhågor återfinns i hur användare av digitala brevlådor anser att e-tjänsten försvårar för dem. Exempelvis rädslan att missa post och få en betalningsanmärkning. Eller att tekniken är för krånglig att använda och att man inte skulle få en god överblick över sina räkningar och viktiga papper.

Av svaren framgår det att några faktiskt använt en digital brevlåda tidigare, men hoppat av. Dessa fritextsvar ska vi nu ta del av tillsammans med en mängd andra svar fördelade enligt följande kategorier.

#### **Skäl till att INTE använda en digital brevlåda:**

- Saknar kunskap om vad en digital brevlåda är
- Rädsla för att missa post
- Vill inte ha för många brevlådor
- Fysisk post ger bättre överblick
- Ogillar det digitala
- Misstro mot privata aktörer bakom e-tjänsterna
- Vill skydda sin integritet
- Bristande it-säkerhet
- Rädsla för bedragare
- Tekniskt krångligt
- På grund av synsättnings
- Vad säger avhoppare?

#### **Använder inte digital brevlåda för att man saknar kunskap om vad det är**

*"Visste inte att det fanns och vet ej vad det är. Vad är skillnaden mot vanlig epost?"*

Kvinna, 18 år

*"Har inte sett behovet än och har inte tagit reda på vad det är. Papper rules - riskeras inte att sammanblandas i flödet av all annan e-post, notiser etc som dator och mobil svämmar över av."*

Man, 42 år

*"Saknar både mobilt bank-id och skrivare. Saknar kunskap och ork att lära mig vad en digital låda är och hur den ska skötas. Vill hellre ha läsvänligare papperskopior per post om möjligt."*

Kvinna, 91 år

*"Har inte blivit introducerad till någon av dessa. Känner ingen som kan göra det för mig."*

Man, 97 år

### **Använder inte digital brevlåda på grund av rädsla för att missa post**

*"Har hittills inte haft så mycket som skulle kunna skickas till digital brevlåda, och är därför rädd att jag skulle glömma bort att kontrollera den tillräckligt ofta och därmed missa viktig information."*

Kvinna, 26 år

*"Jag föredrar fysiska brev, för att då glömmar jag inte av att läsa dem. Lite för lätt att klicka bort en notis och missa en betalning. Det är dessutom behagligare att läsa på papper och jag kan sätta in de viktigaste breven i en fysisk pärm som jag har full kontroll över."*

Man, 39 år

*"Jag kan missa det som skickas dit. Hörde att folk hamnar hos kronofogden för att de inte förstått."*

Kvinna, 52 år

*"1. Lätt att glömma bort att kolla digitala brevlådor och missa viktig post. 2. Bättre att gynna Postnord så att inte posthanteringen upphör som i Danmark."*

Man, 76 år

### **Använder inte digital brevlåda för att man inte vill ha för många brevlådor**

*"Jag vill inte ha en separat tjänst för myndighetspost - jag har en digital brevlåda i form av e-mail. Hade gärna fått mina brev dit istället."*

Man, 33 år

*"Jag tycker att det är opraktiskt att behöva gå in på flera olika ställen för att hitta räkningar mm."*

Kvinna, 52 år

*"Vill inte missa viktig information genom att använda för många brevlådor. Jobbmail, privat mail och brevlåda vid tomtgränsen räcker."*

Man, 54 år



*"Krångligt att blanda med vanlig post, vill bara ha EN brevlåda. Vanlig post är också mer transparent, om jag missar kolla Kobra eller vad det nu heter så är det kört. Ett brev/räkning ligger ofta "öppet" hemma i köket."*

Man, 67 år

### **Använder inte digital brevlåda för att fysisk post ger bättre överblick**

*"Jag vill ha koll på mina räkningar via fysiska räkningar och tycker att jag har bättre koll på det viset. Med papper kan man ge sig själv en totalbild på ett tryggt sätt. Det är dessutom ett oskick att ta ut extra kostnader för pappersfaktura."*

Man, 64 år

*"Därför att jag vill ha saker bekräftade på papper. Då känner jag att jag har kontroll och en god överblick. Unga idag förstår inte att vi som inte vuxit upp med en mus i handen inte fungerar på samma sätt som de utan har andra behov."*

Man, 67 år

*"För mycket pling i mobilen och orkar inte sitta vid en dator mer än en kvart åt gången. Jag får en bättre överblick av betalda räkningar i en pärm än om de skvalpar runt i etern. Pensionsbeskeden kan jag se om jag loggar in på min bank."*

Kvinna, 68 år

### **Använder inte digital brevlåda för att man ogillar det digitala**

*"Vill ha papper. Det går för långt med allt på nätet i samhället."*

Kvinna, 18 år

*"Jag föredrar fysisk post och är skeptisk mot den hastiga digitalisering som äger rum. Jag räds att Sverige börjar gå i Danmarks fotspår och till slut avskaffar brevutdelning."*

Man, 20 år

*"LITAR EJ PÅ INTERNET, VILL ANVÄNDA DET GAMLA SÄTTET MED PAPPER O PENNA."*

Kvinna, 69 år

*"Vill inte vara beroende av digital uppkoppling för ALLT! Ger en känsla av osäkerhet att bara hantera post digitalt. Vill ha papperskopior till bokföring, saknar skrivare. Gammaldags och trivs med papper i pärm."*

Kvinna, 72 år

*"Trög att ta till mig nymodigheter. Jag är över 80 år och tycker att det digitala försöker styra mig för mycket."*

Man, 82 år

**Använder inte digital brevlåda på grund av misstro mot de privata aktörer som tillhandahåller dessa tjänster**

*"Jag vill inte, det är privata aktörer som styr all denna teknologi och övervakning av privatpersoner och det är helt vansinne! Det är illa nog med privata banker och bank-id, som man i princip har tvingats till, där banken kan stänga av dig godtyckligt och därmed från samhället!"*

Kvinna, 57 år

*"Överväger att skaffa Myndighetspost men gillar inte övriga tjänster som tjänar pengar på staten!"*

Kvinna, 65 år

*"Vill inte hamna i klorna eller vara beroende av deras företag, svårighet med att få göra ett avslut när man väl har hamnat i deras nät."*

Kvinna, 81 år

**Använder inte digital brevlåda för att man vill skydda sin integritet**

*"Jag litar inte på att it-företagen kommer klara av att skydda min integritet. För eller senare blir de hackade och utpressade, det är bara en tidsfråga."*

Man, 25 år

*"För att jag värnar om min integritet! Kivra skall inte ha full insyn i vad jag handlar och vilka fakturor jag får eller inte. Det är mellan mig och min bank ingen annan."*

Man, 50 år

**Använder inte digital brevlåda på grund av bristande it-säkerhet**

*"Det har varit för många säkerhetsproblem med dem samt att det finns för många av dem och alla har olika företag de har integrationer med."*

Man, 34 år

*"Vägrar, kommer bara glömma bort att kika. IT-säkerheten är inte god nog i dagsläget."*

Man, 35 år

*"Känns inte it-säkert och av personlig erfarenhet värdelöst ifall någon skulle avlida – den avlidnes digitala brevlåda går inte att komma åt och att behöva hålla på med det när någon avlidit är fruktansvärt. Det är tillräckligt med sorgen."*

Kvinna, 57 år

**Använder inte digital brevlåda på grund av rädsla för bedragare**

*"Känns lite osäkert om det blir trassel med mailadress, telefon, kapning, humbug eller annat. Tycker om fysiska papper, vilka ger mig tydlig överblick mm."*

Kvinna, 57 år

*"Upplever det osäkert, lätt för obehöriga och bluffmakare att komma in i brevlådan."*

Man, 80 år

*"Vill så långt möjligt använda analoga system. Känner mig inte bekväm i digitala världen. Tekniken svår och för mycket risk för bedragare."*

Kvinna, 83 år

**Använder inte digital brevlåda för att det är tekniskt krångligt**

*"Jag avstår från att betala via Kivra. För krångligt. Behöver gå in både på Kivra o banken. Önskar att räkningar kom via min bank, Sparbanken."*

Kvinna, 63 år

*"För många program att ladda in på och ha koll på lösenord och hur olika program fungerar. Är inte längre så duktig på data. Tycker programmerare ändrar för mycket och gör många onödiga saker."*

Kvinna, 79 år

*"Tycker inte att det är min grej. Har haft problem med mobilen tidigare. Vill inte ha för mycket i den om det krånglar. Teknik är jobbigt och sårbart för mig. Gammalmodig."*

Kvinna, 81 år

*"Tycker att det är för krångligt. Svårt att lära sig tekniken. Vill inte hålla på och logga in för att få post. Får frisk luft när jag går till brevlådan."*

Kvinna, 89 år

**Använder inte digital brevlåda på grund av synnedsättning**

*"Inte insatt, vet inte hur det fungerar, ser dåligt."*

Man, 82 år

*"Föredrar att läsa viktig post på papper = tydligare, digitalt måste det ändå skrivas ut för att bli läsbart. 80+/- innebär glasögon o i mitt fall mycket starka, på god väg mot starroperation."*

Kvinna, 79 år

*"Jag är allmänt odigital och min synnedsättning begränsar den möjligheten."*

Man, 85 år

**Vad säger de som tidigare använt en digital brevlåda men hoppat av?**

*“Det ska vara papperspost. Kivra har jag råkat utför att företag skickar till utan mitt godkännande och därmed har fakturor missats. Därför vägrar jag Kivra eller liknande. Det skall vara levererat per post fysiskt.”*

Man, 36 år

*“Har provat och tycker inte det fungerat bra. Missat att saker skickats till Kivra och fått påminnelseavgift tex.”*

Kvinna, 44 år

*“Jag hoppade av! Blev stressad över ständiga påminnelser, flera ggr dagligen under en period i mitt liv när jag mådde dåligt. Digitalt är (b)analt!”*

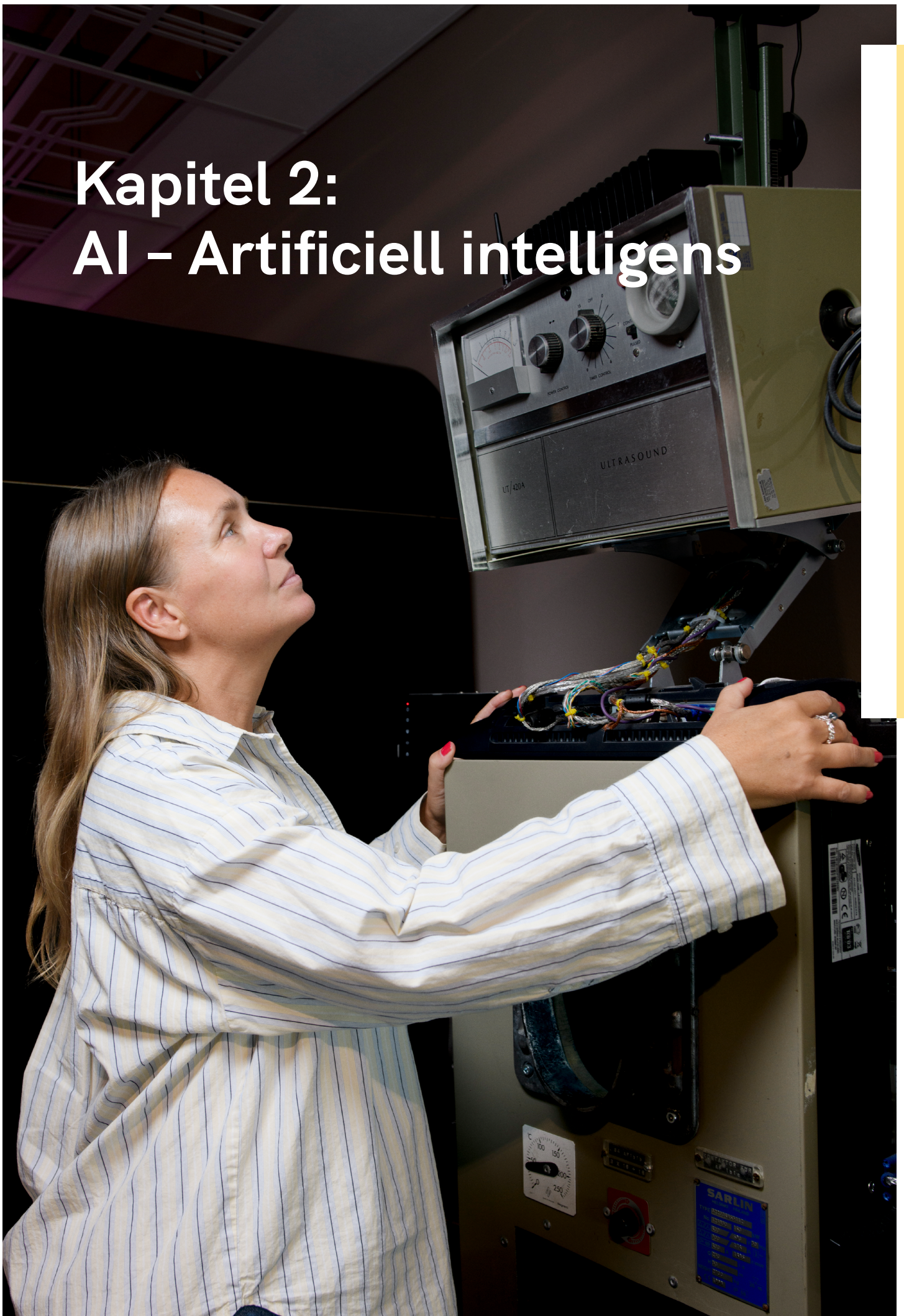
Man, 60 år

*“Vart förbannad på Kivra som inte frågade om jag ville ha fakturor via dem. Hade inte godkänt eller lämnat några kontaktuppgifter. Fick ingen hint när två fakturor gick genom dem och fick betalningspåminnelse för första gången i mitt liv.”*

Kvinna, 64 år



# Kapitel 2: AI – Artificiell intelligens



# Rekordstor ökning av användning av AI-tjänster

AI har tagit steget in i svenskarnas vardag på bred front. Användningen av AI-tjänster ökar kraftigt samtidigt som Googles AI-översikter har gjort AI tillgängligt direkt i sökresultaten. Kvinnor har nu kommit ikapp män och vuxna knappar in på barn och unga.

## Innehåll

|           |                                                                        |            |                                                                                         |
|-----------|------------------------------------------------------------------------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>45</b> | <b>Kort sammanfattning</b>                                             | <b>88</b>  | <b>AI för jobb, studier och privat bruk</b>                                             |
| <b>51</b> | <b>Svenskarnas användning av AI-tjänster</b>                           | 88         | I vilket syfte använder vi AI?                                                          |
| 51        | Hur många svenskar använder AI-tjänster år 2026?                       | 92         | Får svenskar använda AI för sin arbetsgivare?                                           |
| 56        | Hur mycket har användningen av AI-tjänster ökat?                       | 96         | Gör AI oss effektivare?                                                                 |
| 59        | Vilka AI-tjänster använder svenskarna?                                 | <b>110</b> | <b>Litar vi på AI?</b>                                                                  |
| <b>66</b> | <b>Fokus på ChatGPT, Copilot och Gemini</b>                            | <b>119</b> | <b>Besjälarna vi AI?</b>                                                                |
| 66        | ChatGPT                                                                | <b>129</b> | <b>Barn och ungdomars användning av AI</b>                                              |
| 71        | Copilot                                                                | 130        | Hur många barn och ungdomar använder AI-tjänster?                                       |
| 73        | Gemini                                                                 | 133        | Vilka AI-tjänster använder barn och ungdomar?                                           |
| <b>75</b> | <b>AI-översikter – AI-svar i Googles sökresultat</b>                   | 136        | Vilka AI-tjänster ökar eller minskar bland barn och ungdomar år 2026?                   |
| 75        | Hur många använder AI-översikter på Google?                            | 140        | Barn och ungdomar om AI-översikter – AI-svar i Googles sökresultat                      |
| 78        | Används Google mindre på grund av AI-tjänster?                         | 146        | AI-tjänster och AI-översikter – Jämförelse och total användning bland barn och ungdomar |
| <b>83</b> | <b>AI-tjänster och AI-översikter – Jämförelse och total användning</b> | 151        | Barn och ungdomar om AI för studier eller privat bruk                                   |
|           |                                                                        | 154        | Besjälarna barn och ungdomar AI?                                                        |

I det här kapitlet kartlägger vi svenskarnas användning av AI. Hur mycket har användningen av AI-tjänster som ChatGPT, Copilot och Gemini ökat? Hur många har börjat använda Googles AI-översikter i sökresultaten som lanserades förra året? Hur stor är AI-användningen totalt sett i detta nya AI-landskap? Det har vi svaren på.

Vidare har vi frågat svenskarna om de googlar mindre ofta än för ett år sedan – och om det i så fall beror på att de använder AI istället? Vi har också undersökt hur många som upplever att de blir mer effektiva med AI – och vad anledningarna kan vara till att man eventuellt inte blir det i sina studier eller i sitt arbete. Får ens alla använda AI för sin arbetsgivare?



Vi har också tagit reda på hur många i detta nya AI-landskap som är källkritiska mot de svar en AI ger. De får även berätta hur de gör för att dubbelkolla de AI-genererade svaren.

Sist men inte minst tittar vi närmare på fenomenet att förmänskliga AI. Om vi ser AI som en person eller vän, ger vår AI smeknamn eller kanske tycker att AI är rolig och har humor. Liksom föregående år finns barn och ungdomars svar också sårredovisade i ett eget avsnitt fördelade på olika skolstadier.

### **AI-landskapets förändring mellan år 2025–2026**

I början av år 2025 dominerades AI-användningen av AI-tjänster som ChatGPT och Copilot. Sedan lanserade Google AI-översikter, alltså AI-genererade svar i sina sökresultat. Det gjorde AI tillgängligt brett i befolkningen utan att separata verktyg krävdes. Därtill har Google successivt utvecklat sina AI-översikter med funktioner som AI-läge vilket gjort deras AI mycket lik de etablerade AI-tjänsterna.

År 2026 redovisar vi därför både hur många som använder AI-tjänster och hur många som använder Googles AI-översikter – och hur många som använder dem sammantaget. Kort summerat är det i år 62 procent som använder AI-tjänster, 71 procent som använder Googles AI-översikter och 81 procent som använder AI i någon av dessa former.

### **Användningen av AI-tjänster har exploderat mellan år 2025–2026**

Svenskarnas användning av AI-tjänster har ökat dramatiskt – från 4 av 10 svenskar år 2025 till mer än 6 av 10 år 2026. Efter en jämn och stadig ökning på 5 procentenheter per år sedan år 2023 har alltså användningen av AI-tjänster ökat med över 20 procentenheter det senaste året.

De som är födda på 00-talet fortsätter, liksom föregående år, att dominera i användningen av AI-tjänster. Nästan alla 00-talister, 9 av 10, har använt AI-tjänster 2026, men det är inte bland dem det ökar mest. Åldersmässigt har den största ökningen skett bland personer i medelåldern, alltså födda på 60-, 70- och 80-talet. De vuxna börjar alltså knappa in på barnen som förra året ledde stort i användning av AI-tjänster.

### **Kvinnorna har kommit ikapp männen i användningen av AI-tjänster**

Användningen av AI-tjänster har ökat mer bland kvinnor än bland män. Kvinnorna, som efter att ha hamnat lite på efterkälken år 2025, är nu ikapp männen. Yngre kvinnor under 20 år har till och med gått om de jämnåriga männen.

Män använder däremot fler olika AI-tjänster än vad kvinnor gör. Nytt för i år är att vi även tagit reda på hur många som använder AI-tjänster mer frekvent. Uppemot 4 av 10 svenskar har använt AI-tjänster minst varje vecka, och nästan 2 av 10 har gjort det dagligen. I den frekventa användningen leder männen över kvinnorna och män födda på 80-talet dominerar i den dagliga användningen.

### **ChatGPT, Copilot och Gemini är de mest använda AI-tjänsterna**

ChatGPT utklassar de andra AI-tjänsterna vad gäller användning. Mer än hälften av svenskarna använder ChatGPT, knappt var femte Copilot och var åttonde Gemini. Det är alltså tre gånger fler som använder ChatGPT än Copilot som ligger på andra plats. Alla tre tjänster har ökat stort det senaste året men störst ökning står ChatGPT för.

Andra AI-tjänster används – än så länge – i mycket låg utsträckning. Metas AI-tjänst, som även finns i Facebook Messenger, Facebook, Instagram och Whatsapp,

används av drygt var tjugonde svensk. Endast några få procent använder AI-tjänster som Grok på X/Twitter, My AI på Snapchat, Claude och Apple Intelligence.

### **AI-tjänster främsta orsaken till att svenskar googlar mindre ofta**

När användningen av AI-tjänster ökar stort, börjar svenskarna då googla mindre ofta? Var sjunde – 14 procent – av svenskarna uppger i alla fall att de googlar mindre ofta idag än för ett år sedan. Varannan person som dragit ned på sitt googlande svarar också att de använder AI istället och det är ännu fler bland de yngre. Bland användare av AI-tjänster som googlar mindre ofta idag, är det 7 av 10 som anger att de använder AI-tjänster istället för Google.

Andra skäl kan vara att man har ett minskat behov att söka information eller att man använder andra sökmotorer istället. Ett fåtal berättar också att de använder Google mindre ofta för att de upplever att Googles sökresultat har blivit sämre, att man inte vill ha med amerikanska storföretag att göra eller för att man ogillar Googles AI-översikter.

### **7 av 10 svenskar använder Googles AI-översikter**

Utöver sin AI-tjänst Gemini visar Google sedan förra året AI-svar i sökresultatet. Hela 97 procent av svenskarna som är 8 år eller äldre uppger att de använder Google. När Google lanserade AI-översikter i sina sökresultat nådde alltså AI på allvar den breda svenska allmänheten.

Drygt 7 av 10 uppger att de brukar använda Googles AI-översikter. Det är därmed fler som använder Googles AI-översikter än specifika AI-tjänster (6 av 10). Detta gäller samtliga åldrar – utom de som är födda på 2000-talet.

I dagens AI-landskap tycks alltså unga i högre grad föredra AI-tjänster framför Googles AI-översikter. Samtidigt börjar Googles sökfunktion och AI-chattfunktion alltmer att integreras och efterlikna de stora AI-tjänsterna i funktionalitet. Hur kommer AI-landskapet att se ut om ett år? Det lär bli en spännande utveckling att följa.

### **Majoriteten av svenskarna har använt antingen AI-tjänster eller AI-översikter**

Hur många har då använt AI totalt sett – alltså antingen AI-tjänster eller Googles AI-översikter? Det har drygt 8 av 10 svenskar gjort – vilket innebär att det endast är var femte svensk som inte har använt AI i någon av dessa former.

Även i den totala AI-användningen leder 00-talisterna, där hela 95 procent är användare. Bland dem är användningen jämnstor mellan män och kvinnor, medan kvinnorna leder över männen i befolkningen i stort. AI-användningen är som lägst bland de internetanvändande pensionärerna, men även bland dem använder mer än varannan – 56 procent – AI-tjänster eller AI-översikter.

### **Merparten av tjänstemännen använder AI på jobbet år 2026**

Det nya AI-landskapet påverkar också arbetslivet. En bra bit över hälften – hela 56 procent – av de förvärvsarbetande använder AI i sitt jobb år 2026. Kontrasten är stor mellan tjänstemän – 71 procent – och de som i sin yrkesroll är arbetare – 33 procent. I offentlig och privat sektor är användningen av AI relativt jämnhög. Det är dock fler i offentlig sektor än i privat sektor som inte tillåts använda AI för sin arbetsgivare, främst av sekretessskäl.

Bland de förvärvsarbetande är det 6 av 10 som får använda AI för sin arbetsgivare, nära 1 av 10 som uppger att de inte får och mer än 3 av 10 som inte vet om de får eller ej. Bland de som inte vet eller som inte får, är det några som gör det ändå.



Jämfört med de studerande så ligger dock de förvärvsarbetande i lå med att använda AI i sin sysselsättning. Mer än 8 av 10 av de studerande som är 18 år eller äldre använder AI i sina studier.

### **Studerande känner sig mer effektiva av AI än förvärvsarbetande**

Ett syfte med att använda AI kan vara att bli mer effektiv, alltså att få mer gjort. Det är också drygt hälften av AI-användarna över 18 år som upplever att AI gör dem mer effektiva, framför allt i jobb och studier. Närmare 8 av 10 av de studerande AI-användarna och 6 av 10 av de förvärvsarbetande AI-användarna uppger att de blir mer effektiva i sina sysselsättningar.

I privatlivet upplever inte lika många svenskar att de blir effektivare av AI. Kanske för att AI då används för fler eller andra syften än att effektivisera? Mer än var tredje AI-användare tycker ändå att de blir effektivare i vardagen av AI. Yngre i högre grad än äldre, och män i högre grad än kvinnor.

### **Dubbelarbete främsta anledningen till att känna sig ineffektiv av AI**

Det finns alltså en del som använder AI för studier och jobb men som inte upplever att AI gör dem effektivare. De berättar att det största skälet till detta är att AI ger dem dubbelarbete – att de behöver lägga mer tid på att granska och göra om det AI genererat, än om de hade gjort uppgiften själv från början. Därtill anser de att AI-texter kan vara "för generiska" med för mycket utfyllnadsord, feltolkningar och rena hallucinationer.

Enligt de studerande upptäcks också AI-producerat material i lärarnas granskning, vilket gör AI meningslöst att använda och de tillägger även att det är fusk. De förvärvsarbetande kan i sin tur tycka att AI har för få tillämpningsområden i deras arbete. Några känner att de kan för lite för att bli effektiva och andra att det kan ta för mycket tid att prompta. Vissa ser kollegornas AI-producerade material som en tidstjuv då det kan var både svårläst och innehålla felaktigheter.

### **AI-användare interagerar med AI för att verifiera svaren**

Att AI kan göra feltolkningar eller rentav hallucinera gör att många inte fullt ut litar på AI. Majoriteten av AI-användarna – 76 procent – uppger att de brukar dubbelkolla om AI-svaret är korrekt. Det vanligaste sättet att vara källkritisk mot AI är att jämföra svaret AI ger mot andra källor som traditionella medier, myndighetssajter eller uppslagsverk. Många klickar också på de länkar som AI brukar ange i sitt svar, för att kontrollera att referenserna stämmer.

Det är också vanligt att interagera med AI i sin granskning, som att be AI ange sina källor, resonera med AI, ställa omformulerade frågor och ifrågasätta AI:s svar. En del frågar även flera AI-tjänster för att jämföra och verifiera. Många svarar också att de gör en egen rimlighetsbedömning och alltså använder sunt förnuft när de granskar AI-genererad information.

### **Fler kvinnor än män förmänskligar AI**

Ett annat syfte med att använda AI kan vara att få sällskap eller att få skratta. Mer än var femte AI-användare ser i alla fall sin AI-tjänst som en person, kompis eller vän. Flera har också döpt sin AI-tjänst till Min kompis eller till och med Min bästis, även om Chattis är det vanligaste smeknamnet på en AI-tjänst. Det är betydligt mer vanligt att kvinnor besjälar AI på detta sätt än att män gör det.

Var fjärde AI-användare anser också att AI-tjänster har humor. De berättar att de ber AI om skämt, roliga historier eller att svara "som en komiker". Några tycker också att AI har en kul ton eller kan svara med sarkasm och ironi. En del skrattar också när

roliga missförstånd uppstår. Som den mest humoristiska AI-tjänsten omnämns ofta Grok. Flera roliga AI-svar och många lustiga smeknamn på AI finns att hitta under [\*Besjalar vi AI?\*](#)

### **Barn på mellanstadiet tar ett jättekiv i användning av AI-tjänster**

År 2026 är det närmare 7 av 10 barn i åldern 8–19 år som har använt AI-tjänster. Det är en stor ökning på 11 procentenheter sedan år 2025, men ökningen är endast hälften så stor som bland vuxna som är 20 år eller äldre. Barnen ligger fortfarande före de vuxna, men de vuxna – där 6 av 10 använder AI-tjänster i år – börjar komma ikapp.

Användningen av AI-tjänster är som högst bland tonåringarna där runt 9 av 10 är användare, men störst ökning sker bland barn på mellanstadiet – från 41 procent till 60 procent användare av AI-tjänster. I lågstadieåldern använder vart femte barn AI-tjänster år 2026.

### **Flickorna har gått om pojkarna i användning av AI-tjänster**

År 2025 var användningen av AI-tjänster likvärdig mellan pojkar och flickor i åldern 8–19 år. År 2026 har flickorna – 72 procent – gått om pojkarna – 65 procent. Fler flickor än pojkar har alltså börjat använda AI-tjänster det senaste året.

Den mer frekventa användningen av AI-tjänster är dock likvärdig mellan pojkar och flickor och ligger i nivå med den vuxna befolkningen. Drygt 4 av 10 barn använder AI-tjänster minst varje vecka och 2 av 10 använder dem dagligen.

### **ChatGPT ökar stort och My AI minskar kraftigt bland barnen**

ChatGPT är den AI-tjänst som flest barn – 6 av 10 – använder oavsett ålder. Tjänsten ökar kraftigt med 18 procentenheter år 2026 och främst bland flickor. Användningen är i år likvärdig mellan pojkar och flickor och den är fortfarande betydligt högre än bland vuxna över 20 år varav endast hälften använder ChatGPT.

Den näst mest populära AI-tjänsten bland barn, My AI på Snapchat, används av 14 procent av barnen år 2026. Det är nästan en halvering sedan föregående år och det är fler pojkar än flickor som har slutat att använda tjänsten. Runt var tionde barn använder Gemini och Copilot. Det är i princip lika många tonåringar som vuxna som använder Gemini, medan fler vuxna än tonåringar använder Copilot.

### **AI-tjänster främsta orsaken till att barn googlar mindre ofta**

Det är 90 procent av barnen 8–19 år som använder sökmotorn Google år 2026. Det är framför allt de yngsta barnen som inte använder Google, eller sannolikt inte fått börja googla än. Lika många barn som vuxna – 14 procent – googlar mindre ofta än för ett år sedan, men andelen är högre bland tonåringarna. Som orsak uppger vartannat barn som dragit ner på googlandet, att de använder AI istället.

Det är dock fler barn som uppger att de har börjat använda Google mer ofta än mindre ofta det senaste året, tvärt emot befolkningen i stort. Hela 20 procent av barnen googlar mer idag vilket är nästan tre gånger så många jämfört med 7 procent i den vuxna befolkningen.

Bland de yngre barnen skulle det kunna bero på att de av sina föräldrar har fått tillåtelse att börja googla för första gången. Dock uppger även var fjärde högstadieungdom att de googlar mer ofta idag. Kan den ökade användningen av Google ha en koppling till Googles AI-översikter? Det kan vi endast spekulera kring idag men det är en utveckling vi ser fram emot att följa.

### Barn använder AI-översikter och AI-tjänster i lika hög grad

Sedan år 2025 visar Google AI-översikter i sökresultatet. Majoriteten av barnen 8–19 år – 66 procent – använder Googles AI-översikter. Barn använder alltså AI-översikter i ungefär lika hög grad som de använder AI-tjänster. Det är något färre barn än vuxna som är 20 år eller äldre – 72 procent – som använder AI-översikterna.

Även om användningen av AI-översikter är som högst bland tonåringarna, till och med högre än bland vuxna, är det fler tonåringar som använder AI-tjänster än AI-översikter. Det står i kontrast till de vuxna där användningen av AI-översikter trumfar AI-tjänsterna.

### Nästan alla tonåringar har använt AI totalt sett år 2026

Hur många barn 8–19 år har då använt AI totalt sett – alltså antingen AI-tjänster eller Googles AI-översikter? Det har närmare 8 av 10 barn gjort. Det innebär att det endast är cirka 2 av 10 barn som inte har använt AI i dessa former alls år 2026.

På högstadiet och gymnasiet är det fler än 9 av 10 som använder AI totalt sett, alltså nästan alla. På mellanstadiet är det nära 8 av 10 och på lågstadiet fler än 3 av 10 som använder AI-tjänster eller AI-översikter.

Kort summerat är det 68 procent av barnen 8–19 år som använder AI-tjänster, 66 procent som använder Googles AI-översikter och 78 procent som använder AI i någon av dessa former.

### Vartannat barn använder AI för läxor och skolarbete

Barn använder inte bara AI på fritiden utan även för skolan. År 2026 använder uppemot hälften av barnen 8–19 år AI för läxor och skolarbete. På gymnasiet är användningen som högst, där 76 procent av barnen använder AI för skolan. Det är fler flickor – 54 procent – än pojkar – 41 procent – som använder AI i studiesyfte, och samma mönster syns i alla åldrar.

På fritiden använder drygt 6 av 10 barn AI. I alla åldrar är det vanligare att barn använder AI på fritiden än för skolan, även om skillnaden endast är marginell bland gymnasieungdomar.

### Fler flickor än pojkar tycker att AI har humor

Fler barn än vuxna besjälar sina AI-tjänster. Mer än var fjärde barn som använder AI-tjänster tycker att de skriver med en person, en kompis eller vän. Bland barn är "Chat" och "Chatten" de vanligaste smeknamnen på AI-tjänster och alltså inte "Chattis" som är det vanligaste bland befolkningen i stort. Faktum är att det är dubbelt så många barn som vuxna som har ett smeknamn på sin AI-tjänst.

Var fjärde barn tycker också att AI har humor och kan svara roligt. Det är fler yngre än äldre barn och fler flickor än pojkar som skrattar åt – eller tillsammans med – sin AI-tjänst. Flera lustiga smeknamn på AI och roliga AI-svar finns att hitta under Besjälar barn och ungdomar AI?

# Svenskarnas användning av AI-tjänster

## - Hur många svenskar använder AI-tjänster år 2026?

### Över 6 av 10 svenskar använder AI-tjänster år 2026

Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna använt dig av någon AI-tjänst som ChatGPT, Copilot, Gemini etc.?

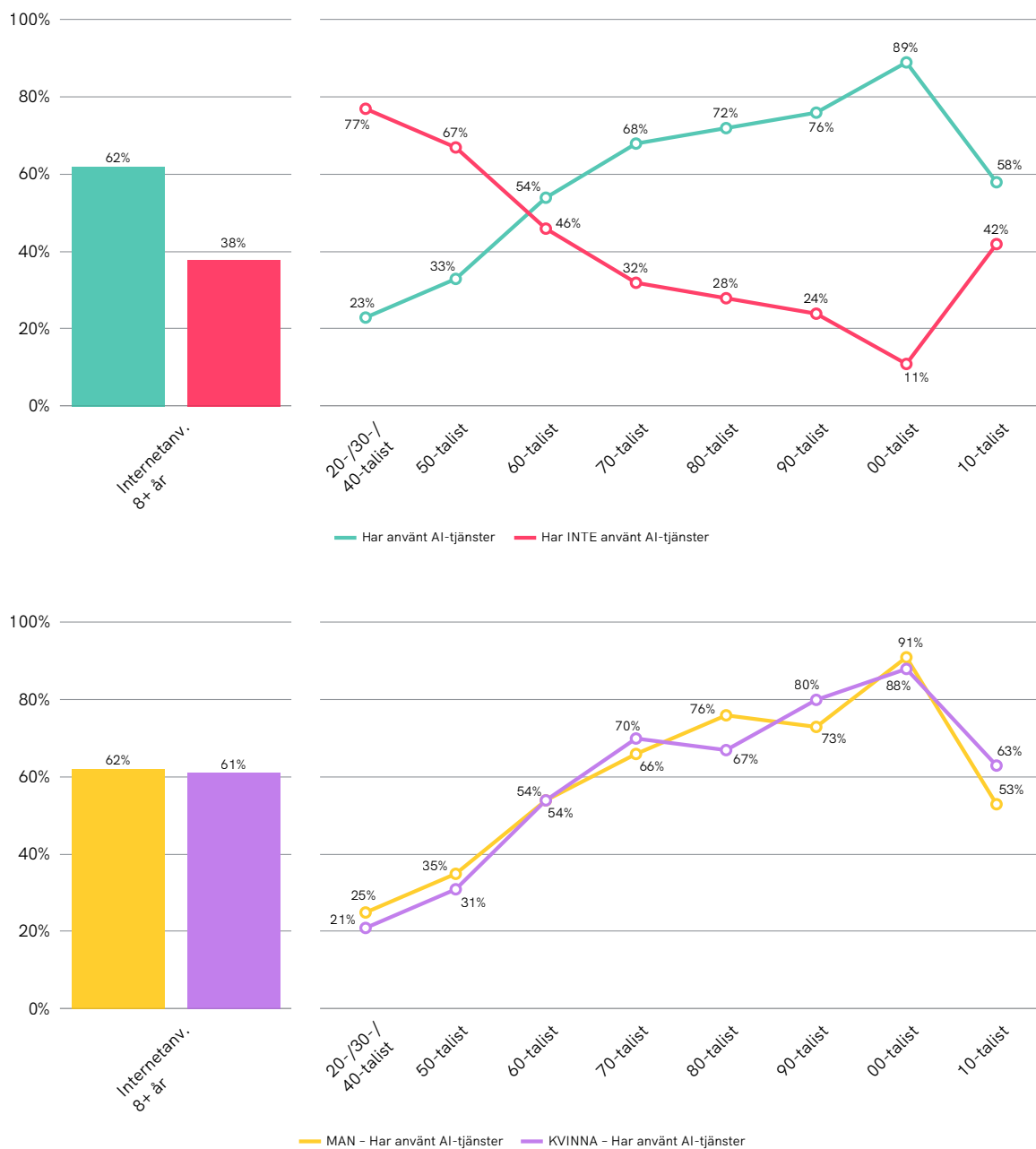


Diagram 2.1a-b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)  
För exakt frågeformulering, se frågeformulär.

## Hur många svenskar använder AI-tjänster år 2026?

- Drygt 6 av 10 svenskar som är 8 år eller äldre använder AI-tjänster år 2026.
- De som är födda på 00-talet dominerar i användningen av AI-tjänster. 9 av 10 av 00-talisterna har använt AI-tjänster år 2026.
- Ålder är en avgörande faktor i denna fråga. Användningen av AI-tjänster ökar gradvis från de äldsta, som är födda på 1920-, 30- och 40-talet fram till 00-talisterna. Sedan kommer ett tapp ner till 10-talisterna som ligger något lägre i användning jämfört med befolkningen i stort.
- Användningen av AI-tjänster är likvärdig mellan män och kvinnor på befolkningsnivå. Det skiljer sig däremot en del åt i olika åldersgrupper:
  - Fler män än kvinnor använder AI-tjänster bland 80-talisterna och tenderar även göra det i de äldsta generationerna.
  - Fler kvinnor än män använder AI-tjänster bland 10-talisterna och tenderar även göra det bland 90-talisterna.
- 3 av 10 internetanvändande pensionärer använder AI-tjänster, men skillnaden är stor mellan yngre pensionärer 65–75 år (34%) och äldre pensionärer över 75 år (23%). Desto större är dock skillnaden mellan pensionärer (30%) och befolkningen under 65 år (70%).\*
- Betydligt fler tjänstemän (81%) än personer som har arbetaryrken (54%) använder AI-tjänster, antingen för privat eller professionellt bruk.\*

Vill du veta mer om hur barn och ungdomar 8–19 år använder AI-tjänster, se avsnittet *Barn och ungdomars användning av AI*.

## Vilka använder inte AI-tjänster år 2026?

- Nästan 4 av 10 svenskar använder inte AI-tjänster år 2026.
- De internetanvändande pensionärerna är de som använder AI-tjänster minst av alla. Totalt sett har 7 av 10 pensionärer inte använt AI-tjänster.\*
- Endast var sjunde ungdom 12–19 år (15%) har inte använt AI-tjänster. Bland ungdomar finns alltså lägst antal icke-användare av AI-tjänster.\*
- 3 av 10 som förvärvsarbetar har inte använt AI-tjänster. Andelen icke-användare skiljer sig dock stort åt mellan yrkesrollerna tjänsteman (19%) och arbetare (46%).\*
- Drygt var fjärde av de som studerar har inte använt AI-tjänster.\*
- Fler personer med någon form av funktionsnedsättning (45%) har inte använt AI-tjänster jämfört med befolkningen i stort.\*

## Orsaker till att inte använda AI-tjänster

År 2025 ställde vi frågan om varför en del svenskar – då 6 av 10 – inte använder AI-tjänster. Skälen till att avstå var många. En del visste inte vad AI-tjänster var för något. Andra visste inte hur man skulle göra för att komma igång. En hel del visste inte heller vad de skulle använda AI-tjänsterna till och tyckte att det gick lika bra att googla.

Det fanns också en oro för att AI skulle hallucinera och ge felaktiga svar, sakna källhänvisningar eller kränka den personliga integriteten. Några avstod av principskäl som att AI förstör klimatet, kränker upphovsrätten och orsakar arbetslöshet.

Vissa ansåg att AI kunde vara fördummande för oss människor, både språkligt och kognitivt, andra trodde att AI kunde vara farligt om det skulle hamna i orätta händer, eller få makt att ta över världen. Några fick inte använda AI för sin arbetsgivare och en del barn fick inte för sina föräldrar. Studerande i alla åldrar avstod eftersom AI kunde betraktas som fusk.

Vill du veta mer om varför en del svenskar inte använder AI-tjänster? Se rapporten *Svenskarna och internet 2025* och avsnittet [\*AI och utanförskap – vilka använder inte AI-verktyg och varför?\*](#)

### Vad är en AI-tjänst?

AI-tjänst, AI-verktyg, AI-chattbot. Kärt barn har många namn. Det är inte heller helt lätt att separera AI-tjänster från andra typer av appar och digitala tjänster. AI-teknik blir allt vanligare och det finns idag ofta olika typer av AI-funktioner i datorprogram och i smarta mobiler (smartphones). Också sökmotorer som Google har börjat använda AI-funktionalitet, där sökresultaten numera brukar innehålla en "AI-översikt" längst upp på webbsidan.

För att ringa in användningen av AI-tjänster har vi ställt frågan på följande sätt: *"Om du bortser från AI-genererade sökresultat från sökmotorer, vilka av följande AI-tjänster har du använt de senaste 12 månaderna?"*

Därefter har vi listat ett tiotal AI-tjänster som ChatGPT, Copilot och Gemini som fasta svarsalternativ – samt haft ett öppet svarsalternativ där respondenten kunnat skriva in ytterligare AI-tjänster. Vill du se frågeordning och svarsalternativen i detalj så hittar du dessa i frågeformuläret.

För att djupdyka i användningen av de specifika **AI-tjänsterna**, se avsnittet [\*Vilka AI-tjänster använder svenskarna?\*](#)

För att ta del hur många som läser **AI-översikter** i Googles sökresultat, se avsnittet [\*AI-översikter – AI-svar i Googles sökresultat.\*](#)

För en **jämförelse** mellan användningen av AI-tjänster och AI-översikter och den totala användningen av dem sammanräknade, se avsnittet [\*AI-tjänster och AI-översikter – Jämförelse och total användning.\*](#)

## Nästan var femte svensk använder AI-tjänster varje dag

Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna använt dig av någon AI-tjänst som ChatGPT, Copilot, Gemini etc.?

### ANVÄNT AI-TJÄNSTER ÅR 2026

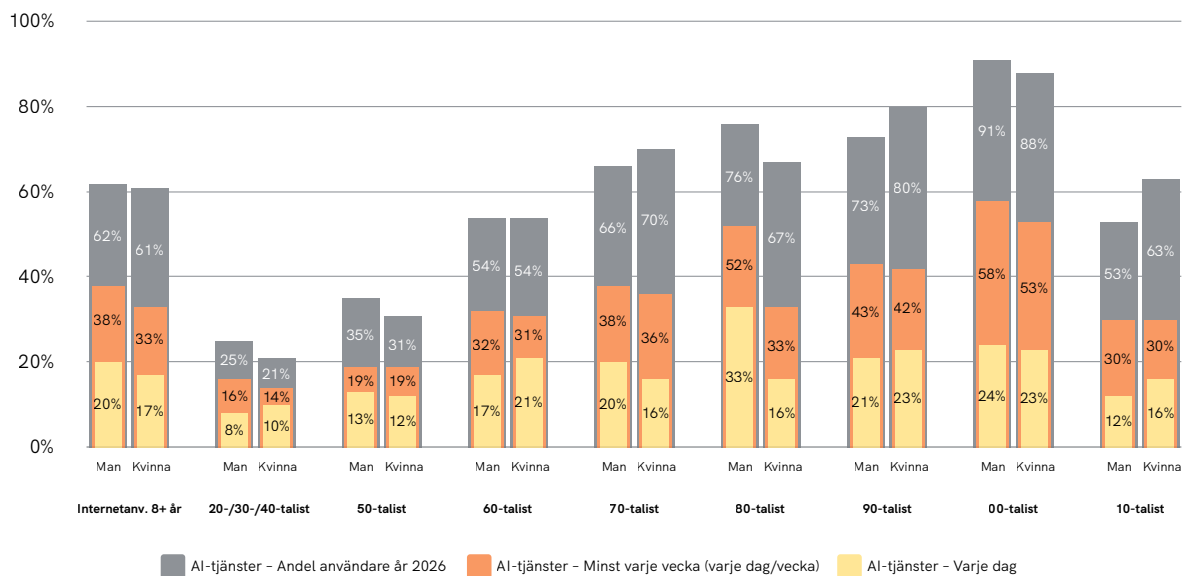
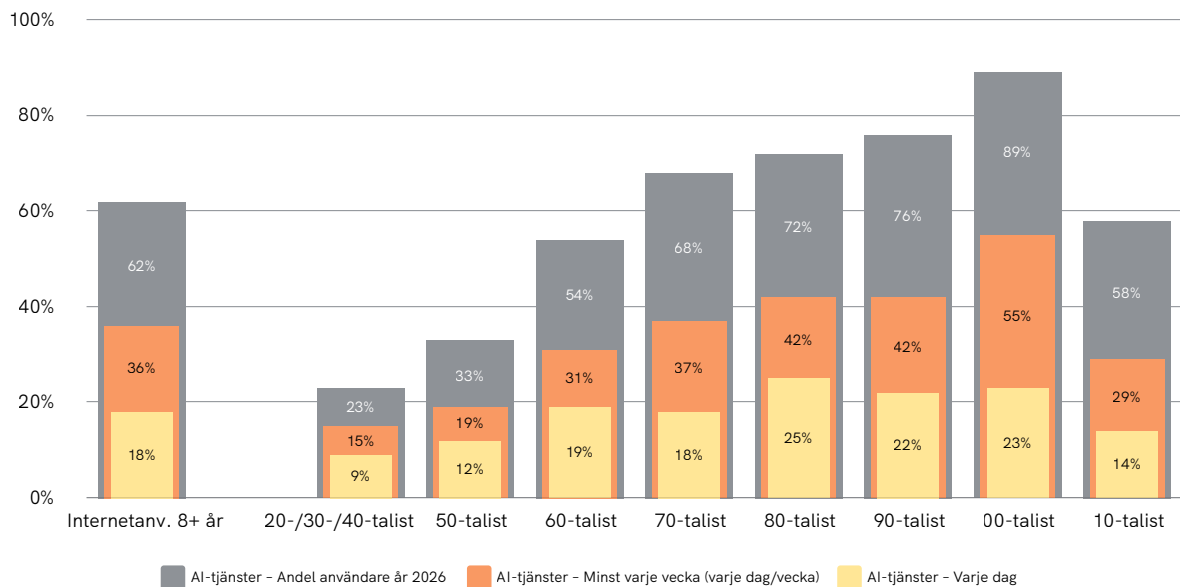


Diagram 2.2a-b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

För exakt frågeformulering, se frågeformulär.

### Hur många är frekventa användare av AI-tjänster år 2026?

I år har vi för första gången ställt frågan om man använder AI-tjänsterna varje vecka och på daglig basis. Dessa väljer vi att kalla frekventa användare.

- Uppemot 4 av 10 svenskar har använt AI-tjänster minst varje vecka, och nästan 2 av 10 har gjort det dagligen.
- De flitigaste användarna av AI-tjänster – 00-talisterna – är även de som leder i användningen minst varje vecka. Mer än hälften av 00-talisterna har använt AI-tjänster minst någon gång i veckan. Även för den dagliga användningen ligger 00-talisterna i topp, men då tillsammans med 80- och 90-talisterna.
- Fler män än kvinnor är frekventa användare av AI-tjänster på befolkningsnivå. I flera åldersgrupper är det dock relativt likvärdigt mellan männen och kvinnorna.
- 80-talisterna sticker ut i frekvent användning av AI-tjänster: Mer än hälften av männen födda på 80-talet använder AI-tjänster minst varje vecka, jämfört med endast var tredje jämnårig kvinna. Även i den dagliga användningen är skillnaden stor: dubbelt så många män (33%) som kvinnor (16%) använder AI-tjänster varje dag. Faktum är att män födda på 80-talet leder över alla andra i att vara dagliga användare av AI-tjänster. Det är alltså betydligt fler män födda på 80-talet som är dagliga användare än 00-talister, som annars använder AI-tjänster i högst utsträckning totalt sett.
- Runt dubbelt så många i arbetsför ålder under 65 år är frekventa användare av AI-tjänster, jämfört med pensionärerna. Det gäller såväl veckobasis som daglig basis.\*

**Lästips!** Vill du veta mer om AI och hur tekniken används? Då vill vi tipsa om de lättlästa artiklarna om AI på [internetkunskap.se](https://internetkunskap.se).



## Svenskarnas användning av AI-tjänster

### – Hur mycket har användningen av AI-tjänster ökat?

#### Rekordstor ökning i användningen av AI-tjänster mellan år 2025–2026

Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna använt dig av någon AI-tjänst som ChatGPT, Copilot, Gemini etc.?

INTERNETANVÄNDARE 18-84 ÅR: ANVÄNT AI-TJÄNSTER ÅR 2023-2026

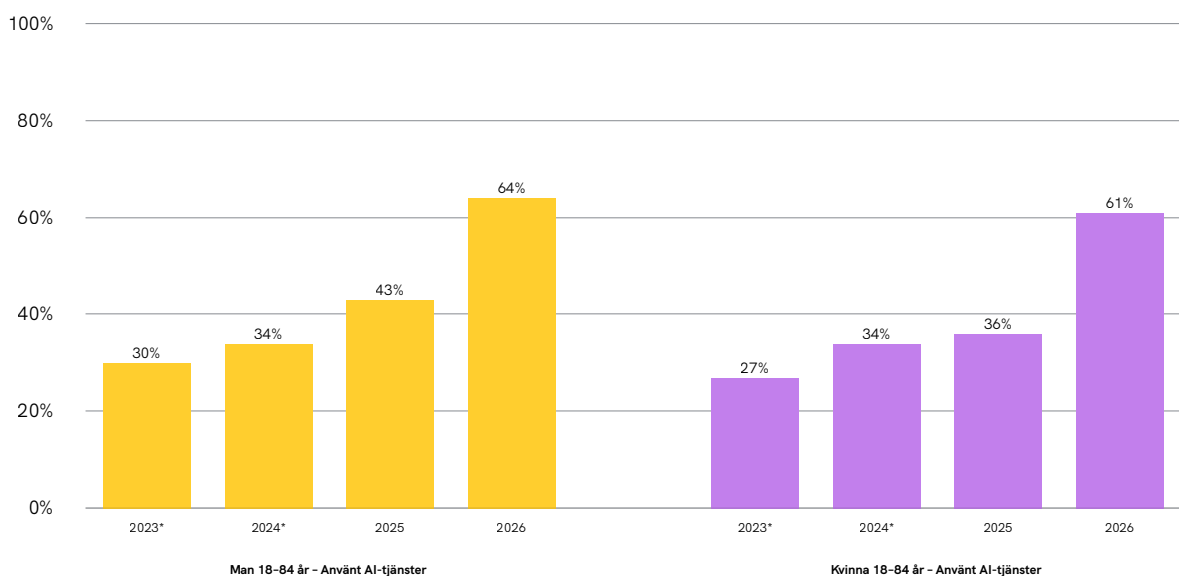
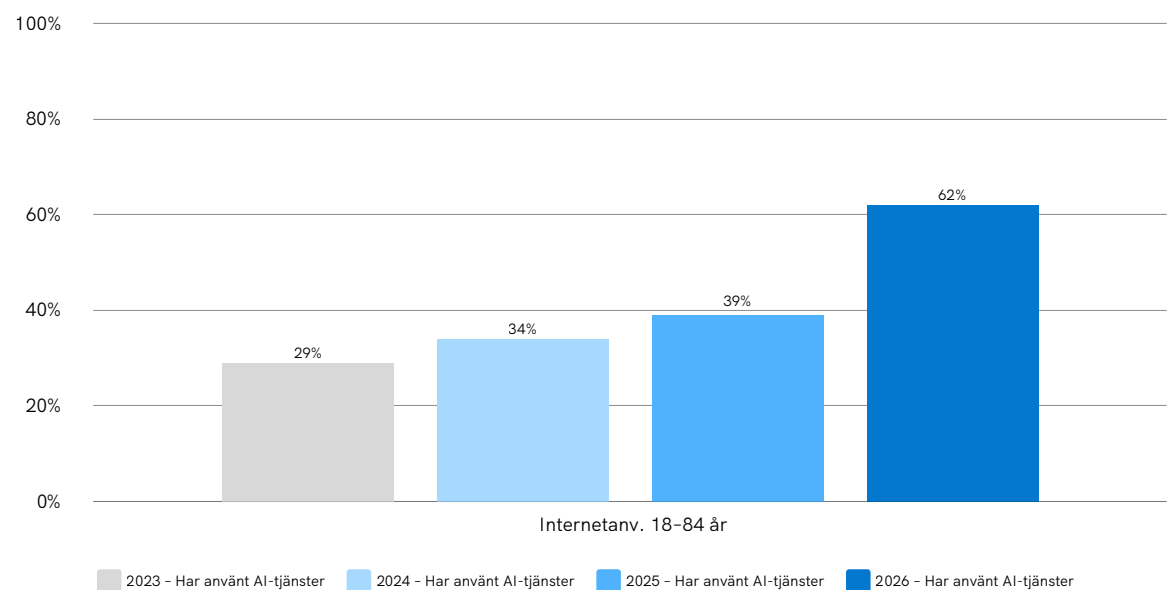


Diagram 2.3a-b, Bas: Internetanvändare 18-84 år, År 2023-2026 (Studie 1) \*) År 2023-2024 genomförda endast i målgruppen 18-84 år och n=1000 intervjuer. För exakt frågeformulering, se frågeformulär.

## INTERNETANVÄNDARE 8+ ÅR: ANVÄNT AI-TJÄNSTER ÅR 2025-2026

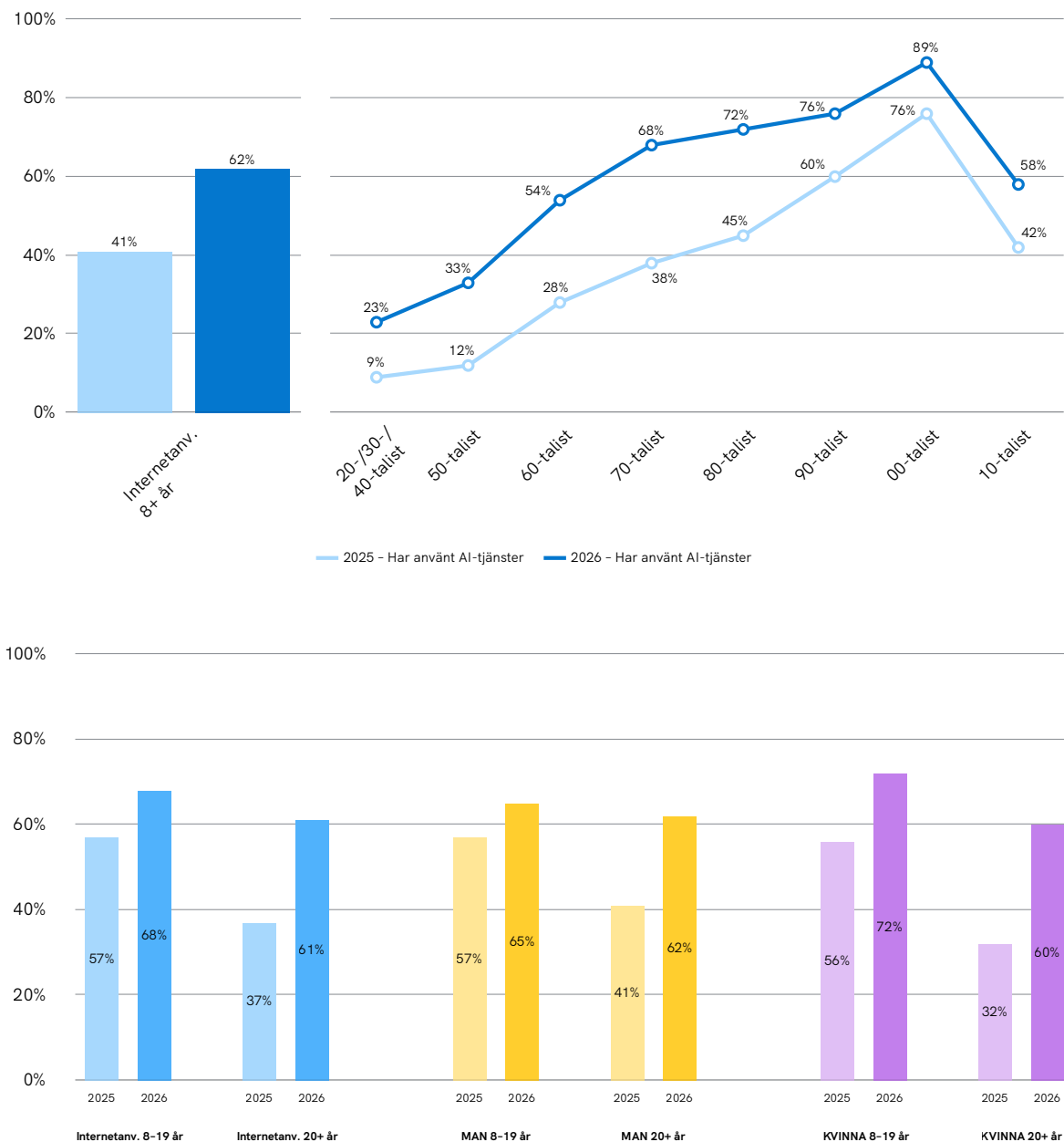


Diagram 2.3c-d, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2025-2026 (Studie 1)

För exakt frågeformulering, se frågeformulär.

**Hur mycket har användningen av AI-tjänster ökat mellan år 2023-2026?**

År 2023-2024 genomförde vi våra AI-undersökningar som en kompletterande studie med internetanvändarna 18-84 år. Därför är jämförelsen med år 2023 och 2024 avgränsad till detta åldersintervall.

- Ökningen i användningen av AI-tjänster är rekordstor i befolkningen 18-84 år - från 39 procent år 2025 till 62 procent år 2026, alltså hela 23 procentenheter. Ökningen har tidigare legat stadigt på 5 procentenheter mellan varje år, från år 2023 (29%), 2024 (34%) till och med 2025 (39%).

- Sedan år 2023 har användningen av AI-tjänster mer än dubblerats i befolkningen 18–84 år. Det gäller såväl män som kvinnor.

### **Hur mycket har användningen av AI-tjänster ökat det senaste året – mellan år 2025–2026?**

År 2025 genomförde vi för första gången vår AI-undersökning med befolkningen som är 8 år eller äldre.

- I befolkningen 8 år eller äldre har användningen av AI-tjänster haft en kraftig ökning på 21 procentenheter mellan år 2025 (41%) och 2026 (62%).
- Användningen av AI-tjänster ökar både bland män och kvinnor. Dock är ökningen större bland kvinnor, som efter att ha hamnat lite på efterkälken år 2025 nu är ikapp männen. Yngre kvinnor under 20 år har till och med gått om de jämnåriga männen.
- Vuxna börjar komma ikapp barn och ungdomar i användningen av AI-tjänster. Även om de unga under 20 år även i år leder i användningen av AI-tjänster så sker den största ökningen mellan år 2025–2026 i den vuxna befolkningen över 20 år. De vuxna männen har i år nästan kommit ikapp de yngre männen.
- Mellan år 2025 och 2026 skedde den största ökningen i användningen av AI-tjänster bland personer i medelåldern, alltså som är födda på 60-, 70- och 80-talet. Allra störst ökning har skett bland kvinnor födda på 70-talet på hela 32 procentenheter mellan 2025 (38%) och 2026 (70%).\*
- År 2025 var skillnaden mellan yngre pensionärer (12%) och äldre pensionärer (9%) liten vad gäller användningen av AI-tjänster. I år har alla internetanvändande pensionärer tagit ett rejält kliv uppåt, men de yngre pensionärernas (34%) kliv är större än för de som är 76 år eller äldre (23%).\*

Vill du läsa mer om hur många barn och ungdomar som använder AI-tjänster och hur mycket deras användning har ökat? Se då avsnittet *Barn och ungdomars användning av AI: Hur många barn och ungdomar använder AI-tjänster?*

**Tips!** Vill du ta del av SCB:s statistik för AI-användningen bland privatpersoner och företag i Sverige år 2025? Eller se Sveriges AI-användning 2025 i internationella jämförelser? Se då deras rapport *Artificiell intelligens i Sverige 2025*.

## Svenskarnas användning av AI-tjänster

### - Vilka AI-tjänster använder svenskarna?

#### De tre största AI-tjänsterna är ChatGPT, Copilot och Gemini

Fråga: Vilka av följande AI-tjänster har du använt de senaste 12 månaderna?

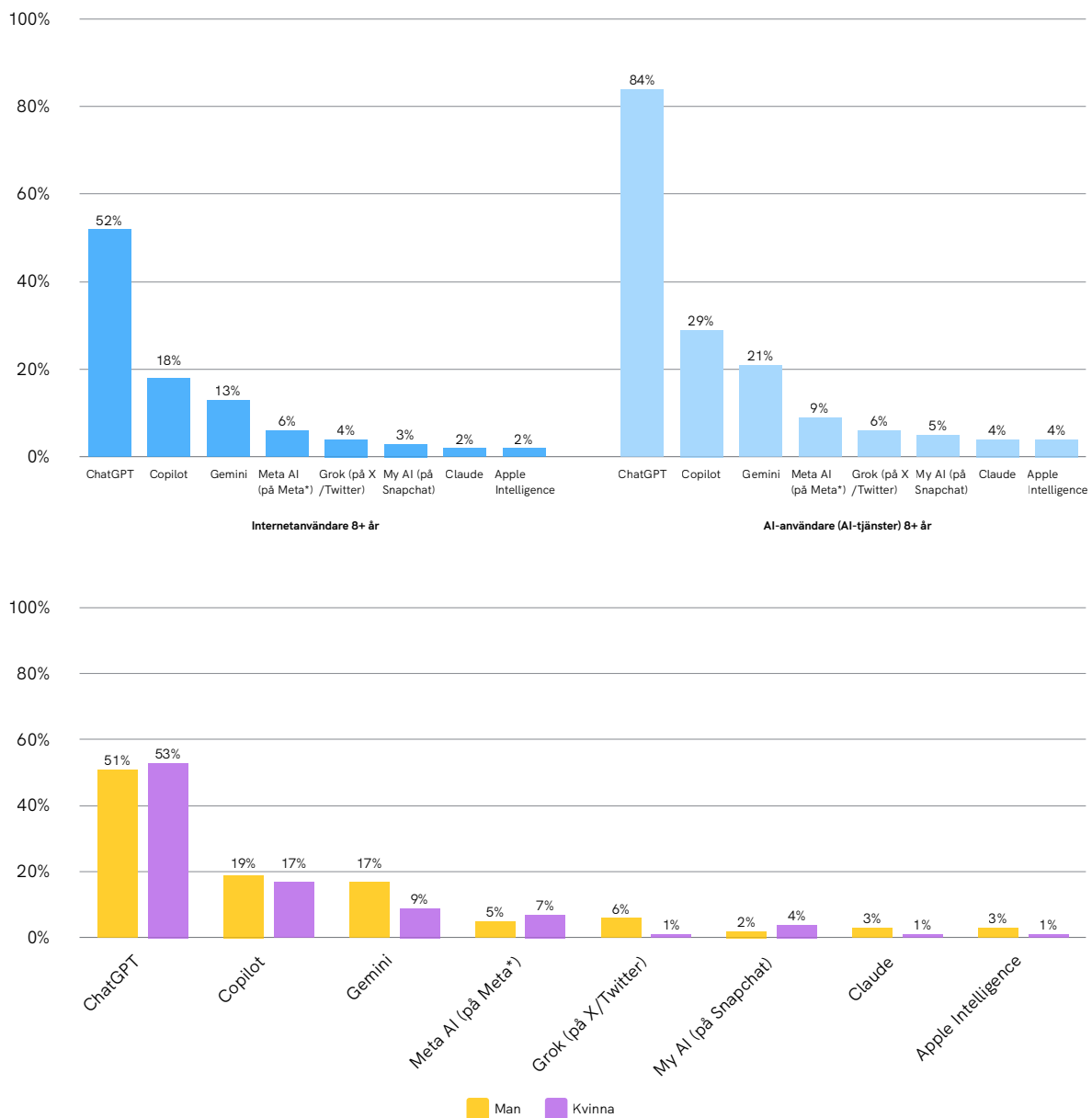


Diagram 2.4a-b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1) \*) Metas AI-tjänst finns även i Facebook Messenger, Facebook, Instagram, Whatsapp. För exakt frågeformulering, se frågeformulär.

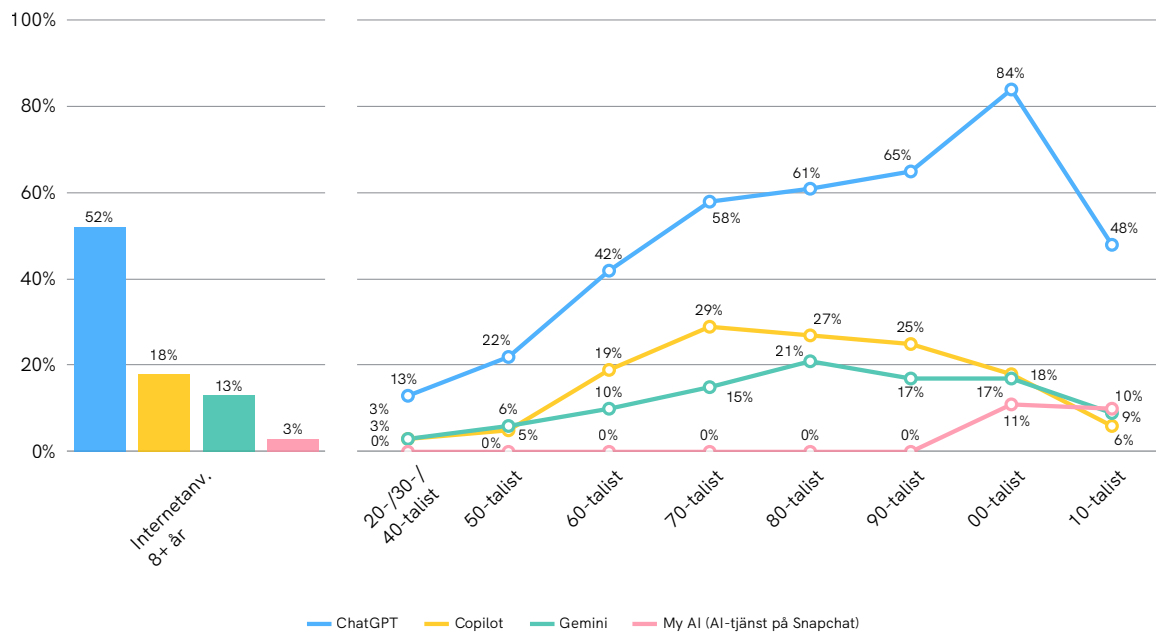


Diagram 2.4c, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1) För exakt frågeformulering, se frågeformulär.

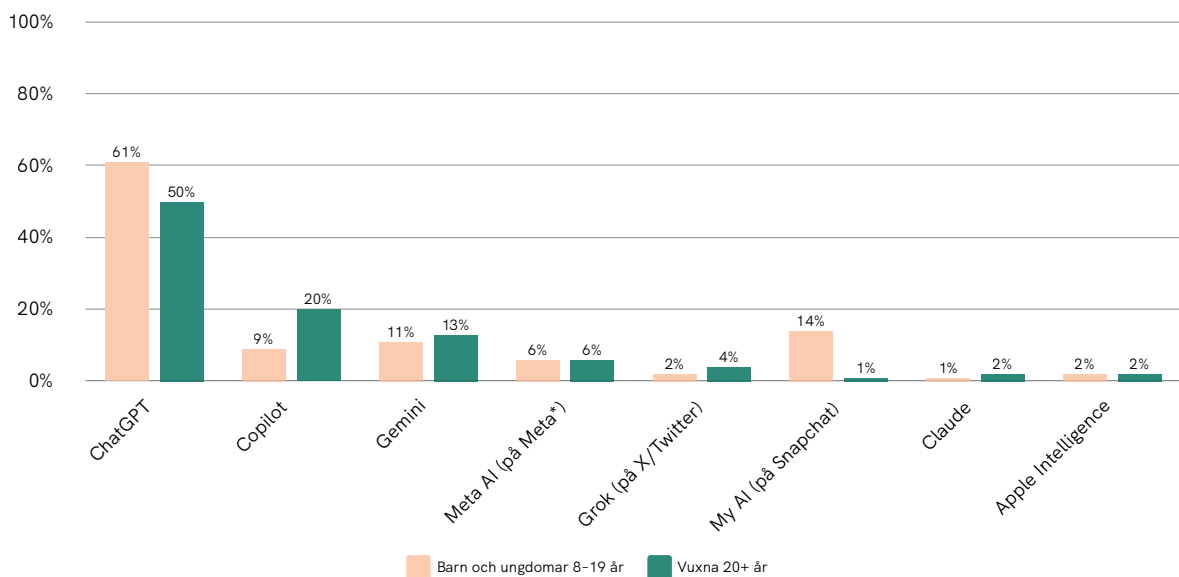


Diagram 2.4d, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1) \*) Metas AI-tjänst finns även i Facebook Messenger, Facebook, Instagram, Whatsapp. För exakt frågeformulering, se frågeformulär.

### Vilka AI-tjänster använder svenskarna år 2026?

- Den AI-tjänst som flest svenskar använder är **ChatGPT**. Mer än hälften av svenskarna som är 8 år eller äldre använder ChatGPT. ChatGPT dominerar stort både i befolkningen som helhet och bland användarna av AI-tjänster.
- På andra plats kommer **Copilot** som knappt var femte svensk använder. Copilot ligger långt efter ChatGPT, som nästan tre gånger fler svenskar använder.
- **Gemini** kommer på tredje plats och används av var åttonde (13%) svensk.

- **Meta AI**, en tjänst som även finns i Facebook Messenger, Facebook, Instagram och Whatsapp, intar en fjärdeplats och används av drygt var tjugonde (6%) svensk.
- Därefter kommer AI-tjänsterna **Grok** (på X/Twitter), **My AI** (på Snapchat), **Claude** och **Apple Intelligence** som endast några få procent av svenskarna använder. I tabellbilagan finns även Perplexity, DALL-E och Midjourney med, vilka också endast används av några enstaka procent.\*
- Det är även 4 procent som har svarat att de använder en annan AI-tjänst. I fritextsvaren nämns framför allt DeepSeek av ett tiotal personer, följt av NotebookLM och Adobe Firefly. Även Suno, LeChat och Mistral nämns av flera.\*

### Använder män och kvinnor olika AI-tjänster?

Även om lika många män som kvinnor använder AI-tjänster år 2026 så skiljer sig det delvis åt både i hur många och vilka AI-tjänster de använder.

- Män använder fler AI-tjänster än vad kvinnor gör. Ser vi till användarna av AI-tjänster är det hela 21 procent av männen som använder minst tre eller fler AI-tjänster, jämfört med endast 13 procent av kvinnorna. Detta indikerar att även om nu lika många män som kvinnor använder AI-tjänster så har männen gått om kvinnorna i antal AI-tjänster de använder.\*
- **Män:** Fler män än kvinnor använder Copilot, Gemini, Grok (på X/Twitter), Claude och Apple Intelligence.
- **Kvinnor:** Fler kvinnor än män använder Metas AI-tjänster samt My AI (på Snapchat).
- Den enda av de större tjänsterna som lika många män som kvinnor använder är den dominerande tjänsten ChatGPT. Den lilla skillnaden är inom felmarginalen.
- Användningen av AI-tjänster som finns på olika sociala medier, som Meta AI (på Facebook, Facebook Messenger, Instagram och Whatsapp), My AI (på Snapchat) och Grok (på X/Twitter) är givetvis kopplad till hur många och vilka som använder dessa plattformar. Läs gärna mer om detta i kapitel 3: Sociala medier – Är män och kvinnor på samma plattformar?

### Använder yngre och äldre olika AI-tjänster?

Oavsett ålder är ChatGPT den AI-tjänst som används av flest svenskar. Vilka andra AI-tjänster som används och i vilken omfattning skiljer sig dock delvis åt mellan den yngre och den äldre befolkningen, nästan oavsett hur man definierar "yngre och äldre". Vi har här valt att jämföra topp tre bland vuxna 20 år eller äldre och barn och ungdomar 8–19 år, samt lagt till pensionärer. Mer om barn och ungdomar finns att läsa i Barn och ungdomars användning av AI.

- Topp tre bland **vuxna** (20+ år) är: ChatGPT, Copilot och Gemini.
- Topp tre bland **barn och ungdomar** är: ChatGPT, My AI och Gemini.
- Topp tre bland **pensionärer** är: ChatGPT, Meta AI och Gemini.\*

## Kort om AI-tjänsterna

Här följer en kort överblick av de AI-tjänster vi redovisar i årets rapport. För de tre största tjänsterna ChatGPT, Copilot och Gemini finns en mer djupgående analys under avsnittet *Fokus på ChatGPT, Copilot och Gemini*. My AI ligger med i avsnittet om *Barn och ungdomars användning av AI*. AI-tjänsterna Meta AI, Grok, Claude och Apple Intelligence undersöker vi för första gången i år och flera av dem lanserades först under 2025.

### ChatGPT

ChatGPT är en tjänst från företaget OpenAI. Den finns som app och på webbplatsen chatgpt.com. År 2026 använder mer än varannan svensk ChatGPT och användningen är som störst bland 00-talisterna.

### Copilot

Copilot är Microsofts AI-tjänst. Den finns som app och på webbplatsen copilot.microsoft.com. Tjänsten är också integrerad i flera av Microsofts produkter, som Windows, Bing, Edge och Microsoft 365. Nästan var femte svensk (18%) använder Copilot. Tjänsten har flest användare bland förvärvsarbetande, framför allt personer födda på 70-, 80- och 90-talet.\*

### Gemini

Gemini är Googles AI-tjänst. Den finns som app och på webbplatsen gemini.google.com. Sedan 2025 är Gemini även integrerad i flera av Googles tjänster, som Sök, Gmail och Google Workspace. Gemini används av var åttonde (13%) svensk och har överlägset flest användare bland män födda på 80-talet.\*

### Meta AI

Meta AI är nätjätten Metas AI-tjänst. Sedan 2025 är den inbyggd i företagets tjänster Facebook Messenger, Facebook, Instagram och Whatsapp. Meta AI finns också som en fristående AI-tjänst liknande ChatGPT, både som app och på webbplatsen meta.ai.

År 2026 använder 6 procent av svenskarna Meta AI. Tjänsten har flest användare bland kvinnor födda på 50- och 60-talet.\* Detta har delvis koppling till hur många som använder Metas andra plattformar där tjänsten finns inbyggd. Läs gärna mer om användningen av dessa i kapitel 3: *Sociala medier*.

### Grok

Grok är en AI-tjänst från X/Twitter. Den är inte bara inbyggd i X-plattformen utan finns sedan början av 2025 även som en separat app och på webbplatsen grok.com. Grok används av 4 procent av svenskarna, främst bland män födda på 80- och 90-talet vilket är kopplat till användningen av X/Twitter.\* Läs gärna mer om hur många som använder X/Twitter i kapitel 3: *Sociala medier*.

### My AI

My AI är en AI-tjänst som är inbyggd i Snapchat. Den finns inte som en separat app eller webbplats. My AI används av endast 3 procent i befolkningen, men är som störst bland barn 8–19 år (14%). Läs gärna mer om hur många som använder Snapchat i kapitel 3: *Sociala medier*.

### **Claude**

Claude är AI-företaget Anthropics AI-tjänst. Den finns sedan 2024 som en separat app och på webbplatsen [claude.ai](https://claude.ai). Claude används endast av 2 procent av svenskarna och främst bland män födda på 80- och 90-talet.\*

### **Apple Intelligence**

Apple Intelligence är Apples AI-tjänst. Sedan 2025 är den inbyggd i företagets operativsystem för iPhone, iPad och Mac, men finns inte som en separat app eller webbplats. Apple Intelligence används endast av 2 procent av svenskarna och har flest användare bland män födda på 80- och 00-talet.\*



## Användningen av My AI har halverats mellan 2025–2026

Fråga: Vilka av följande AI-tjänster har du använt de senaste 12 månaderna?

AI-TJÄNSTER - UTVECKLING MELLAN ÅR 2025-2026

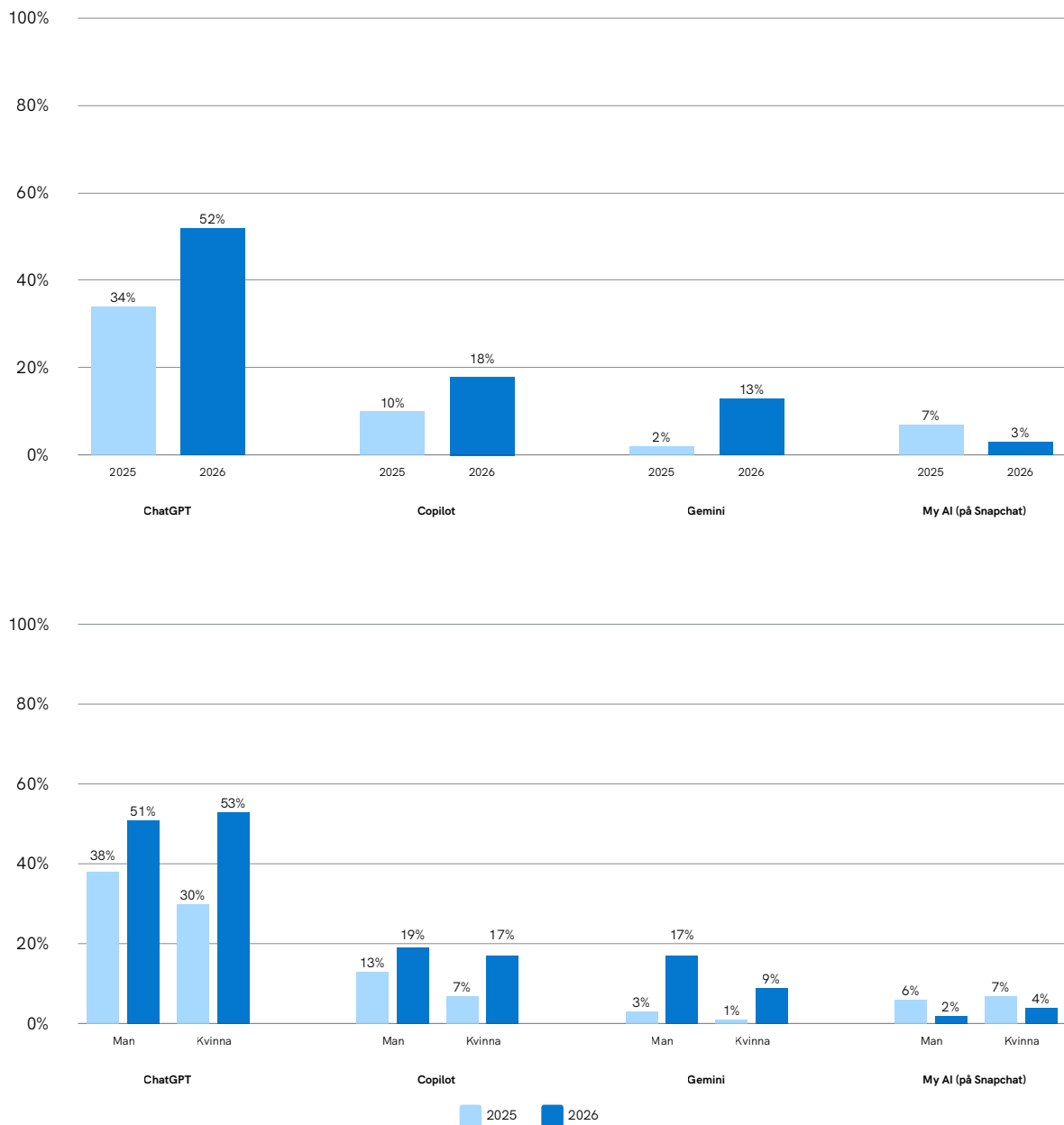


Diagram 2.5a-b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2025-2026 (Studie 1)

För exakt frågeformulering, se frågeformulär.

### Vilka AI-tjänster ökar eller minskar år 2026?

Här gör vi en jämförande översikt av hur AI-tjänsterna har utvecklats mellan år 2025-2026.

**Ökar:**

- De största tjänsterna i år – ChatGPT, Copilot och Gemini – ökar alla tre. ChatGPT och Copilot låg även i topp 2025 medan Gemini seglat upp från en femteplats och förbi My AI och DALL-E.
- Störst ökning står ChatGPT för och detta främst bland kvinnor. Copilot ökar också framför allt bland kvinnor medan Gemini ökar mer bland männen. Läs gärna mer om dessa tre respektive tjänster under [\*Fokus på ChatGPT, Copilot och Gemini.\*](#)

**Minskar:**

- Snapchats AI-tjänst My AI tappat användare mellan år 2025–2026. År 2025 låg My AI i topp tre bland AI-tjänster, men den har i år halkat ned till en sjätteplats – omsprungen av Gemini, Meta AI och Grok.
- År 2025 låg DALL-E på en fjärdeplats med 3 procent, men används i år endast av 1 procent av svenska internetanvändare.\*

My AI används framför allt av barn och ungdomar. Läs gärna mer om användningen och utvecklingen av My AI under [\*Barn och ungdomars användning av AI – Vilka AI-tjänster använder barn och ungdomar?\*](#)

## Fokus på: ChatGPT

### Mer än hälften av svenskarna använder ChatGPT

Fråga: Vilka av följande AI-tjänster har du använt de senaste 12 månaderna?

Svar: ChatGPT

CHATGPT ÅR 2026

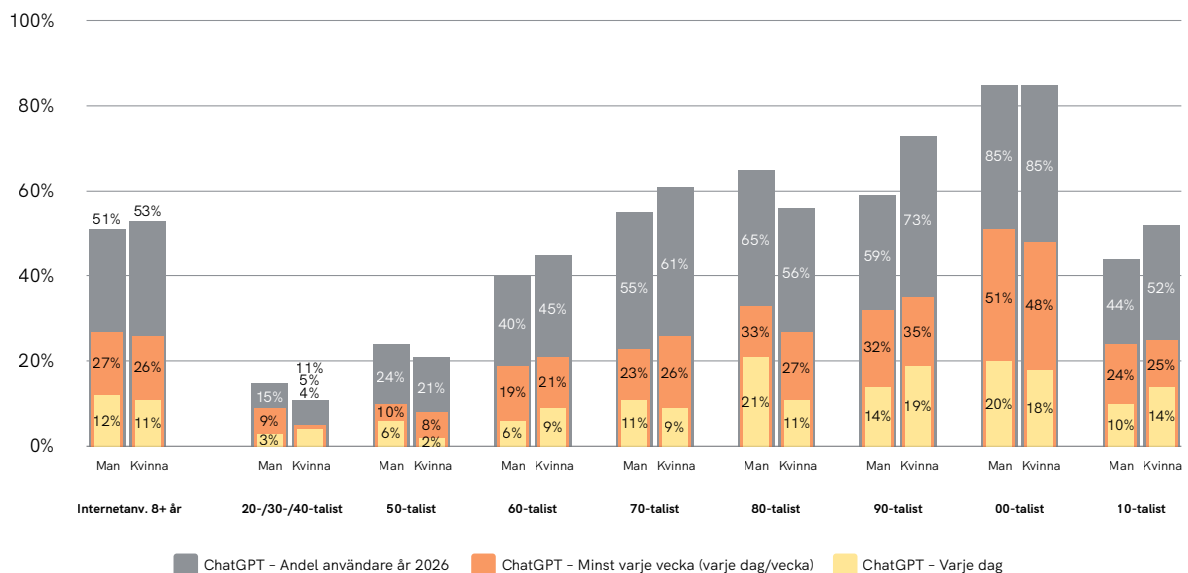
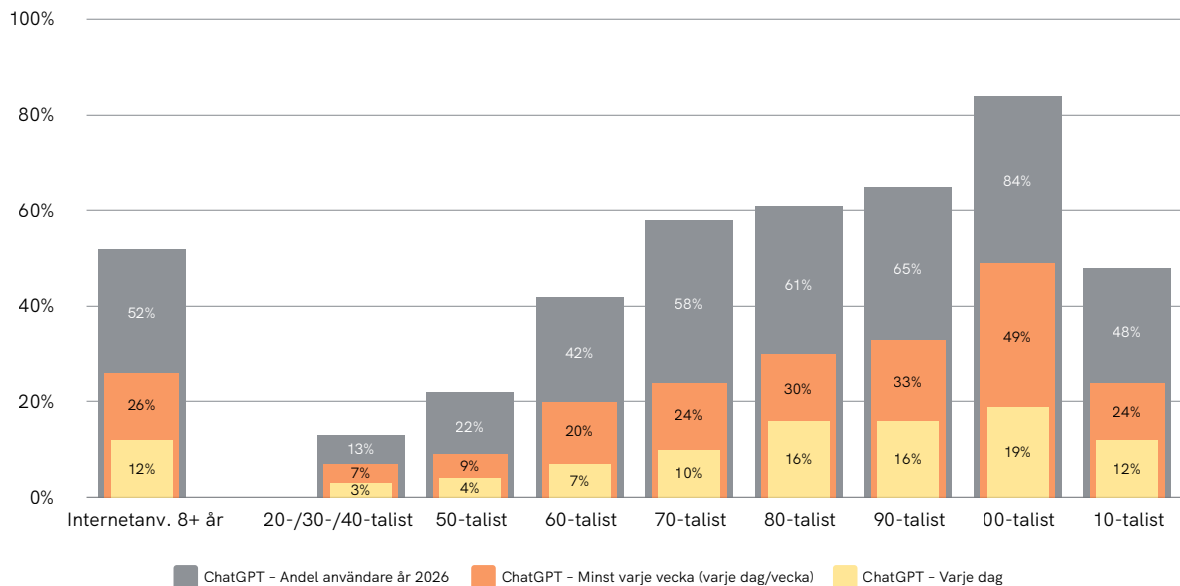


Diagram 2.6a-b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

För exakt frågeformulering, se frågeformulär.

## Hur många använder ChatGPT år 2026?

- ChatGPT är den AI-tjänst som flest svenskar använder. Mer än hälften av svenskarna som är 8 år eller äldre har använt ChatGPT år 2026. Drygt var fjärde använder tjänsten minst varje vecka och mer än var tionde är dagliga användare.
- 00-talisterna dominerar användningen av ChatGPT. En bra bit över 8 av 10 (84%) av 00-talisterna, såväl män som kvinnor, använder ChatGPT. Runt hälften gör det minst varje vecka och cirka var femte gör det varje dag.
- Nästan varannan av de yngsta, alltså 10-talisterna, använder ChatGPT.
- ChatGPT används av nästan 7 av 10 studerande, 6 av 10 förvärvsarbetsande och nära 2 av 10 pensionärer.\*
- Det är lika många män som kvinnor som använder ChatGPT sett till befolkningen i stort. Den lilla skillnaden är inom felmarginalen. Dock skiljer det sig åt i olika åldersgrupper. Fler män än kvinnor använder ChatGPT bland 80-talisterna. Fler kvinnor än män använder ChatGPT bland 90- och 10-talisterna. Övriga skillnader är inom felmarginalen.

**Poddtips:** [Dumma frågor om internet: Vad är ChatGPT?](#)

Alla pratar om ChatGPT men vad är det egentligen? Och det här med att ChatGPT är en språkmodell, hur funkar det?

## ChatGPT ökar mest bland kvinnor

Fråga: Vilka av följande AI-tjänster har du använt de senaste 12 månaderna?

Svar: ChatGPT

INTERNETANVÄNDARE 18-84 ÅR: ANVÄNT CHATGPT ÅR 2023-2026

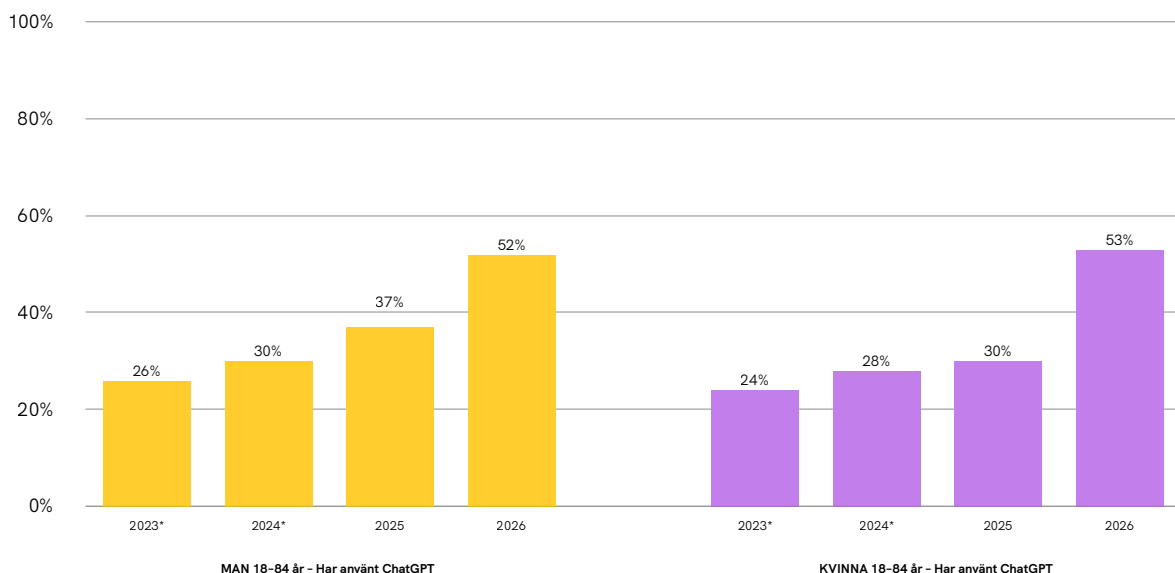
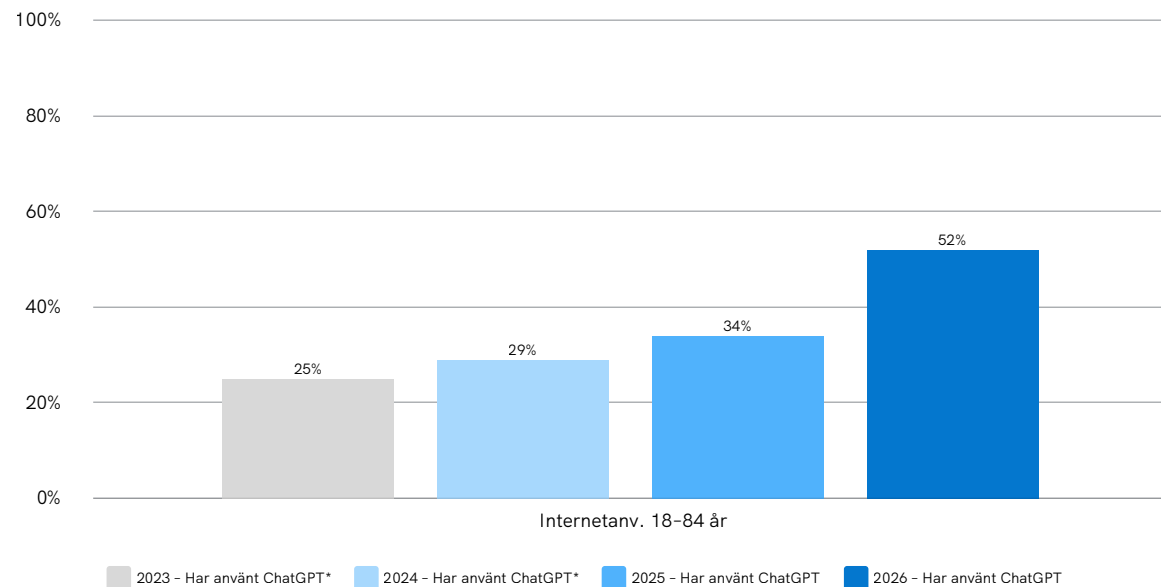


Diagram 2.7a-b, Bas: Internetanvändare 18-84 år, År 2023-2026 (Studie 1)

\*) År 2023-2024 genomförda endast i målgruppen 18-84 år och n=1000 intervjuer.

För exakt frågeformulering, se frågeformulär.

## INTERNETANVÄNDARE 8+ ÅR: ANVÄNT CHATGPT ÅR 2025-2026

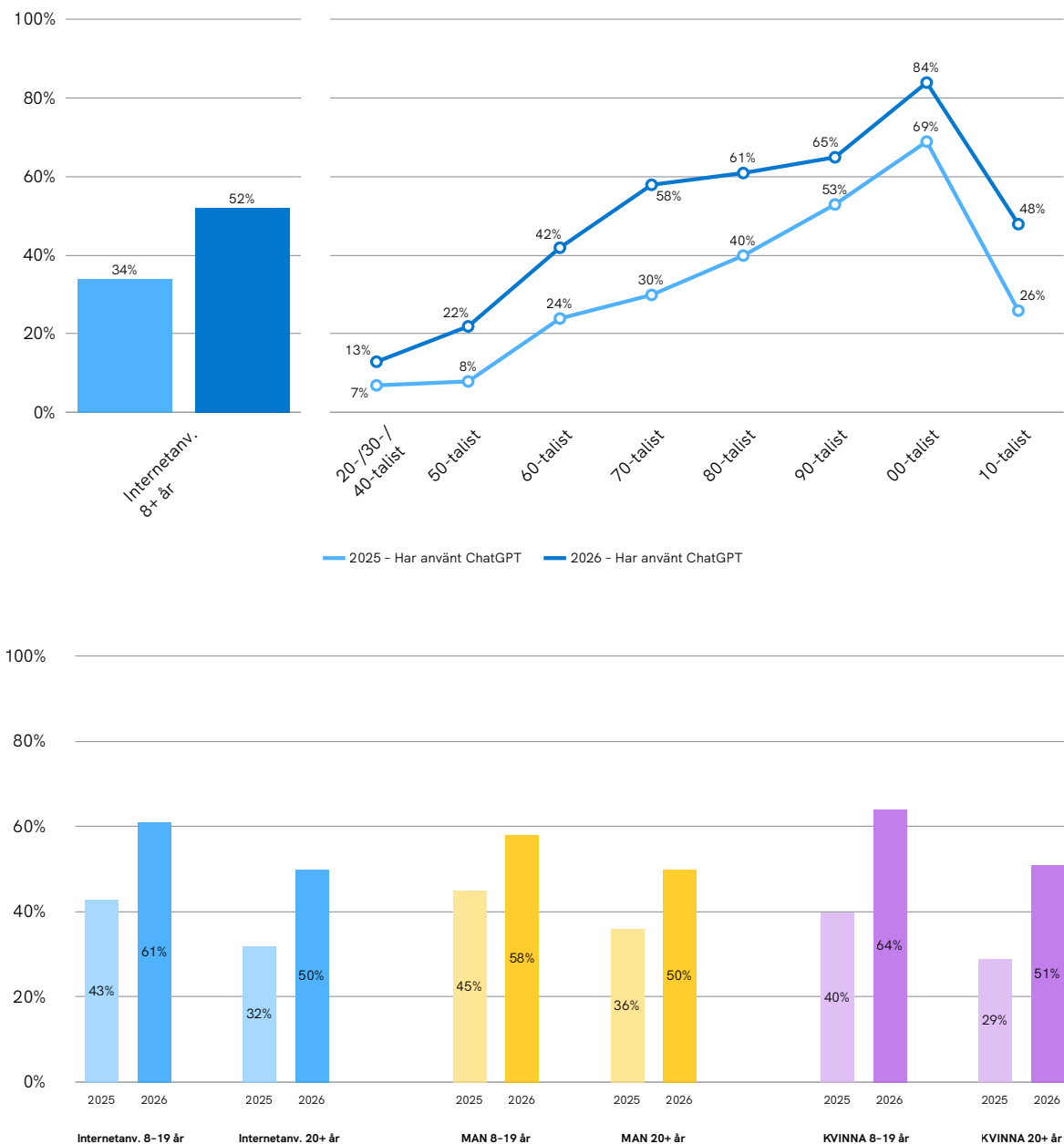


Diagram 2.7c-d, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2025-2026 (Studie 1)

För exakt frågeformulering, se frågeformulär.

**Hur mycket ökar användningen av ChatGPT?**

ChatGPT är en AI-tjänst som vi har följt sedan år 2023. År 2023-2024 genomförde vi dock våra AI-undersökningar som en kompletterande studie till huvudrapporten *Svenskarna och internet*, med internetanvändarna 18-84 år. Därför är jämförelsen med år 2023 och 2024 avgränsad till detta åldersintervall.

- Användningen av ChatGPT har mer än dubblats sedan år 2023 i befolkningen 18-84 år.
- Mellan år 2025-2026 har ChatGPT tagit ett jättekiv från 34 procent till 52 procent användare – alltså en ökning på 18 procentenheter.

- År 2025 var det fler män än kvinnor som använde ChatGPT. I år ökar däremot kvinnorna mer än männen och nu är användningen likvärdig mellan män och kvinnor.
- ChatGPT ökar i samtliga generationer men mest bland 70-talisterna där användningen nästan dubblerats mellan 2025 (30%) och 2026 (58%).
- Vuxna som är 20 år eller äldre börjar också komma ikapp de yngre 8-19 år i användningen av ChatGPT. De yngre leder fortfarande i andel användare men gapet minskar eftersom de över 20 år ökar mer. Mer om barn och unga finns att läsa i *Barn och ungdomars användning av AI*.

## Fokus på: Copilot

### Var femte svensk använder Copilot år 2026

Fråga: Vilka av följande AI-tjänster har du använt de senaste 12 månaderna?

Svar: Copilot

COPILOT ÅR 2026



Diagram 2.8a-b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

För exakt frågeformulering, se frågeformulär.



### Hur många använder Copilot år 2026?

- Copilot är den AI-tjänst som näst flest svenskar använder, efter ChatGPT. Nära var femte svensk (18%) använder Copilot, 7 procent använder tjänsten minst varje vecka och 3 procent varje dag.
- Något fler män än kvinnor använder Copilot.
- Copilot är som populärast bland personer födda på 70-, 80- och 90-talet.
- Copilot används av nästan dubbelt så många förvärvsarbetande (27%) som studerande (14%), och endast av 4 procent av pensionärerna.\*
- Copilot används av nära 4 av 10 tjänstemän och knappt 1 av 10 som i sin yrkesroll är arbetare, antingen för professionellt eller privat bruk.\*
- Copilot används av fler som arbetar i privat sektor (29%) än i offentlig sektor (24%), antingen för professionellt eller privat bruk.\*

### Hur mycket ökar användningen av Copilot?

Copilot har nästan dubblat sin användning från 2025 (10%) till 2026 (18%). Sett till ålder har störst ökning skett bland 70-talisterna, följt av 80-talisterna och 60-talisterna.\* Även om fler män använder Copilot så har störst ökning skett bland kvinnorna. Se [diagram 2.5a-b i Vilka AI-tjänster ökar eller minskar?](#)

## Fokus på: Gemini

### Män födda på 80-talet dominerar användningen av Gemini

Fråga: Om du bortser från AI-genererade sökresultat från sökmotorer, vilka av följande AI-tjänster har du använt de senaste 12 månaderna?

Svar: Gemini

GEMINI ÅR 2026



Diagram 2.9a-b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

För exakt frågeformulering, se frågeformulär.

### Hur många använder Gemini år 2026?

- Gemini används av var åttonde (13%) svensk, 5 procent använder tjänsten minst varje vecka och 3 procent varje dag.
- Nästan dubbelt så många män som kvinnor använder Gemini.
- Män födda på 80-talet dominerar på Gemini – uppemot var tredje använder tjänsten och var tionde gör det varje dag.
- Gemini används av i princip lika många studerande (15%) som förvärvsarbetande (16%) och endast av 5 procent av pensionärerna.\*

### Hur mycket ökar användningen av Gemini?

Gemini har växt i andel användare mellan 2025 (2%) och 2026 (13%) och detta främst bland män. Se *diagram 2.5a-b* i *Vilka AI-tjänster ökar eller minskar?*

Dock bör den exakta storleken i denna ökning tolkas med viss försiktighet då vi år 2025 slog samman resultaten för Bard och Gemini. Detta för att Googles AI-tjänst Bard uppdaterades och bytte namn till Gemini. Vi genomförde år 2025 vår datainsamling i januari och genomslaget för Gemini kom senare under året.

Gemini är alltså Googles AI-tjänst som används via en separat app eller webbplats. Detta till skillnad från Googles AI-översikter som visas direkt bland resultaten i Googles sökmotor. För att krångla till det något är Gemini dock även namnet på den språkmodell som även AI-översikterna bygger på och som driver många andra AI-funktioner i Googles tjänster. För att fånga användningen av AI-tjänsten Gemini är därför den exakta formuleringen av frågan följande:

*”Om du bortser från AI-genererade sökresultat från sökmotorer, vilka av följande AI-tjänster har du använt de senaste 12 månaderna?”*

Läs gärna mer om detta under *Vad är en AI-tjänst?*

I avsnittet *AI-översikter – AI-svar i Googles sökresultat* kommer vi att redovisa hur många svenskar som använder dessa.

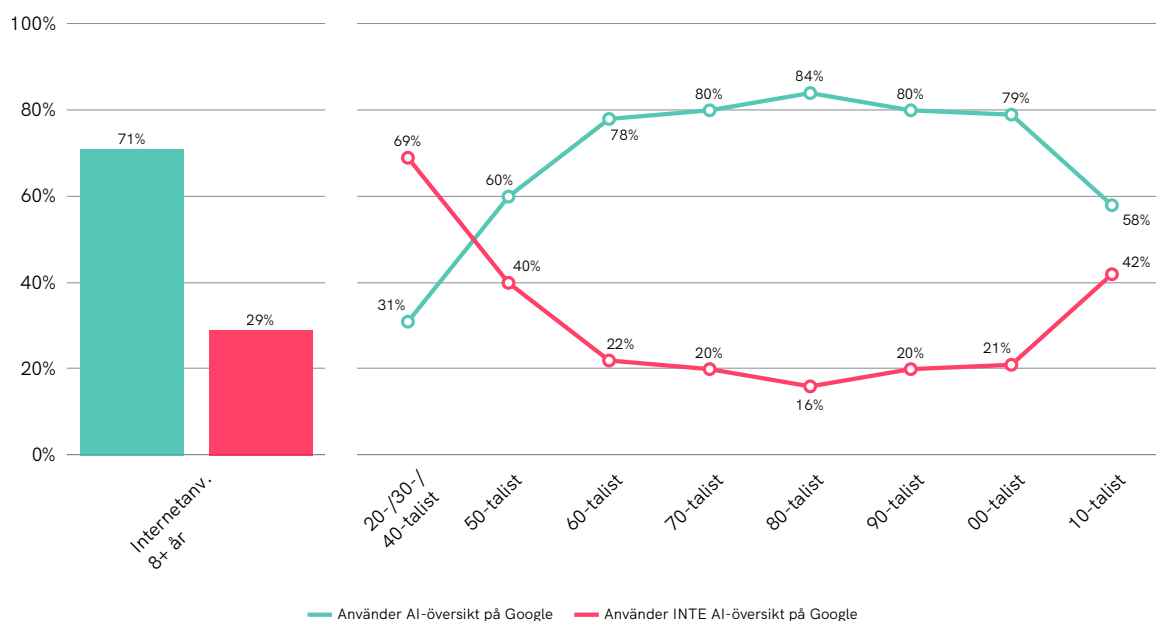
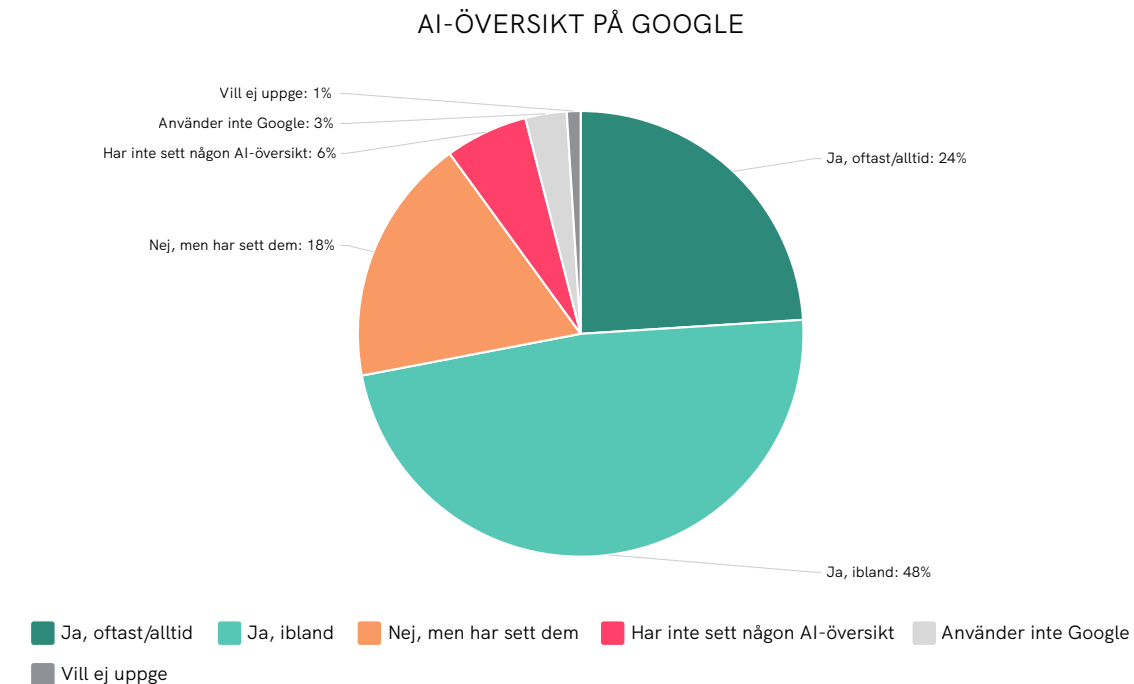
Vill du veta mer om vad en **språkmodell** är för något? Det kan du läsa mer om i artikeln *”Språkmodell”* på [internetkunskap.se](https://internetkunskap.se).

# AI-översikter – AI-svar i Googles sökresultat

## – Hur många använder AI-översikter på Google?

### Drygt 7 av 10 läser AI-översikter i Googles sökresultat

Fråga: I sökresultatet på Google visas numera AI-översikter, alltså ett AI-genererat svar på din sökning. Brukar du ta del av/läsa dessa AI-översikter?



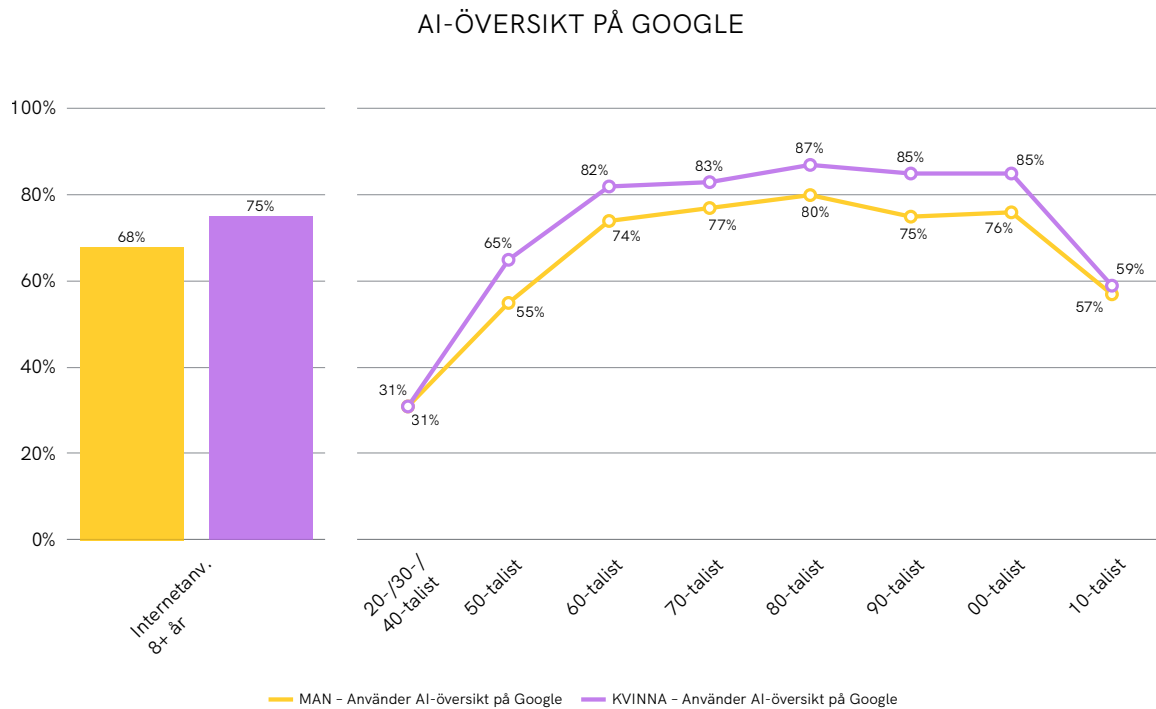


Diagram 2.10a-c, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

### Hur många använder AI-översikterna i Googles sökresultat?

- Hela 97 procent av svenskarna uppger att de använder sökmotorn Google och drygt 7 av 10 att de brukar ta del av Googles AI-översikter, alltså AI-genererade svar i deras sökresultat. Nära hälften använder AI-översikterna ibland och nästan var fjärde tar i princip alltid del av dem.
- Det är fler kvinnor än män som använder AI-översikterna. Det gäller i stort sett alla generationer utom de äldsta och de yngsta, alltså personer födda på 1920-, 30- och 40-talet samt personer födda på 2010-talet.
- Det är en relativt jämn användningsnivå bland personer födda från 60- till och med 00-talet – där i runda slängar 8 av 10 tar del av Googles AI-översikter i sina sökresultat.

### Vilka tar inte del av AI-översikter i Googles sökresultat?

- Knappt 3 av 10 tar inte del av AI-översikter i Googles sökresultat. Nästan var femte har ändå noterat dem medan 6 procent inte ens har sett dem. 3 procent svarar att de inte använder Google.
- Det är framför allt pensionärer som inte använder AI-översikterna. Drygt hälften av de internetanvändande pensionärerna läser inte AI-svaren, varav femte inte ens har sett dem. Det är dock stor skillnad mellan hur många yngre pensionärer (37%) och äldre pensionärer över 75 år (70%) som inte tar del av AI-översikter.\*
- Drygt 4 av 10 av 10-talisterna har inte tagit del av AI-översikter. De svarar också i högre grad än alla andra åldersgrupper att de inte använder Google (15%).\* Mer om det finns att läsa i [\*Barn och ungdomars användning av AI: AI-översikter – AI-svar i Googles sökresultat.\*](#)

- Något fler personer med någon form av funktionsnedsättning (36%) har inte tagit del av AI-översikter jämfört med befolkningen i stort.\*

### **Vad är skillnaden mellan Googles AI-översikter och AI-tjänsten Gemini?**

AI-översikter är en funktion som är inbyggd direkt i Googles sökmotor, Google Sök. När användaren gör en Google-sökning visas en AI-genererad sammanfattning högt upp bland sökresultaten. Funktionen används i samband med vanliga sökningar och kräver alltså ingen separat app eller tjänst.

Gemini är namnet på Googles AI-tjänst som kan användas via en separat app eller webbplats. Gemini är också namnet på Googles så kallade stora språkmodell (LLM, Large Language Model på engelska). I stort sett alla Googles AI-funktionaliteter använder språkmodellen Gemini i grunden.

## AI-översikter – AI-svar i Googles sökresultat

### – Används Google mindre på grund av AI-tjänster?

#### Fler har minskat än ökat sitt googlande det senaste året

Fråga: Hur ofta söker du på Google idag jämfört med för 12 månader sedan?

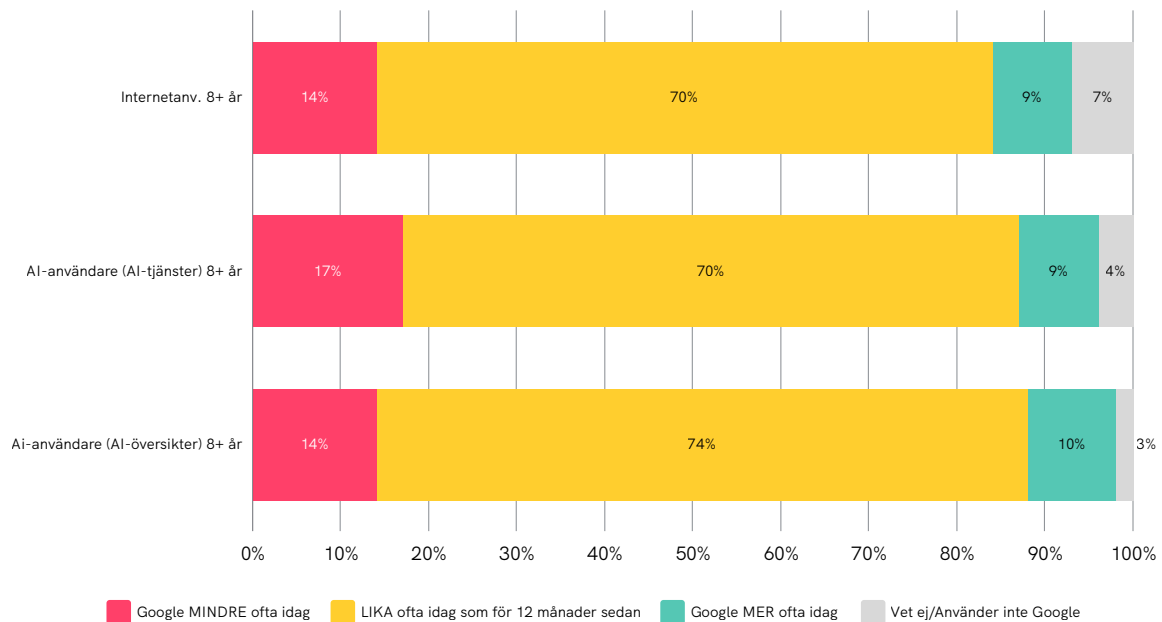


Diagram 2.11a, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

#### ANVÄNT GOOGLE MINDRE OFTA ÅR 2026

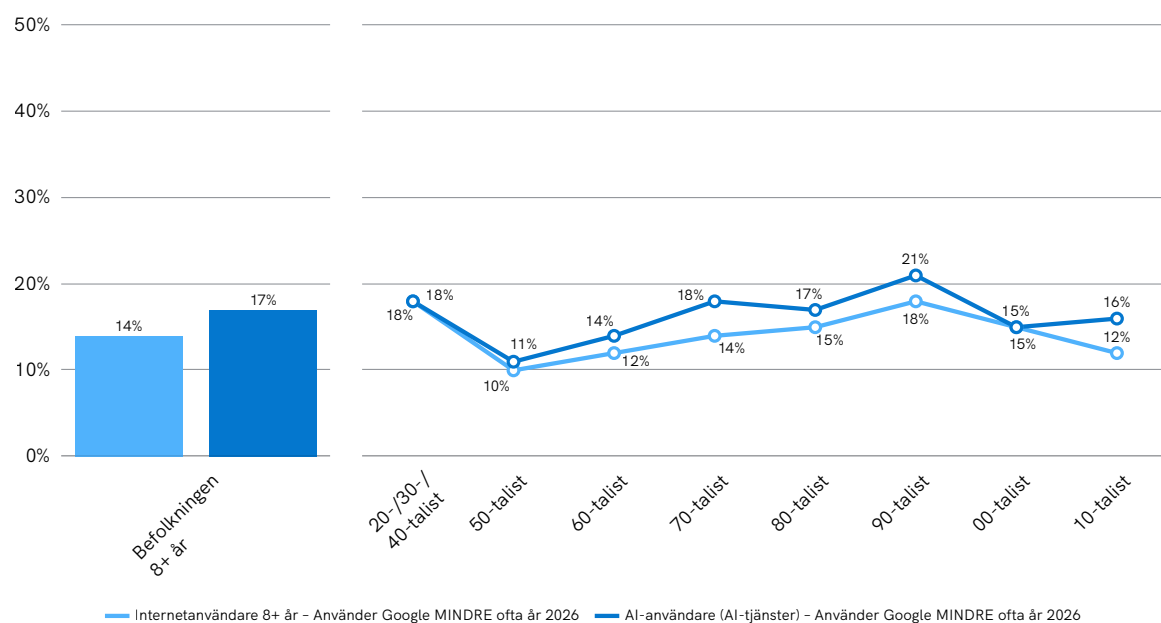


Diagram 2.11b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1) Obs! Skala 50%

### Söker svenskar mer eller mindre ofta på Google år 2026?

7 av 10 svenskar söker lika ofta på Google som för ett år sedan. Det är dock fler svenskar som söker mindre ofta än mer ofta på Google idag än de gjorde förra året. Var sjunde svensk söker mindre ofta och knappt var tionde söker mer ofta på Google år 2026 jämfört med år 2025.

### Vilka söker mer ofta på Google år 2026?

- Knappt var tionde (9%) i befolkningen söker oftare på Google år 2026 än de gjorde för ett år sedan.
- Det är framför allt de yngsta, alltså 10-talisterna (25%), som söker mer ofta på Google idag. Det skulle kunna bero på att de fått börja söka på Google för första gången.\* Läs gärna mer om detta i [\*Barn och ungdomars användning av AI: AI-översikter – AI-svar i Googles sökresultat\*](#).

### Vilka söker mindre ofta på Google år 2026?

- Hela 14 procent söker mindre ofta på Google år 2026 än de gjorde för ett år sedan.
- Det är fler användare av AI-tjänster (17%) som söker mindre ofta på Google idag, jämfört med befolkningen i stort (14%).
- Det är marginellt fler män än kvinnor som söker på Google mindre ofta idag än för ett år sedan.\*
- De som framför allt har dragit ned på sina googlesökningar är 90-talisterna samt de allra äldsta, alltså 1920-, 30- och 40-talisterna. Närmare var femte i dessa åldrar söker på Google mindre ofta idag än för ett år sedan. Dock inte av samma anledningar – vilket vi ska ta reda på i [\*diagram 2.12a\*](#).



## AI främsta orsaken till att googla mer sällan

Fråga: Hur kommer det sig att du använder Google mindre ofta idag, jämfört med för 12 månader sedan?

ORSAKER TILL ATT ANVÄNDA GOOGLE MINDRE OFTA ÅR 2026

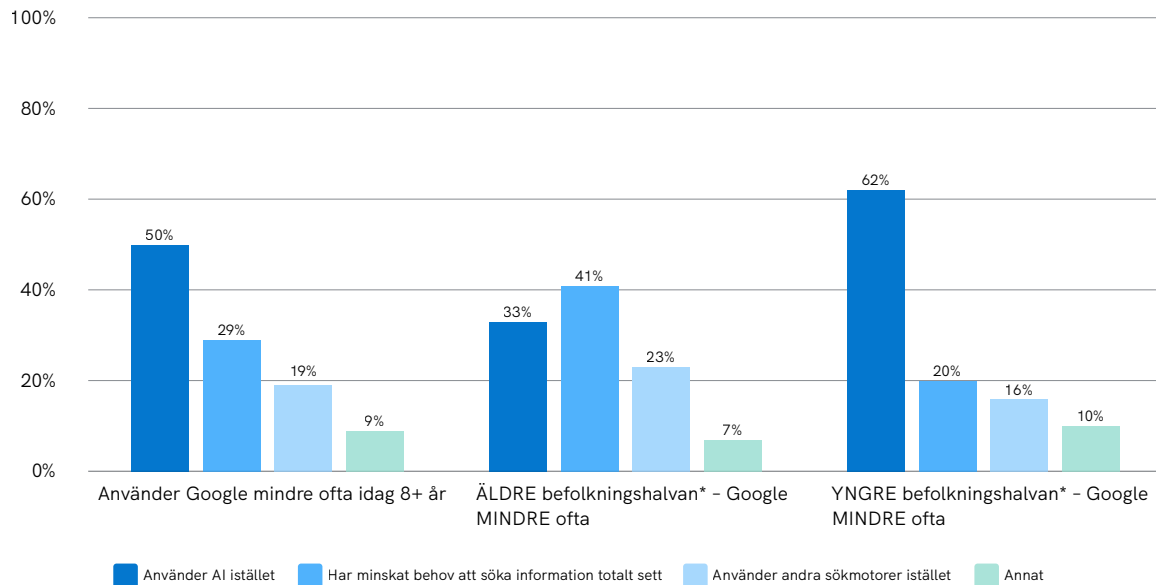


Diagram 2.12a, Bas: Använder Google mindre ofta idag 8+ år, År 2026 (Studie 1)

\*) ÄLDRE halvan av befolkningen = födda på 20-70-talet /

YNGRE halvan av befolkningen = födda på 80-10-talet

ANVÄNDER GOOGLE MINDRE OFTA FÖR ATT DE ANVÄNDER AI ISTÄLLET

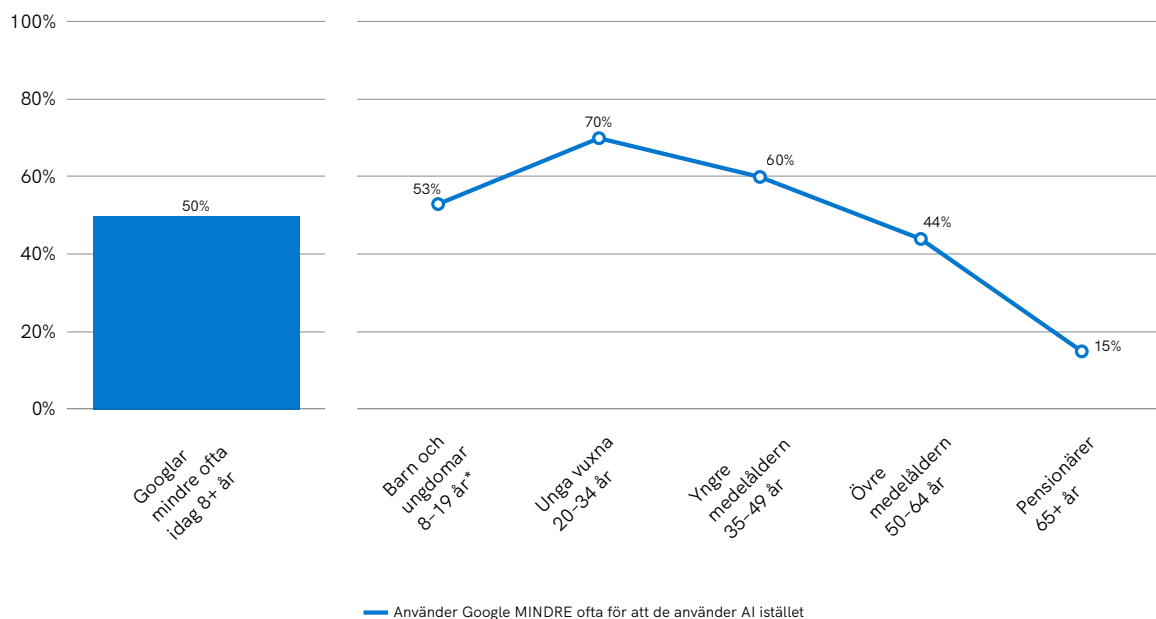


Diagram 2.12b, Bas: Använder Google mindre ofta idag 8+ år, År 2026 (Studie 1)

\*) Låg bas vilket ger högre felmarginaler.

### Hur många använder AI istället för att googla?

- AI är den vanligaste anledningen till använda Google mindre ofta idag än för ett år sedan. Varannan som googlar mindre ofta idag uppger att de använder AI istället. Bland de som använder AI-tjänster och googlar mindre ofta idag är det 7 av 10 som uppger att de använder AI-tjänster istället för Google.\*
- AI har större påverkan på googlandet bland yngre än bland äldre. I den yngre befolkningshalvan, alltså personer födda på 80-talet och senare, är det mer än 6 av 10 som uppger AI som skäl till att googla mer sällan idag medan det endast är en tredjedel i den äldre. I den äldre befolkningen är det istället mer vanligt att ange ett minskat informationsbehov som skäl till att googla mindre ofta idag.
- Sett till den internetanvändande befolkningen 8+ år är det 7 procent som googlar mindre ofta på grund av AI idag. Bland de som använder AI-tjänster är det mer än var tionde som använder AI istället för att söka med Google och här sticker 90-talisterna ut – nästan var femte född på 90-talet googlar mindre ofta idag för att de använder AI istället.\*

### Vad, utöver AI, får svenskar att använda Google mindre ofta idag?

- Efter AI är den näst vanligast anledningen till att dra ner på googlandet idag, att behovet av att söka information har minskat. Det är dessutom den främsta anledningen till att äldre googlar mindre ofta idag än för ett år sedan. I den äldre halvan av befolkningen, alltså personer födda på 70-talet eller tidigare, är det dubbelt så många som uppger detta som skäl jämfört med den yngre.
- Var femte uppger att de använder Google mindre ofta idag till förmån för andra sökmotorer.\*
- Knappt var tionde uppger också ett annat skäl till att de googlar mindre ofta idag än för ett år sedan. De har fått ange anledningarna i fritext och kort summerat handlar det om man väljer bort Google på grund av att man tycker att sökresultaten har blivit sämre, att man ogillar Googles AI-översikter och att man inte vill ha med amerikanska storföretag att göra.
- I befolkningen 8 år eller äldre är det 4 procent som googlar mindre ofta på grund av ett minskat behov av informationssökning och 3 procent till förmån för andra sökmotorer.\*

### Tio röster om andra skäl till att googla mindre ofta idag än för ett år sedan

*"Pga opålitlig information i AI och betalda placeringar. Använder andra sökmotorer för att deras AI har försämrat hela sökmotorn."*

Kvinna, 25 år

*"Deras ai-översikter suger och det har blivit sämre. Avsiktligt sämre för att de vill tjäna mer pengar på sitt monopol."*

Man, 31 år

*"Jag avskyr deras ai och sökmotorn har blivit värdelös. Aln ger ofta fel information och resten är bara reklam."*

Annat, 35 år

*“Jag tycker google har blivit sämre på att hitta relevanta sökträffar.”*

Kvinna, 41 år

*“Aktivt valt bort google pga dataspårning och ai. Ogillar tanken på att stora amerikanska företag äger all information.”*

Kvinna, 47 år

*“Bojkottar amerikanska företag så länge Trump sitter vid makten.”*

Man, 55 år

*“AI stör resultaten, sämre användbarhet. Saknar dessutom möjlighet att SJÄLV VÄLJA när det skall användas - extremt störande och verkligen skadligt för miljön och klimatet! Till och med gamla Alta Vista gav bättre sökresultat på 1990-talet...”*

Man, 59 år

*“Mindre motiverad då resultat blivit tydligt sämre.”*

Man, 63 år

*“Googles AI-svar har varit tokiga, felaktiga och svenskan allt sämre. Blir snurrig i huvudet av alla dumheter och felaktigheter.”*

Kvinna, 71 år

*“För mycket reklam och det är tidsödande att hitta vad man tror är ett korrekt svar.”*

Kvinna, 88 år

Vill du ta del av vilka andra skäl som barn och ungdomar 8–19 år ger till att de googlar mindre ofta idag, se avsnittet [Barn och ungdomar om AI-översikter – AI-svar i Googles sökresultat.](#)

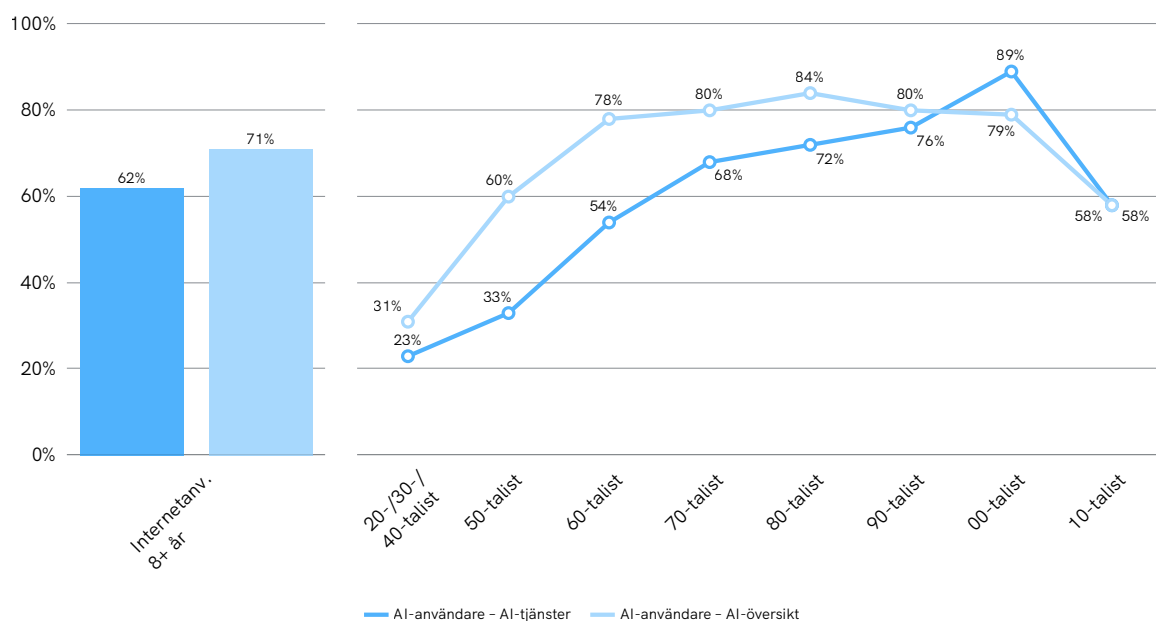
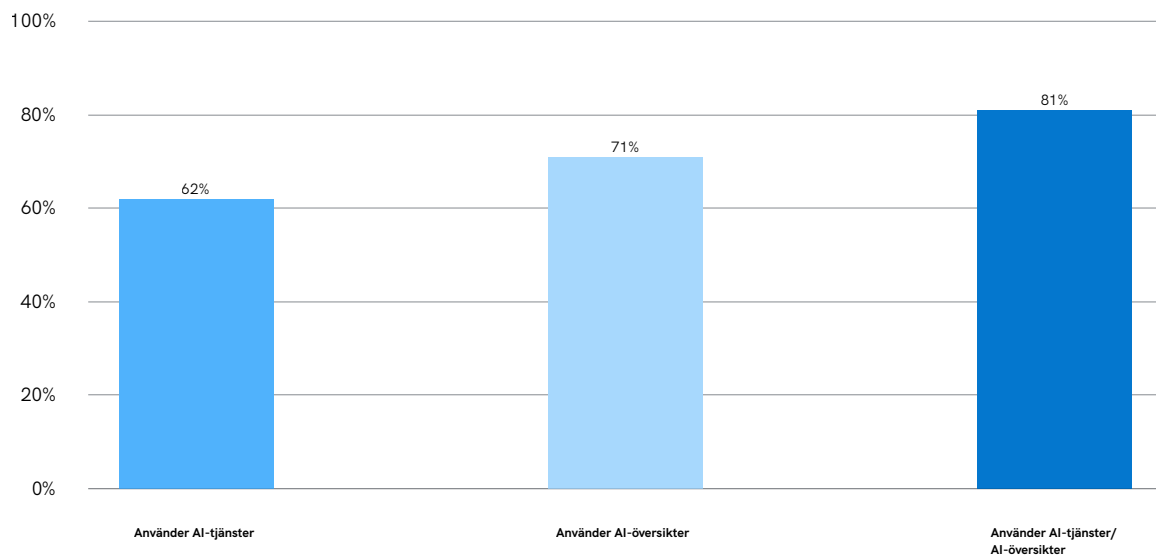
## AI-tjänster och AI-översikter – Jämförelse och total användning

### Fler födda på 2000-talet använder AI-tjänster än Googles AI-översikter

Fråga – AI-TJÄNSTER: Om du bortser från AI-genererade sökresultat från sökmotorer, vilka av följande AI-tjänster har du använt de senaste 12 månaderna?

Fråga – AI-ÖVERSIKTER: I sökresultatet på Google visas numera AI-översikter, alltså ett AI-genererat svar på din sökning. Brukar du ta del av/läsa dessa AI-översikter?

#### AI-ANVÄNDARE



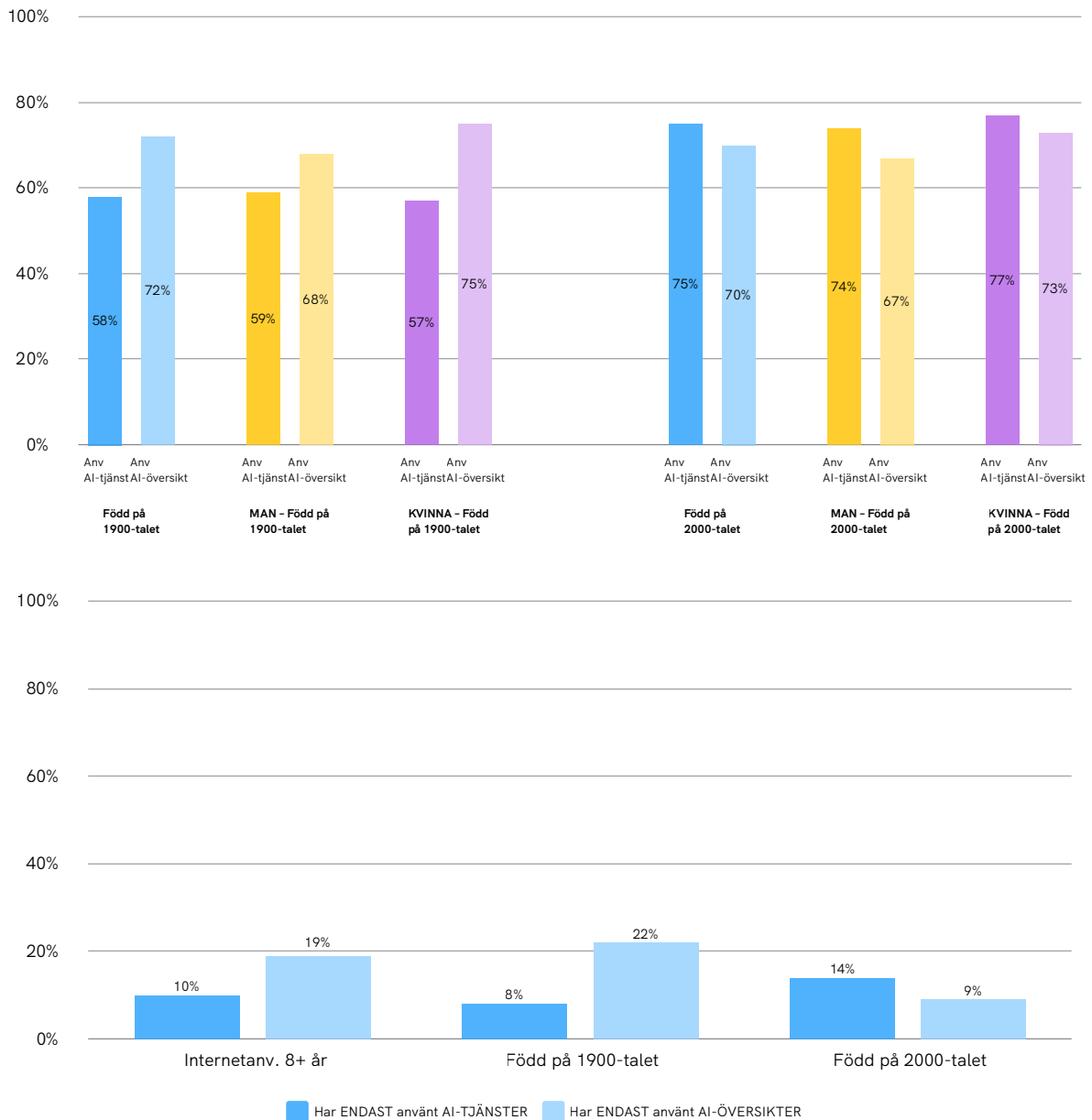


Diagram 2.13a-d, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

### Vilka är AI-användare år 2026?

Under 2025 förändrades AI-landskapet. I början av året präglades användningen av generativ AI främst av fristående AI-tjänster som exempelvis ChatGPT och Copilot. Ett tydligt skifte skedde sedan under våren 2025 i samband med att Google började rulla ut AI-genererade översikter i sina sökresultat. AI gick därmed från att främst vara ett separat verktyg till att bli en integrerad del av en digital tjänst som nästan alla svenskar använder. Det innebär att tröskeln för att använda AI sänktes betydligt – och att AI blev lättillgängligt för den breda allmänheten.

Efter denna lansering har Google även successivt utvecklat sina AI-översikter. Under hösten 2025 lanserade de funktionen "AI-läge" i sin sökmotor vilket påminner mycket om de etablerade AI-tjänsterna. I AI-läget kan man ställa följdfrågor och föra en dialog med AI, men även generera nya texter, bilder, sammanfatta dokument och mycket annat.

Detta betyder också att begreppet "AI-användare" har breddats. I våra tidigare AI-studier har AI-användare endast avsett användare av fristående AI-tjänster, även kallade AI-verktyg. Detta gällde även år 2025 då vi genomförde datainsamlingen för *Svenskarna och internet 2025* i januari 2025, alltså innan Google lanserat sina AI-översikter.

År 2026 undersöker vi därför både hur många som använder AI-tjänster och hur många som använder Googles AI-översikter. Vi kallar dem AI-användare (AI-tjänster) respektive AI-användare (AI-översikter). Alltså har vi valt att betrakta de som använder Googles AI-översikter som AI-användare. Vi är dock medvetna om att det kan finnas olika åsikter om detta.

AI-användare (AI-tjänster) och AI-användare (AI-översikter) överlappar varandra stort. I den här analysen kommer vi att både jämföra dem med varandra och se på dem sammantaget: AI-användare (AI-tjänster/AI-översikter).

Av utrymmesskäl och med hänsyn till frågekonstruktion och intervjulängd har vi för AI-översikter valt att avgränsa oss till Google, som är den dominerande sökmotorn (97% användare – se *diagram 2.10a*). Det förekommer dock liknande AI-funktioner i andra söktjänster, vilket kan vara värt att ha i åtanke.

### **Hur skiljer sig användningen av AI-tjänster respektive AI-översikter åt?**

- Det är fler svenskar som är 8 år eller äldre som har använt AI-översikter på Google (71%), än som har använt AI-tjänster (62%). Detta hänger samman med att majoriteten av befolkningen använder Google generellt sett (97% – se *diagram 2.10a*).
- Det finns dock åldersskillnader i användningen av AI-tjänster respektive AI-översikter. Unga födda på 2000-talet, särskiljer sig från äldre, genom att fler istället använder AI-tjänster än AI-översikter.
- Bland födda på 1900-talet är det fler som använder AI-översikter än AI-tjänster och skillnaden är som störst bland 50- och 60-talister, och minst bland 90-talister.
- Det är likvärdigt mellan hur många män som kvinnor som använder AI-tjänster, däremot är det fler kvinnor än män som använder Googles AI-översikter.
- Ser vi till de som ENDAST har använt antingen den ena eller den andra är det nästan dubbelt så många som endast använt AI-översikter (19%) än endast AI-tjänster (10%). Även här sticker personer födda på 2000-talet ut genom att istället i högre grad ha använt endast AI-tjänster (14%), jämfört med endast AI-översikter (9%).
- Det är 52 procent av svenskarna som har använt BÅDE AI-tjänster OCH AI-översikter.\*
- Sammantaget är det 81 procent som har använt AI totalt sett, alltså som har använt antingen AI-tjänster eller AI-översikter. Denna totala AI-användning ska vi nu titta vidare på i *diagram 2.14*.

## Drygt 8 av 10 svenskar har använt AI-tjänster eller AI-översikter år 2026

Fråga – AI-TJÄNSTER: Om du bortser från AI-genererade sökresultat från sökmotorer, vilka av följande AI-tjänster har du använt de senaste 12 månaderna?

Fråga – AI-ÖVERSIKTER: I sökresultatet på Google visas numera AI-översikter, alltså ett AI-genererat svar på din sökning. Brukar du ta del av/läsa dessa AI-översikter?

### ANVÄNT AI-TJÄNSTER/AI-ÖVERSIKTER ÅR 2026

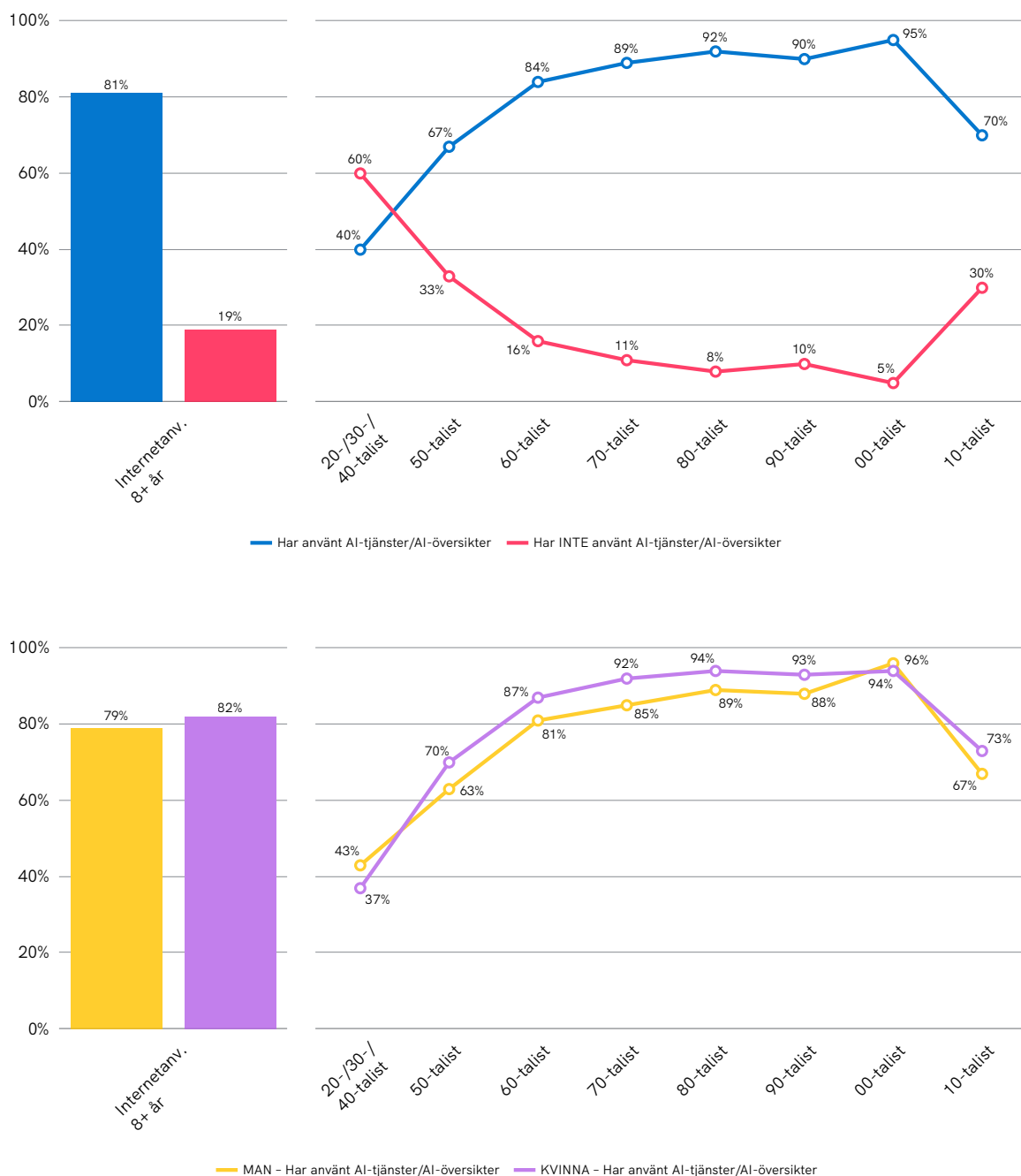


Diagram 2.14a-b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

### Hur ser den totala AI-användningen ut, alltså de som använder antingen AI-tjänster eller AI-översikter?

- Drygt 8 av 10 svenskar har använt AI-tjänster eller AI-översikter. Det innebär att det endast är var femte svensk som inte använt AI i någon av dessa former år 2026.
- I den totala AI-användningen leder kvinnorna över männen. Det är alltså fler kvinnor än män som har använt antingen AI-tjänster eller AI-översikter.
- Den totala AI-användningen är som högst bland 00-talister. Det är hela 95 procent av 00-talisterna som använder AI totalt sett, och användningen är ungefär jämnstor mellan män och kvinnor.
- Även bland 70-, 80- och 90-talister är den totala AI-användningen hög – runt 9 av 10 har använt antingen AI-tjänster eller AI-översikter.
- Bland pensionärer är den totala AI-användningen som lägst. Dock är det ändå en bra bit över hälften (56%) av de internetanvändande pensionärerna som använder antingen AI-tjänster eller AI-översikter.\*
- I den totala AI-användningen halkar även 10-talisterna efter något, främst för att de inte är så stora användare av AI-översikter i Google som befolkningen i stort. Mer om detta finns att läsa i [\*Barn och ungdomars användning av AI\*](#).

### Kan man vara AI-användare på andra sätt än via AI-tjänster och AI-översikter?

Ja, ju mer AI-teknik integreras i vardagliga digitala tjänster, desto svårare blir det att dra en tydlig gräns för vad som är "AI-användning". Några kan uppfatta sig som AI-användare i situationer där andra inte gör det.

Många tjänster och enheter idag använder olika typer av AI-teknik i bakgrunden. Exempel på detta är navigationsappar som föreslår rutter, strömmande video- och musiktjänster som använder AI för att rekommendera innehåll och ordbehandlingsprogram som använder AI för att översätta och ge korrekturförslag. Smarta mobiltelefoner använder AI till exempel för att förbättra kamerans bilder och för ansiktsgenkänning. Röstassistenter som Siri och Google Assistent använder AI, liksom robotdammsugare, olika typer av smarta hemsystem och mycket annat.



# AI för jobb, studier och privat bruk

## – I vilket syfte använder vi AI?

### Den privata användningen av AI skjuter i höjden

Fråga: I vilket eller vilka sammanhang har du använt AI?

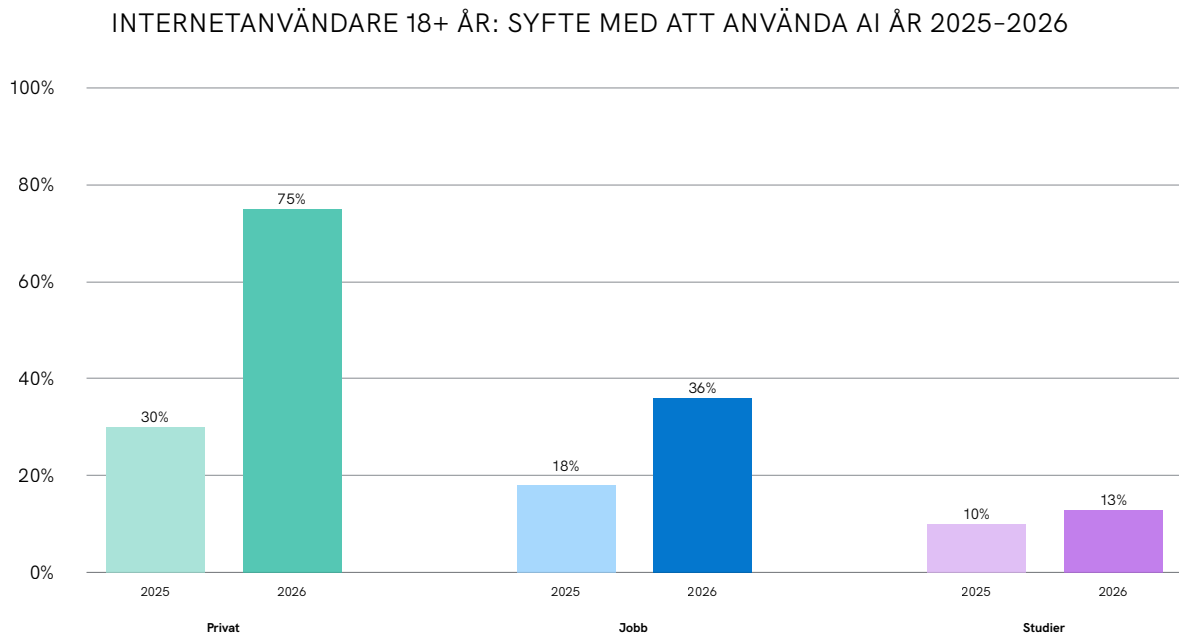


Diagram 2.15, Bas: Internetanvändare 18+ år, År 2025–2026 (Studie 1)

### I vilket syfte använder svenskarna AI?

Frågan avser den totala användningen av AI, alltså oavsett om man har använt AI-tjänster som ChatGPT och Copilot, eller AI-översikter i Googles sökresultat. När undersökningen genomfördes år 2025 var inte AI-översikter i Googles sökresultat lanserade och frågan avsåg därför endast AI-tjänster. Detta har påverkan på jämförelser över tid. Läs gärna mer om detta i [AI-tjänster och AI-översikter – Jämförelse och total användning: Vilka är AI-användare år 2026?](#)

Användningen av AI ökar stort mellan år 2025–2026 (se [diagram 2.3c](#)). Det innebär att AI-användningen ökar såväl för privat bruk som för jobb och studier. I år använder 3 av 4 svenskar som är 18 år eller äldre AI för privat bruk, mer än var tredje använder AI för sitt jobb och mer än var tionde för studier.

Användningen är jämnstor mellan män och kvinnor både för privat bruk och i jobbsyfte. Däremot är det något fler kvinnor än män som använder AI i sina studier.\* Det kan hänga samman med att det är [något fler kvinnor än män som studerar enligt statistik från SCB](#).

Ökningen är som störst för privat bruk där AI-användningen långt mer än dubblerats. Det hänger dels samman med att alla svenskar har möjlighet att använda AI för privat bruk, jämfört med att alla inte arbetar eller studerar. Men också att AI-landskapet i år breddats till att avse [både](#) AI-tjänster och AI-översikter.

Användningen av AI i jobbsyfte har också dubblerats i befolkningen under det senaste året. Mer om de förvärvsarbetande finns att läsa under [\*diagram 2.17\*](#).

Användningen av AI i studiesyfte har endast ökat något i befolkningen i sin helhet. Sett till enbart studerande är dock ökningen för AI i studiesyfte större mellan år 2025–2026. Läs mer om de studerande under [\*diagram 2.16\*](#).

## Mer än 8 av 10 studerande har använt AI i sina studier

Fråga: I vilket eller vilka sammanhang har du använt AI?

### STUDERANDE: ANVÄNT AI I SINA STUDIER ÅR 2025–2026

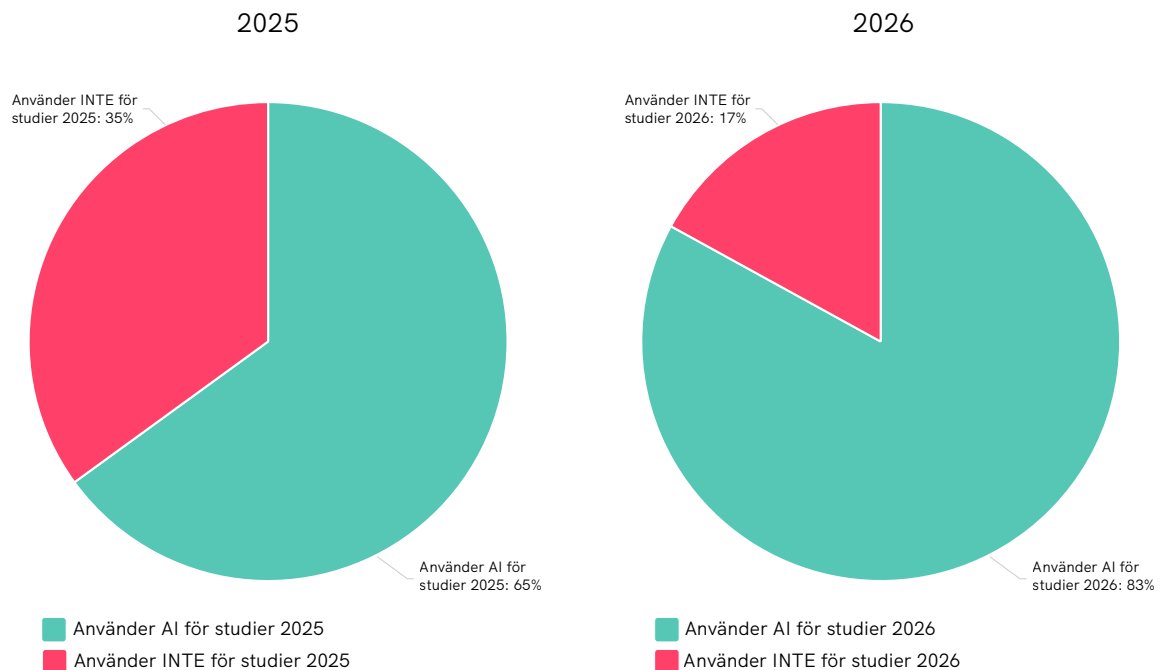


Diagram 2.16, Bas: Studerande 18+ år, År 2025–2026 (Studie 1)

### Hur många studerande använder AI för sina studier?

Mer än 8 av 10 (83%) studerande som är 18 år eller äldre använder AI i sina studier år 2026. Det är en ökning på 18 procentenheter sedan år 2025 (65%).

Denna ökning hänger samman med att användningen av AI-tjänster har ökat markant, men också att AI-landskapet i år har breddats till att avse både AI-tjänster och AI-översikter. När undersökningen genomfördes år 2025 hade Googles AI-översikter i sökresultaten inte lanserats ännu och frågan avsåg då endast AI-tjänster. Läs gärna mer om detta i [\*AI-tjänster och AI-översikter – Jämförelse och total användning: Vilka är AI-användare år 2026?\*](#)

## Användning av AI för arbete har dubblerats mellan 2025–2026

Fråga: I vilket eller vilka sammanhang har du använt AI?

FÖRVÄRVSARBETANDE: ANVÄNT AI I SITT ARBETE ÅR 2025–2026

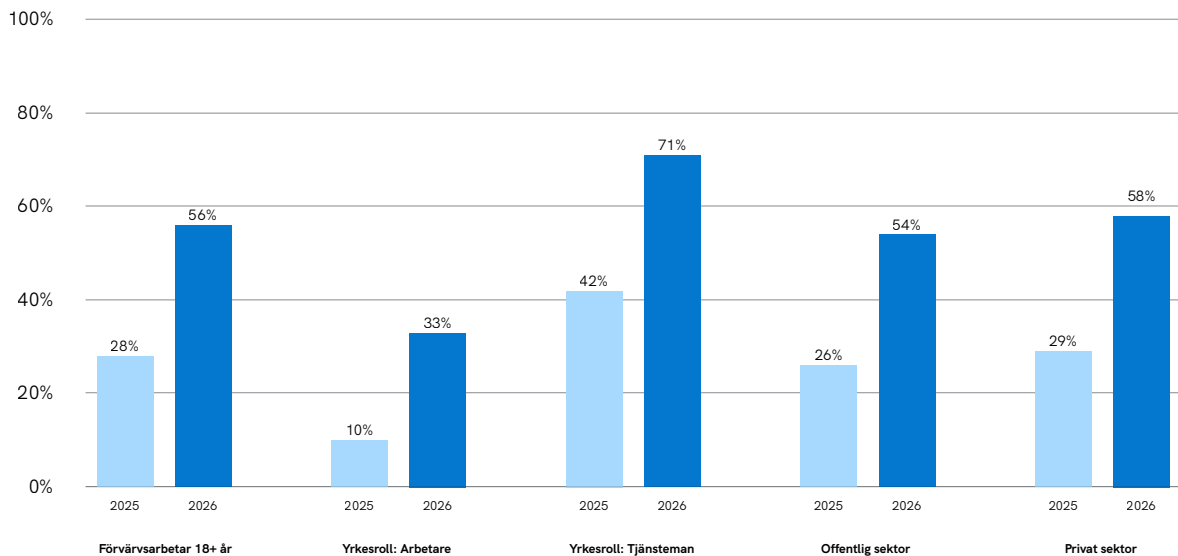


Diagram 2.17, Bas: Förvärvsarbetande 18+ år, År 2025–2026 (Studie 1)

### Hur många förvärvsarbetande använder AI i sitt arbete?

En bra bit över hälften – hela 56 procent – av de förvärvsarbetande använder AI i sitt arbete år 2026. Det är en dubbling jämfört mot år 2025.

I både offentlig och privat sektor har användningen av AI i jobbsyfte dubblerats mellan år 2025–2026. I år är det mer än hälften i båda sektorerna som använder AI i jobbet men det tenderar vara något fler i privat (58%) än i offentlig (54%) sektor.

Användningen av AI ökar även kraftigt i yrkesrollerna arbetare och tjänstemän. I år använder drygt 7 av 10 tjänstemän AI i sitt jobb och likaså var tredje arbetare.

Vad gäller män och kvinnor är det marginellt fler förvärvsarbetande kvinnor (58%) än män (55%) som har använt AI i sitt jobb år 2026.\*

Ökningen hänger samman med att användningen av AI-tjänster har ökat markant, men också att AI-landskapet i år har breddats till att avse både AI-tjänster och AI-översikter. När undersökningen genomfördes år 2025 var inte AI-översikter i Googles sökresultat lanserade och frågan avsåg då endast AI-tjänster. Läs gärna mer om detta i [AI-tjänster och AI-översikter – Jämförelse och total användning: Vilka är AI-användare år 2026?](#)

**Tips!** Vill du ta del av SCB:s statistik för AI-användningen bland svenska företag i Sverige år 2025 och se internationella jämförelser? Se då deras rapport [Artificiell intelligens i Sverige 2025](#).

## AI för jobb, studier och privat bruk

### – Får svenskar använda AI för sin arbetsgivare?

#### Fler i offentlig än privat sektor får inte använda AI-tjänster för sin arbetsgivare

Fråga: Tillåter din arbetsgivare att du använder AI-tjänster i din yrkesroll?

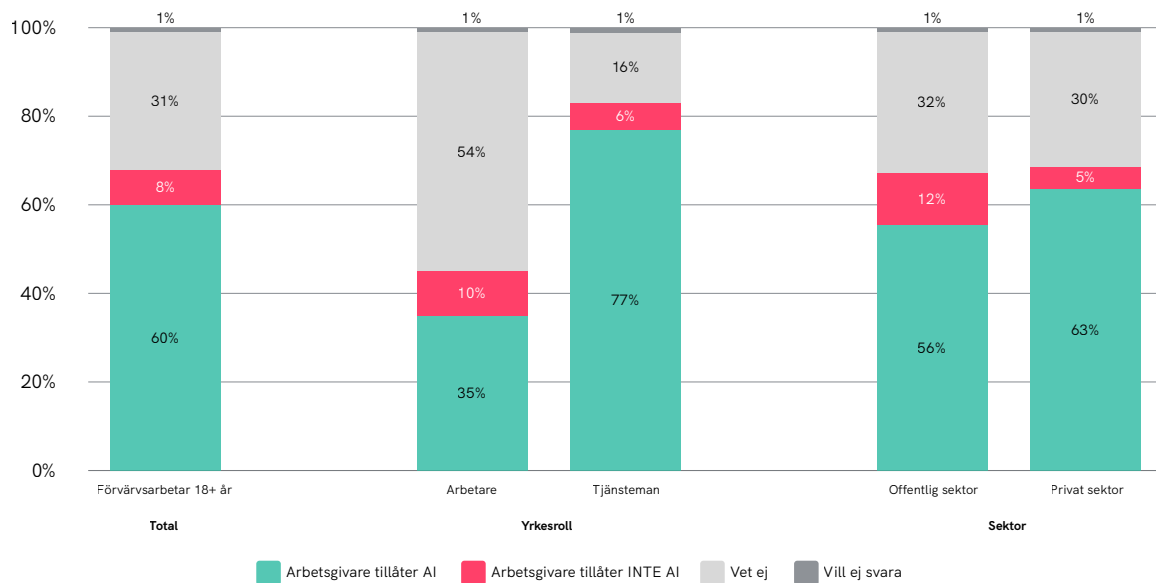


Diagram 2.18, Bas: Förvärvsarbetare 18+ år, År 2026 (Studie 1)

#### Hur många får använda AI-tjänster i sitt jobb för sin arbetsgivare?

Vi har frågat de förvärvsarbetande som är 18 år eller äldre om deras arbetsgivare tillåter dem att använda specifika AI-tjänster som exempelvis ChatGPT och Copilot för deras arbete.

- Merparten – 6 av 10 – av de förvärvsarbetande har arbetsgivare som tillåter dem att använda AI-tjänster i sin yrkesroll. Drygt 3 av 10 vet dock inte om de får använda AI-tjänster eller ej. Nästan 1 av 10 har arbetsgivare som inte tillåter AI-tjänster.
- Tjänstemännen är de som har störst kännedom om de får använda AI-tjänster för sin arbetsgivare eller inte och nära 8 av 10 tjänstemän uppger att de får det. Endast 6 procent av tjänstemännen svarar att de inte tillåts använda AI-tjänster för sin arbetsgivare.
- De som i sin yrkesroll är arbetare har lägst kännedom om de får använda AI-tjänster för sin arbetsgivare eller inte. Mer än hälften uppger att de inte vet, en dryg tredjedel att de får och var tionde att de inte får använda AI-tjänster för sin arbetsgivare.

- I offentlig och privat sektor är kännedomen om arbetsgivaren tillåter AI-tjänster eller inte ungefär likvärdig. Det är dock mer än dubbelt så många i offentlig sektor (12%) än privat sektor (5%) som inte får använda AI-tjänster för sin arbetsgivare. Det kan hänga samman med att i offentlig sektor hanteras ofta personuppgifter som kräver sekretess.
- Lika många män som kvinnor tillåts använda AI-tjänster för sin arbetsgivare.\*
- Något fler yngre än äldre förvärvsarbetande har koll på om de får använda AI-tjänster eller inte för sin arbetsgivare.\*
- Av de som tillåts använda AI-tjänster för sin arbetsgivare är det 8 av 10 som gör det och alltså 2 av 10 som avstår.\*
- Var femte som inte vet om de får använda AI-tjänster eller inte i jobbet för sin arbetsgivare använder det oavsett.\*
- Av de som inte får använda AI-tjänster för sin arbetsgivare är det ändå cirka var sjätte (16%) som gör det, vilket motsvarar 1 procent av de förvärvsarbetande.\*

## “Enligt min arbetsgivare är AI varken säkert, pålitligt eller ens tillämbart”

Fråga: Berätta gärna varför din arbetsgivare inte tillåter dig att använda AI-tjänster

ORSAKER TILL ATT ARBETSGIVARE INTE TILLÅTER AI



Diagram 2.19, Bas: Arbetsgivare tillåter INTE AI-tjänster, År 2026 (Studie 1)

### Varför tillåts inte förvärvsarbetande använda AI-tjänster i sitt jobb för sin arbetsgivare?

Nära 1 av 10 av de som förvärvsarbetar uppger att de har arbetsgivare som inte tillåter dem att använda AI-tjänster i sin yrkesroll. Vi har låtit dem i fritext berätta vad skälen till detta är. I ordmolnet framgår skäl de angivit men därutöver finns en mindre andel som svarat att de inte vet varför, eller att de inte vill uppge arbetsgivarens skäl till detta. Det sistnämnda kan sannolikt kopplas till de vanligaste skälen – säkerhet och sekretess.

Enligt de förvärvsarbetande är en av de främsta anledningarna till att deras arbetsgivare inte tillåter AI-tjänster säkerhetsaspekten. Det vittnar särskilt de som arbetar i verksamheter som hanterar säkerhetsklassad eller sekretessbelagd information om – såsom myndigheter, försvar, vård och juridik. De berättar om allt från att det inte går att säkerställa hur data hanteras i externa AI-tjänster till risk för “läckor”.

Många nämner även risken med att AI-tjänster kan ge både övertygande och missvisande svar som ett skäl. Att arbetsgivaren därför förbjuder AI-tjänster för att felaktig information kan ge allvarliga konsekvenser, exempelvis inom vård och juridik.

Ett annat vanligt skäl är att varken de förvärvsarbetande eller deras arbetsgivare ser något tydligt tillämpningsområde för AI-tjänster. Det kan vara yrkesroller som har mer fysiska eller manuella arbetsuppgifter, vilket bland annat en lastbilschaufför, ett butiksbiträde och en badvärd berättar om.

Vissa arbetsgivare upplever också att de saknar tekniska förutsättningar för att införa AI-tjänster, exempelvis på grund av äldre it-system eller att säkra lösningar ännu inte upphandlats. Arbetsgivarens attityd till teknik verkar också spela en

roll. Några berättar att de inte får använda AI-tjänster på jobbet därför att deras arbetsgivare upplevs ha en negativ inställning till ny teknik. Nu ska vi få ta del av några exempel på de förvärvsarbetandes egna ord.

**Tio svenskar om varför de inte får använda AI-tjänster för sin arbetsgivare:**

*“Jag arbetar på myndighet med mycket stark sekretess. Juridikavdelningen har gjort tolkningen att den överhängande majoriteten av mina arbetsuppgifter omfattas av sekretess, och att jag därför inte får använda AI.”*

Man, 35 år

*“Risk för läckor av känslig information. Går ej att 100% säkra att datat som delas med AI-tjänst ej delas med ett land utanför Sverige.”*

Man, 35 år

*“Inte tillräckligt säkert och ej fullt tillämplbart på mina arbetsuppgifter. Jobbar i offentlig sektor där teknikmognaden är lägre.”*

Man, 36 år

*“Som jurist måste man vara säker på att informationen är korrekt. Med AI är risken för osann och partisk information för stor. Det vet min arbetsgivare.”*

Kvinna, 38 år

*“Jag jobbar inom Försvarsmakten. Så får inte för rikets säkerhet.”*

Man, 39 år

*“Jag är läkare. Ingen AI är patientsäker.”*

Man, 39 år

*“Kan inte arbeta med en AI-generator som inte är framtaget hos min arbetsgivare eftersom det finns risk att hemlig information i sånt fall kan komma i orätta händer.”*

Kvinna, 41 år

*“För det jag gör kan inte göras eller hjälpas med AI. Det är svårt att låta ai köra lastbilar.”*

Man, 49 år

*“Vårt it system är gammalt och omodernt och min arbetsgivare är teknikfientlig.”*

Man, 55 år

*“På grund av it-säkerhet och att man ännu inte lyckats köpa in en säker lösning.”*

Kvinna, 57 år



# AI för jobb, studier och privat bruk

## - Gör AI oss effektivare?

### Varannan AI-användare anser att AI gör dem effektivare

Fråga: Anser du att AI gör dig mer effektiv, alltså att det hjälper dig att få mer gjort?

AI-ANVÄNDARE OM DE BLIR MER EFFEKTIVA AV AI ELLER EJ



Diagram 2.20a-b, Bas: AI-användare (AI-tjänster/AI-översikter) 18+ år, År 2026 (Studie 1) Resultatet är ett netto (sammanslagning) av att bli effektiv på fritiden, i jobb eller i studier – för mer information, se frågeformulär.

### Tycker AI-användarna att AI gör dem mer effektiva?

Frågan avser den totala användningen av AI, alltså oavsett om man har använt AI-tjänster som ChatGPT och Copilot, eller AI-översikter på Google. Läs gärna mer om detta i [\*AI-tjänster och AI-översikter – Jämförelse och total användning: Vilka är AI-användare år 2026?\*](#)

- Drygt hälften av AI-användarna som är 18 år eller äldre anser att de blir mer effektiva av AI. Det innebär att nästan hälften som använder AI inte tycker att AI gör dem effektiva men använder AI ändå – kanske delvis i andra syften än att bli effektiv.
- Ju yngre AI-användare, desto fler som bedömer att AI gör dem mer effektiva.
- Män upplever i något högre grad än kvinnor att AI gör dem effektiva. Det gäller i synnerhet pensionärerna där skillnaden mellan män och kvinnor är som störst. Bland unga vuxna tenderar tvärtom fler kvinnor än män att känna sig mer effektiva av AI.

**På vilka sätt blir vi mer effektiva av AI? På fritiden, i studier eller på jobbet?** Det ska vi ta reda på nu.

- [Mer effektiv av AI på fritiden/för privat bruk](#)
- [Mer effektiv av AI i studier](#)
- [Mer effektiv av AI på jobbet](#)

## Fler män än kvinnor känner att AI effektiviserar deras privatliv

Fråga: Anser du att AI gör dig mer effektiv, alltså att det hjälper dig att få mer gjort?

Svar: I mitt privatliv/på fritiden

### AI-ANVÄNDARE: OM DE BLIR MER EFFEKTIVA AV AI I PRIVATLIVET

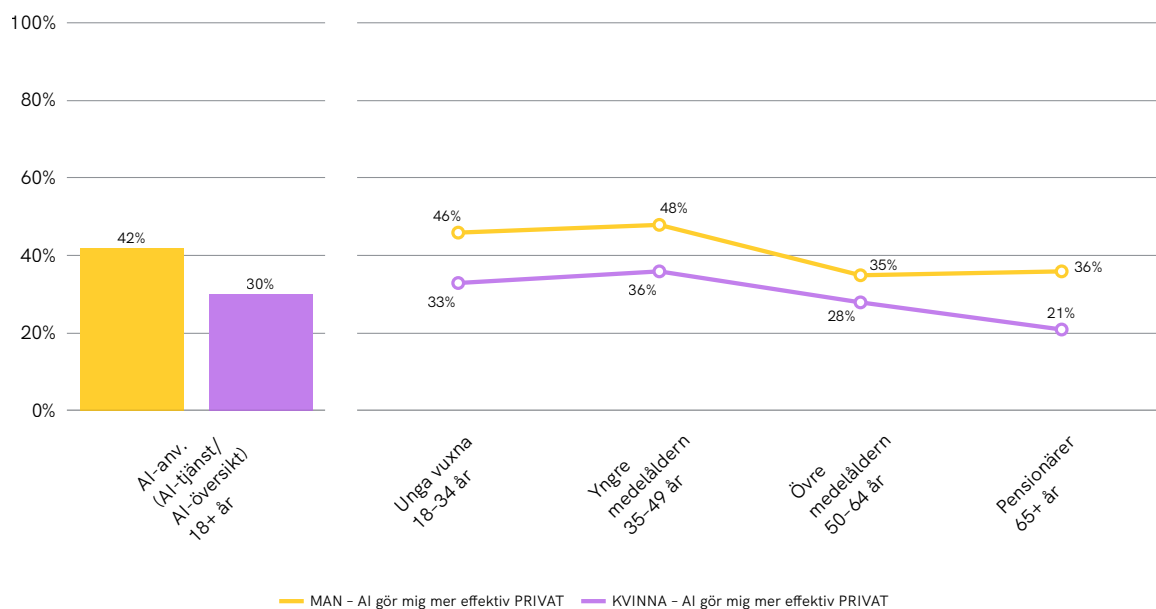
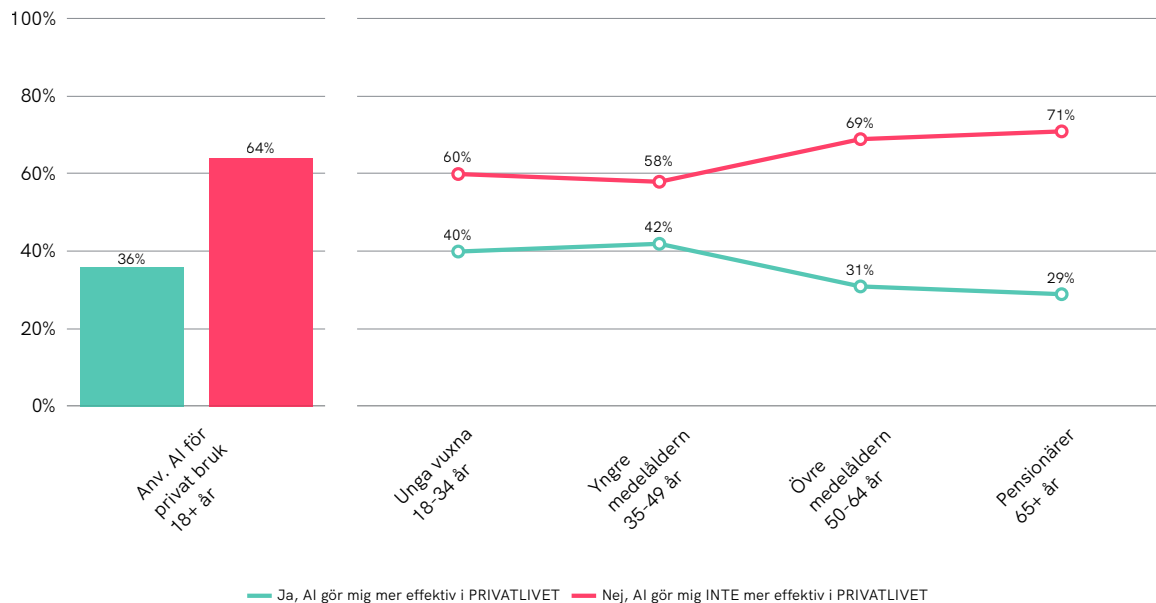


Diagram 2.21a-b, Bas: Använder AI (AI-tjänster/AI-översikter) för privat bruk 18+ år, År 2026 (Studie 1)

### Hur många AI-användare tycker att AI gör dem mer effektiva i privatlivet?

- Mer än var tredje som använder AI för privat bruk (18+ år) anser att AI gör dem effektivare. Det innebär att uppemot 2 av 3 som använder AI inte tycker att AI gör dem effektiva på fritiden.
- Det är framför allt AI-användarna under 50 år som anser att AI gör dem mer effektiva.
- Betydligt fler män än kvinnor upplever att de blir mer effektiva med AI på fritiden. Det gäller oavsett ålder.

### Hur blir svenskar mer effektiva av AI i sitt privatliv?

År 2025 ställde vi frågan om vad som är den största upplevda nyttan med AI. Svaren visade att AI i vardagen inte alltid används för att få mer gjort, utan också för andra syften. Samtidigt ger svaren en bild av vilka användningsområden som får AI-användare att känna sig mer effektiva på fritiden. Som att de exempelvis såg stor nytta med att kunna använda AI för planering i vardagen så som måltider, resor och träningsscheman.

I privatlivet ansågs annars en av de största vinsterna med AI vara nya insikter i allt från samhällskonflikter, historiska skeenden, filosofiska eller religiösa fenomen, till mer praktiska frågor om exempelvis sin egen hälsa och välmående.

En annan fördel med AI på fritiden var kreativa nöjen som att skapa roligt innehåll på sociala medier, redigera bilder, få inspiration till matlagning eller att generera godnattsagor och quiz.

Du hittar en mer omfattande beskrivning av svenskarnas upplevda nytta med AI i privatlivet och exempel på vad de svarat i *Svenskarna och internet 2025: Privat – största nyttan med AI-verktyg*.

## Majoriteten av de som använder AI i sina studier anser att AI effektiviserar studiearbetet

Fråga: Anser du att AI gör dig mer effektiv, alltså att det hjälper dig att få mer gjort?

Svar: Ja, i mina studier

STUDERANDE AI-ANVÄNDARE: OM AI EFFEKTIVISERAR STUDIERNÄ

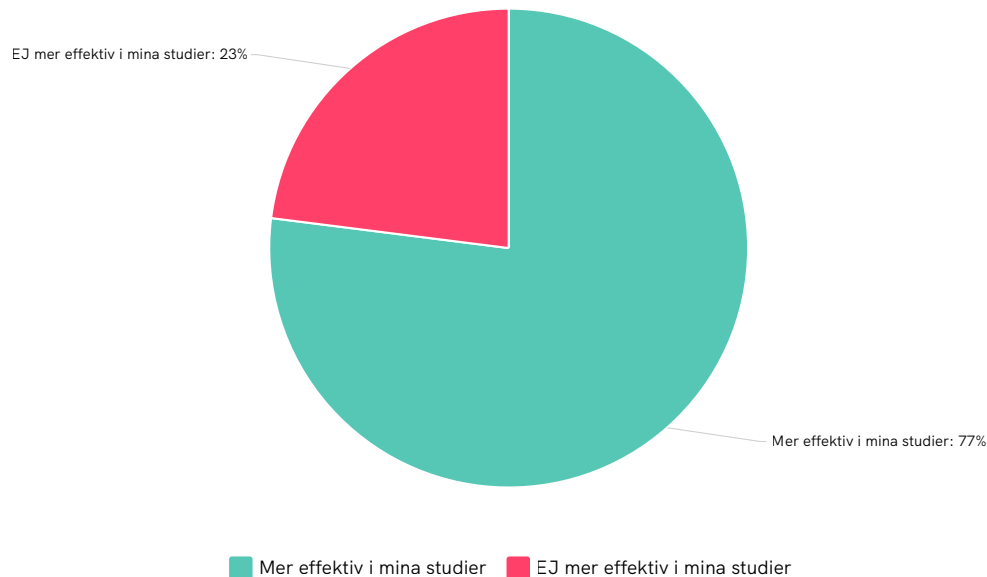


Diagram 2.22a, Bas: Använder AI (AI-tjänster/AI-översikter) i sina studier 18+ år, År 2026 (Studie 1)

Fråga: Berätta gärna mer om varför AI inte får dig att känna dig mer effektiv i dina studier?

ORSAKER TILL ATT AI INTE EFFEKTIVISERAR STUDIER

För uppenbart  
För opålitligt  
Fusk  
För tillrättalagt  
Dubbelarbete  
För generiskt  
För substanslöst  
För distraherande

Diagram 2.22b, Bas: EJ mer effektiv av AI i sina studier 18+ år, År 2026 (Studie 1)

### Hur många studerande som använder AI i sitt studieliv tycker att AI effektiviserar deras studier?

- Hela 77 procent av de som studerar (18+ år) och har använt AI i sina studier anser att AI effektiviserar deras studiearbete. Det innebär samtidigt att nästan var fjärde som använder AI i sina studier inte upplever att AI gör dem mer effektiva studiemässigt.
- Det är lika många män som kvinnor som använder AI i sina studier som anser att AI gör dem mer effektiva.\*

### Hur blir studerande mer effektiva av AI i sina studier?

År 2025 ställde vi frågan om den största upplevda nyttan med AI vilket bland de studerande till stor del täckte in effektiviserande aktiviteter. Den största upplevda nytta med AI i studier var att AI snabbt kan sammanfatta långa artiklar, forskningsrapporter eller kursmaterial vilket kunde frigöra tid åt det faktiska lärandet.

De studerande värdesatte också AI:s förmåga att förklara och ge precisa svar som kunde ge en djupare förståelse. Därtill uppskattade de AI:s förmåga att skapa instuderingsfrågor, hjälpa till med problemlösning och ge tips på minnestekniker för att kunskapen ska fästa.

Du hittar en mer omfattande beskrivning av de studerandes upplevda nytta med AI i sina studier och exempel på vad de svarat i *Svenskarna och internet 2025: Vilken är den största nyttan med att använda AI-verktyg i studielivet?*

### Varför upplever vissa studerande att de inte blir mer effektiva av AI i sina studier?

Nära var fjärde studerande (18+ år) som använder AI i sina studier upplever inte att de blir mer effektiva av AI. Vi har låtit dessa studerande i fritext berätta varför.

Det vanligaste svaret är att det blir för mycket dubbelarbete. De känner att de behöver dubbelkolla "allt som AI svarar eller producerar" för att säkerställa att det är korrekt. Att AI är för opålitligt och att deras erfarenhet är att det "stjäl mer tid" att använda AI än att göra något själv "från scratch".

De studerande menar också att AI:s texter är "för generiska" och beskriver dem bland annat som för tillrättalagda, substanslösa, livlösa och hjärndödande. Flera påtalar att AI-texter behöver skrivas om vilket tar mer tid än att skapa dem själva. Några poängterar också att de lär sig bättre när de själva skapar sina texter.

Andra flaggar upp att det är för uppenbart att material är AI-producerat, vilket lärare och fakultet upptäcker i sin granskning och det gör AI meningslöst att använda i studierna. Vissa tillägger också att det är fusk.

AI kan också vara distraherande. Att användningen av AI stör koncentrationen och att det är för lätt att komma in på "sidospår i AI-chatten". Därför upplever man att AI inte effektiviserar studierna.

Nu ska vi få ta del av exempel på de studerandes egna röster om varför de inte upplever sig bli mer effektiva av AI i sina studier.

### Tio studerande om varför de inte blir mer effektiva av AI i sina studier:

*"Svaren är väldigt tillrättalagda. De ser bra ut på ytan men är egentligen bara ordnonsens utan substans."*

Man, 18 år

*“AI är anspråksfull, för entusiastisk, splittrar uppmärksamheten med förnumstiga kommentarer och ledande förslag. AI kan verka störande på koncentrationen och är därför inte bra vid mina studier. Också mycket tidskrävande att hålla fast en kritisk blick för felgrepp som kan vara rätt härresande.”*

Man, 19 år

*“För att man kan aldrig lita på att informationen man får av AI är sann. Därför kan man bara ställa frågor man redan vet svaret till, eller så måste man ändå kolla upp svaret utan AI.”*

Man, 22 år

*“För generiska svar som lärare direkt kan se är ai. Bättre att göra själv. Går fortare än att behöva dubbelkolla och lär mig nog bättre.”*

Kvinna, 22 år

*“Kan inte lita på svar från AI, måste ändå kolla upp. Ett exempel är en kemifråga. Rättade chatgpt 4 gånger och ändå blev svaret tokigt.”*

Kvinna, 23 år

*“Går inte att använda i studierna då alla högskolor och universitet granskar om man använt ai stenhårt. Kan snarare skada än hjälpa.”*

Man, 25 år

*“Jag kan lika gärna kolla infon på trovärdiga hemsidor istället för att läsa AI-sammanfattningar. Det är också hemskt hur många studenter som använder AI som fusk och det är jag emot.”*

Kvinna, 28 år

*“Problemet är att jag blir distraherad. Börjar skriva och fråga om andra saker. Men den är super att använda för att planera upp studier.”*

Man, 30 år

*“Dubbelarbete med att skriva om Ais hjärndödande tråkiga texter utan liv.”*

Kvinna, 32 år

*“AI skriver inte utifrån sanningen utan ifrån sannolikhet. Då funkar inte AI som verktyg. Jag måste dubbelkolla ALLT!”*

Man, 45 år

## Merparten av de som använder AI i sin yrkesroll anser att AI effektiviserar deras arbete

Fråga: Anser du att AI gör dig mer effektiv, alltså att det hjälper dig att få mer gjort?

Svar: Ja, i min yrkesroll

### FÖRVÄRVSARBETANDE AI-ANVÄNDARE: OM AI EFFEKTIVISERAR DERAS ARBETE

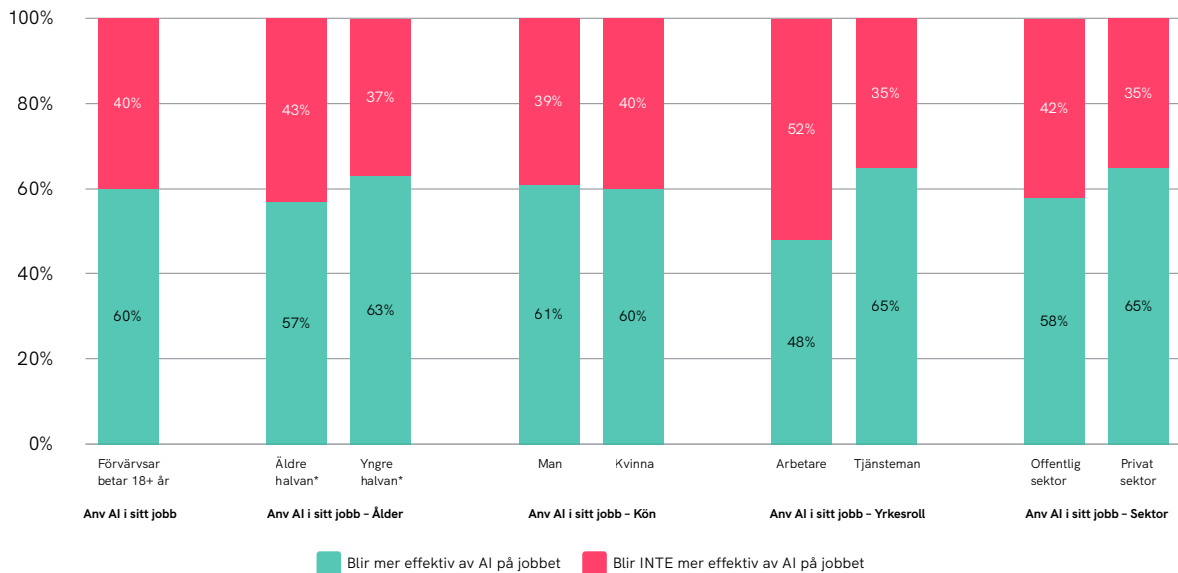


Diagram 2.23a, Bas: Använder AI (AI-tjänster/AI-översikter) i sitt jobb 18+ år, År 2026 (Studie 1)

\*) ÄLDRE halvan av befolkningen = födda på 20-70-talet /

YNGRE halvan av befolkningen = födda på 80-10-talet

Fråga: Berätta gärna mer om varför AI inte får dig att känna dig mer effektiv på jobbet?

### ORSAKER TILL ATT INTE BLI EFFEKTIVARE I JOBBET

Tappar egna färdigheter  
För få tillämpningsområden  
Hallucinerar **Opålitlig** För lite erfarenhet  
Kräver förkunskap  
Lögnar Känner teknikstress Ordbajsar bara För mycket slop  
**Dubbelarbete**  
Överkomplicerar Tidskrävande att prompta Feltolkar Tidstjuv  
Förlänger texter **Kontroller**  
För osäkert  
För generiskt språk

Diagram 2.23b, Bas: EJ mer effektiv av AI på jobbet, År 2026 (Studie 1)



## Hur många förvärvsarbetande som använder AI i sin yrkesroll tycker att AI effektiviserar deras jobb?

- Merparten, 6 av 10, av de som använder AI i sin yrkesroll anser att de blir mer effektiva med AI i sitt jobb. Det innebär samtidigt att det är 4 av 10 förvärvsarbetande som använder AI i sitt jobb som inte upplever att de blir mer effektiva jobbmässigt, men som använder AI för jobb ändå.
- Det är betydligt fler AI-användande tjänstemän än arbetare som känner sig mer effektiva av att använda AI i sin yrkesroll.
- Fler i privat sektor känner sig mer effektiva av AI på jobbet än de i offentlig sektor.
- Det är fler yngre förvärvsarbetande som känner att de blir mer effektiva av AI i sitt jobb, jämfört med äldre förvärvsarbetande födda på 70-talet eller tidigare.
- Det är lika många män som kvinnor som använder AI i sina yrkesroller som anser att AI gör dem mer effektiva.

## Hur blir förvärvsarbetande mer effektiva av AI på jobbet?

År 2025 ställde vi frågan om den största upplevda nyttan med AI och svaren från de förvärvsarbetande sammanfattar väl hur AI kan få dem att bli mer effektiva.

De förvärvsarbetande nämnde rent konkret att de såg stor nytta med att AI kunde hjälpa dem att komma igång, öka produktiviteten och "få mycket mer gjort".

Den största fördelen var att AI snabbt kan sammanfatta och hitta relevant information i rapporter eller stora datamängder. De förvärvsarbetande uppskattade också att kunna bearbeta arbetsmaterial i AI som omformuleringar, översättningar eller felsökningar. Eller att generera nytt innehåll som protokoll, illustrationer, presentationer, e-postmeddelanden, programmeringskod eller undervisningsmaterial.

Du hittar en mer omfattande beskrivning av de förvärvsarbetandes upplevda nytta med AI i arbetslivet och exempel på vad de svarat i *Svenskarna och internet 2025: Vilken är den största nyttan med att använda AI-verktyg i arbetslivet?*

## Varför upplever vissa förvärvsarbetande att de inte blir mer effektiva av AI i sitt jobb?

2 av 5 förvärvsarbetande som använder AI i sin yrkesroll upplever inte att de blir mer effektiva av AI. Vi har låtit dem i fritext berätta varför.

Det allra vanligaste svaret från de förvärvsarbetande är att AI ger dem dubbelarbete. Alltså att AI ger mer arbetsbörda, inte mindre. De berättar att de behöver dubbelkolla den fakta AI ger i sina svar och "leta källor". Likaså behöver texterna och scripten som AI producerar "lulas och testas".

Många påpekar att AI är opålitligt och hallucinerar fram svar. Det upplevs ge "mer stjälp än hjälp" och gör att felrisken i deras arbete blir för hög. Den till synes "välpaketerade AI-utputten" kan upplevas se bra ut vid första anblick men vid närmare granskning inte visa sig stämma.

AI-genererade texter kan uppfattas som både för generiska och för långa då AI uppfattas ha svårt att vara kort och kärnfull "hur man än promptar". De förvärvsarbetande påpekar att utfyllnadsord, långa meningar, upprepningar och feltolkningar av AI gör att "allt måste skrivas om" eller gör texterna "helt oanvändbara".

Vissa tycker sig direkt se om en text är AI-genererad och uttrycker sig i mindre positiva ordalag om detta. Exempelvis att det "stinker AI om texterna" eller att de som publicerar AI-texter framstår som "töntar".

Några upplever också att om deras kollegor levererar AI-genererade texter, exempelvis protokoll eller projektunderlag, så blir det en tidstjuv för dem då det ofta är "svårläst och innehåller fel".

Att kontrollera och efterbearbeta texter tar enligt vissa mer tid än att göra det själv från grunden. Även att skriva prompter och träna AI-agenter upplevs för tidskrävande för att kunna effektivisera arbetet.

En del känner också att AI har för få tillämpningsområden i deras arbete. De kan exempelvis använda AI för hjälp med formuleringar men utöver det inte se några andra områden som AI kan hjälpa dem med.

Vissa menar också att de skulle behöva en utbildning i hur de ska prompta och använda AI i sitt jobb för att bli effektiva. Att de saknar erfarenhet och "kan för lite". Några uttrycker också att de känner en "teknikstress" och press från arbetsgivare och omvärld att behöva lära sig och effektivisera sitt arbete med AI.

Det finns också förvärvsarbetande som berättar att de känner sig ineffektiva av AI för att de själva tappar kunskaper och färdigheter genom att låta AI göra jobbet åt dem. Att de blir fördummade och i långa loppet mer ineffektiva "som människor".

Det är mer vanligt bland kvinnor än män att tala om kunskapstapp och erfarenhetsbrister. I övrigt är det ingen större skillnad i svaren mellan de förvärvsarbetande männen och kvinnorna i olika åldrar. Det är inte heller några direkta skillnader mellan de som arbetar i privat eller offentlig sektor. Mellan de som i sina yrkesroller är tjänstemän eller arbetare tenderar den enda tydliga skillnaden vara att arbetare i högre grad – och föga förvånande – nämner att det finns för få tillämpningsområden för AI i deras arbete.

Nu ska vi ta del av exempel på deras fritextsvar fördelade enligt följande kategorier.

### **Skäl till att förvärvsarbetande INTE känner att AI effektiviserar deras arbete:**

- AI innebär **dubbelarbete**
- AI är **opålitligt**
- AI ger **för generiska texter**
- AI ger **för långa texter**
- AI är **för tidskrävande att prompta**
- AI har **för få tillämpningsområden**
- AI kräver **mer erfarenhet och kunskap**
- AI gör oss ineffektiva för att vi **tappar kunskap och färdigheter**
- **Andras AI-genereringar** är en tidstjuv

### **AI innebär dubbelarbete**

*“Den dagen det inte behöver korskontrolleras är det effektivt. Nu är ai mer dubbeljobb.”*

Kvinna, 32 år

*“Det är ett enormt merjobb att dubbelkolla allt. Den kan inte göra arbetsuppgifterna som jag tycker är tråkiga, bara de jag vill göra själv.”*

Kvinna, 36 år

*“Jag använder det ibland för att kolla upp saker, men då måste jag ändå dubbelkolla att det stämmer. Jag använder det inte, iaf inte än, till att automatisera rutinuppgifter.”*

Man, 38 år

*“Dubbelarbete! Det tar tid att vara källkritisk “åt någon annan”. Om jag själv hämtat information, kan jag direkt bedöma vem som är upphovet till den.”*

Kvinna, 45 år

*“AI producerar alltför mycket sopor. Tiden att kontrollera och/eller justera AI:s svar tar längre tid än att åstadkomma samma sak på annat sätt.”*

Man, 50 år

### **AI är opålitligt**

*“Svaren är sällan användbara och det tar för lång tid att leta genom all slop för att hitta något som duger. Eftersom jag upptäckt att de analyser AI gör baserat på mina sakfrågor ofta är felaktiga, så måste jag ändå gå in och dubbelkolla allt. Alldeles för lätt att bli lurad om man inte lägger extra tid på att kontrollera.”*

Man, 24 år

*“För att AI hallucinerar och man ändå måste dubbelkolla svaren man får. De lösningsförslag som gavs från AI:n fungerade dessutom inte i praktiken. Det blev effektivare att lära sig om ämnet i grunden istället för att förlita sig på svaret från AI:n. Alltså mer stjälp än hjälp.”*

Kvinna, 32 år

*“Den är opålitlig. Den kan skriva små snabba python scripts oftast men även de måste man ju dubbelkolla då den överkomplicerar saker. Så använder de mest som en bas. Men skulle inte säga att de egentligen effektiviserar nått.”*

Man, 34 år

### **AI ger för generiska texter**

*“Vid första anblick ser en AI-analys bra ut. Nästan wow! Sen vid noggrannare titt så ser man flera feltolkningar och generisk text med massa utfyllnadsord utan en gnutta kärnfullhet och känsla. Att göra om tar mer tid än att skapa eget rätt från början.”*

Man, 42 år

*“För att det inte hjälper alls. Det framgår klart när en text är AI-genererad och man framstår som en TÖNT för att man använder det eller postar online. LinkedIn är ett lysande exempel på AI-kompost och generisk gyttja.”*

Man, 50 år

*“För generiska oanvändbara svar! Det stinker AI om texter den producerar! Helt oanvändbart!”*

Man, 53 år

### **AI ger för långa texter**

*“Jag har främst använt AI som språkkontroll vid rapporter. Då ber jag AI om förslag till förbättringar men jag upplever ibland att den gärna ger läääängre stycken och för många förslag som jag behöver sälla i. Det tror jag inte har effektiviserat mitt arbete avsevärt mycket än om jag själv hade googlat synonymer osv.”*

Man, 33 år

*“Hur man än promptar kan AI aldrig vara kort och kärnfull utan fyller ut med en massa meningslösa ord. Man känner ingenting när man läser en AI-text och vid det här laget så ser man direkt när kollegorna försökt “vara effektiva”. De får bakläxa! Jag reagerar ffa på ord som “centralt” och “en central roll” som tycks vara modeord för Chatgpt.”*

Kvinna, 35 år

### **AI är för tidskrävande att prompta**

*“Spenderar mer tid på att lista ut hur jag ska formulera mina prompter än det tar mig att leta fram informationen själv.”*

Kvinna, 29 år

*“Tiden det tar mig att träna upp en agent med promptar till en nivå där jag anser att de svar jag får är effektiva nog att inte behöva dubbelkollas av mig (och de behöver ändå oftast skrivas om) är längre än den tid det tar mig att fixa saker själv.”*

Man, 42 år

*“Satt och promptade i över en timme med att försöka få en färdig dagordning i PP med bilder och på svenska innan jag gav upp. Hade tagit mig fem minuter att lösa.”*

Man, 59 år

### **AI har för få tillämpningsområden**

*“Ibland underlättar AI för mig när det kommer till formulering, men inte i sådan utsträckning att det innebär någon egentlig effektivisering av mitt arbete. Finns för lite som AI kan göra och för mycket den ännu inte klarar av.”*

Man, 44 år

*“Jag använder co pilot för att fila på textformuleringar. Oftast är min egen text bättre. Ser inga andra tillämpningsområden idag.”*

Kvinna, 56 år

### **AI kräver mer erfarenhet och kunskap**

*“Främst pga att jag ännu inte fullt ut använder AI och därför inte blivit bra på att specificera vad jag behöver och vill ha ut. Vid exempelvis mötesanteckningar har jag svårt för det generiska språket som man tydligt ser är AI-genererat.”*

Kvinna, 35 år

*“Jag har inte tillräckligt med kunskap för att kunna bli effektiv eller bekväm med att använda AI i mitt jobb än.”*

Kvinna, 38 år

*“Jag är nog för dålig på att promta och så är det sällan som jag tycker att mina arbetsuppgifter underlättas av ai. Men beror på att jag är självlärd. Hade behövt en kurs...”*

Kvinna, 56 år

### **AI gör oss ineffektiva för att vi tappar kunskap och färdigheter**

*“Jag har sällan behov av ai för att skynda på mitt jobb men alla företag pushar sina anställda att använda det nu. Det gör att jag ibland måste lägga arbetstid på att prova ai fast jag inte ser hur det ska hjälpa mig i min vardag och inte känner mig inspirerad av mina egna eller andras skapelser. Gör mig ineffektiv som människa – och som medarbetare för att jag tappar mer kunskap av ai än jag lär mig. Dessutom är det dåligt för miljön vilket alla verkar glömma bort eller inte bryr sig om.”*

Kvinna, 34 år

*“Det kan kännas som det blir mer effektivt att låta någon AI formulera texter men jag är tveksam till om det verkligen hjälper i längden. Jag behöver ändå oftast efterarbета texterna. Dessutom blir jag själv sämre på att ta fram egna texter.”*

Kvinna, 40 år

*“Jag blir dummare av AI. Jag kan fixa något snabbt, men jag missar själva processen och jobbet har därmed inte satt sig som en erfarenhet i mig. Jag försöker vara tålmodig och göra saker själv. I längden förlorar arbeten mening om inget sökande kom från mig, inga initiala värderingar av källor mm. Att skriva, tänka, leta själv, prata med andra mm. OCH att sedan ha det som en förankrad kunskap inom en. Vad fan är det för liv?”*

Kvinna, 60 år

### **Andras AI-genereringar är en tidstjuv**

*“Kollegor skickar AI-anteckningar som är långa, omständliga att läsa och fulla med felaktigheter. Tar tid av oss alla att tolka. En ganska stor tidstjuv.”*

Kvinna, 54 år

*“Arbetar på en grundskola och AI gör att jag behöver granska elevernas arbeten på ett annat sätt än tidigare. Nu när de faktiskt kan komma undan med att använda AI istället för att visa sina egna färdigheter. Det är mycket tidskrävande för mig och litar inte på AI i denna typ av granskning.”*

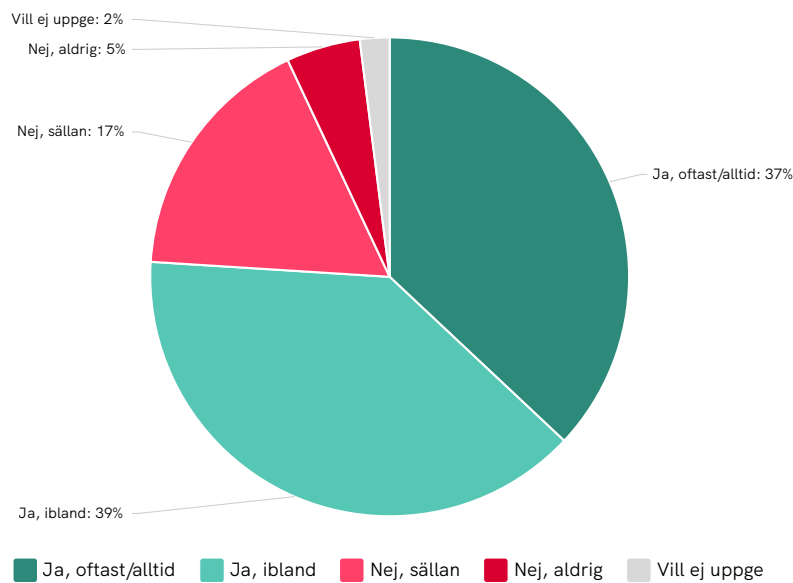
Kvinna, 61 år

## Litar vi på AI?

### Mer än var femte dubbelkollar inte om det AI-genererade svaret är korrekt

Fråga: Brukar du dubbelkolla att svaret/informationen du får från AI är korrekt?

DUBBELKOLLAR AI-GENERERADE SVAR



AI-ANV. (AI-TJÄNSTER/AI-ÖVERSIKTER) 16+ ÅR: DUBBELKOLLAR AI-GENERERADE SVAR

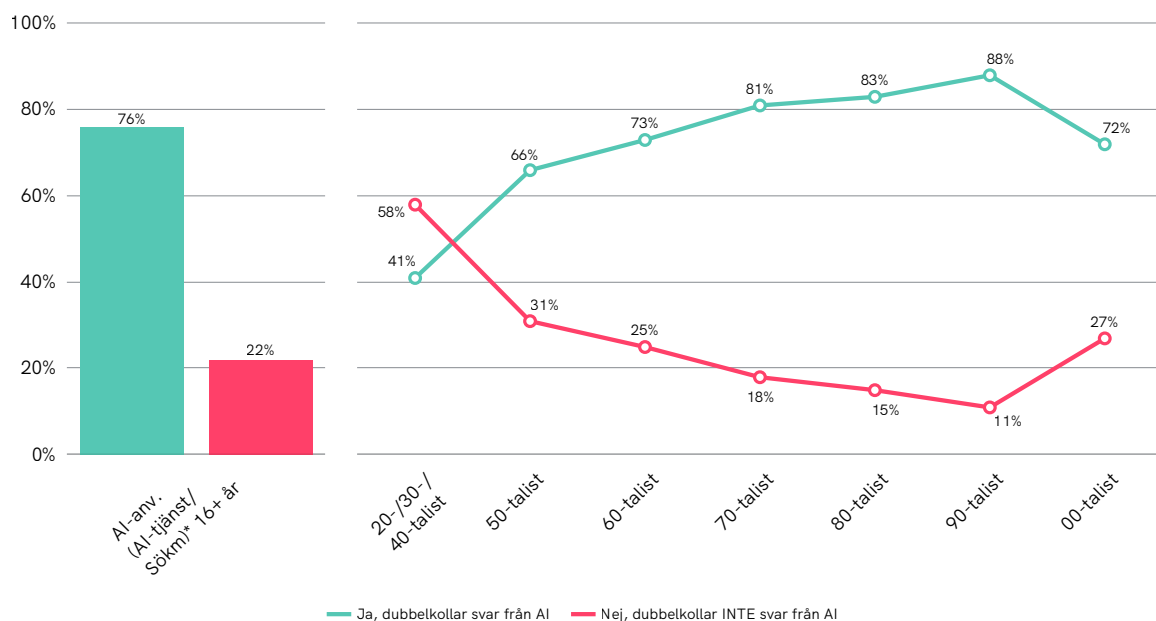


Diagram 2.24a-b, Bas: AI-användare (AI-tjänster/AI-översikter) 16+ år, År 2026 (Studie 1)

## AI-ANV. (AI-TJÄNSTER/AI-ÖVERSIKTER) 16+ ÅR: DUBBELKOLLAR AI-GENERERADE SVAR

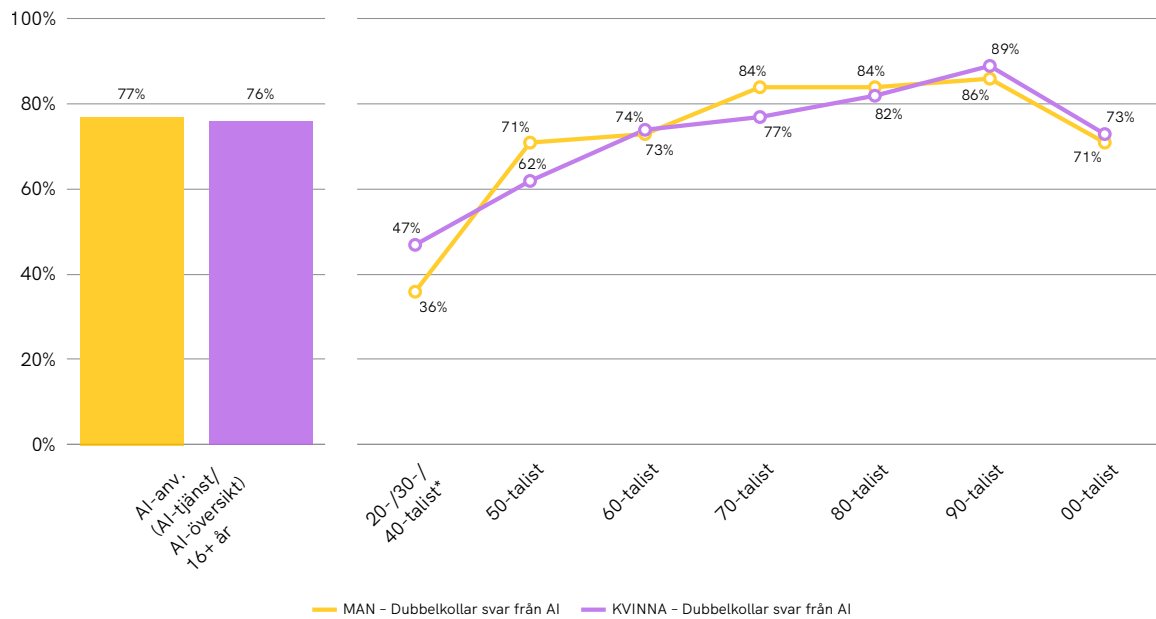


Diagram 2.24c, Bas: AI-användare (AI-tjänster/AI-översikter) 16+ år, År 2026 (Studie 1)

\*) Låg bas vilket ger högre felmarginaler

**Hur många dubbelkollar svar de får från AI?**

Majoriteten av AI-användarna (76%) som är 16 år eller äldre brukar dubbelkolla om svaret eller informationen de får från AI är korrekt. Dock är det mer än var femte (22%) som inte gör denna dubbelkontroll utan väljer att lita på AI.

Detta kan såklart vara avhängigt vilken typ av fråga man ställer AI. Vi har också ställt en fråga om hur man gör denna dubbelkontroll och i fritextsvaren framgår det att man ofta bara kontrollerar AI-svar som man anser är viktiga och att andra svar tar man lite lättare på. Läs mer om detta under [figur 2.25](#).

Frågan avser all AI-användning, alltså om man använt antingen AI-tjänster som ChatGPT och Copilot, eller Googles AI-översikter. Tittar vi på de som endast använt AI-tjänster respektive endast använt AI-översikter i Google finns inga större skillnader i svaren. Det är något fler som endast använder AI-tjänster som gör en dubbelkontroll ofta jämfört med de som endast använder AI-översikter. Samtidigt är det marginellt fler som endast använder AI-översikter som dubbelkollar AI-genererade svar totalt sett, jämfört med de som endast använder AI-tjänster.

Om man använder AI-tjänster eller AI-översikter verkar alltså inte ha någon större påverkan på hur källkritisk man är mot AI. Det finns dock ålderskillnader i dessa grupper vilket man bör ta hänsyn till vid jämförelse, se [diagram 2.13b](#).

**Vilka dubbelkollar AI-genererade svar?**

- Drygt 3 av 4 AI-användare dubbelkollar om AI-svar från AI-tjänster eller AI-översikter är korrekta, varav ungefär hälften i princip alltid gör det.
- De som i störst utsträckning kollar om det AI-genererade svaret är korrekt är 90-talisterna, där nära 9 av 10 gör denna koll.



- I den åldersgrupp där AI-användningen är som högst, alltså bland 00-talisterna, är det något färre än i befolkningen i stort som dubbelkollar sina AI-genererade svar. Endast drygt 7 av 10 av 00-talisterna gör denna kontroll.
- Lika många män som kvinnor kollar om AI-genererade svar är korrekta. Det kan dock skilja sig marginellt åt mellan olika åldersgrupper.

### Vilka "litar på" AI och dubbelkollar inte AI-genererade svar?

- Drygt var femte AI-användare (22%) brukar inte dubbelkolla AI-svar från vare sig AI-tjänster eller Googles AI-översikter.
- På befolkningsnivå är det lika många män som kvinnor som inte kollar om AI-genererade svar är korrekta.\*
- De äldsta och de yngsta AI-användarna är mindre benägna att göra denna koll.
- Det är framför allt de AI-användande pensionärerna (38%) som inte dubbelkollar AI-genererade svar och framför allt de som är äldre än 75 år (57%).\*
- Bland de AI-användande ungdomarna 16–19 år är det mer än var tredje (36%) som inte kollar om det AI-genererade svaret är korrekt, vilket är betydligt mer än genomsnittet av AI-användarna (22%).\*

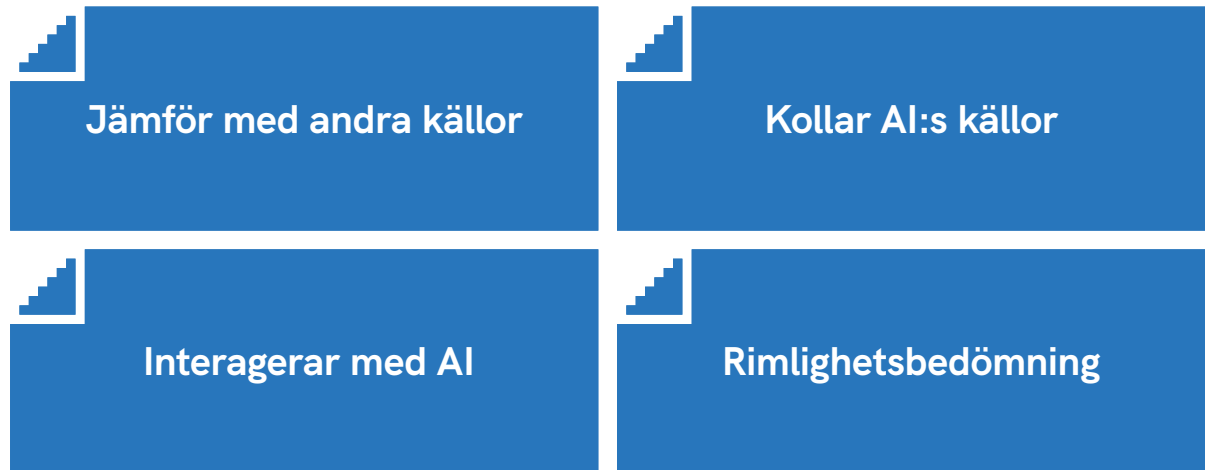
HUR dubbelkollar AI-användarna att det AI-genererade svaret är korrekt? Det ska vi ta reda på nu i [figur 2.25](#).

**Tips!** Vill du veta mer om hur du söker källkritiskt med AI? Se då artikeln *Så söker du källkritiskt med AI* på [internetkunskap.se](https://internetkunskap.se).

## “Ber AI specificera källor. Formulerar frågan annorlunda. Kollar med annan AI”

Fråga: Hur brukar du dubbelkolla att svaret/informationen du får från AI är korrekt?

### DUBBELKOLLAR AI-GENERERADE SVAR



Figur 2.25, Bas: Dubbelkollar AI-genererade svar 16+ år, År 2026 (Studie 1)

### Hur dubbelkollar svenskar att AI-genererade svar stämmer?

Vi har frågat AI-användarna hur de brukar dubbelkolla att innehållet i de AI-genererade svaren är korrekt. De har fått svara i fritext.

Det vanligaste sättet att vara källkritisk mot AI är att jämföra det AI-genererade svaret mot andra källor. Det kan exempelvis vara traditionella medier, Wikipedia, Nationalencyklopedin, 1177.se och andra myndighetssajter samt kurslitteratur och böcker generellt sett. Några nämner även forskningsrapporter eller att de rådfrågar expertis.

Många klickar också på de referenslänkar som AI ibland ger i sitt svar för att se vad ursprungskällan säger och för att verifiera att länkarna “är äkta”. Om inte länkar finns så är det många som ber AI att ange källhänvisning.

Det är alltså vanligt att man interagerar med AI i sin källgranskning. Utöver att be AI att ange sina källor så ställer man omformulerade frågor för att dubbelkolla om AI svarar annorlunda, resonerar med AI och ifrågasätter AI:s svar. Ett fåtal personer uttrycker det till och med som att de “korsförhör” AI. Några berättar också att de “medvetet testar” AI genom att ställa frågor de redan vet svaret på för att bedöma AI:s tillförlitlighet i ämnet.

Likaså är det mycket vanligt att göra en egen rimlighetsbedömning, och använda “sunt förnuft” när man granskar sina AI-svar. En del menar att de går på “magkänsla” och andra att de direkt kan se om AI-svaret ser “misstänkt ut”.

Flera berättar också att de inte kontrollerar alla AI-svar utan bara de man anser är viktiga, exempelvis kopplat till studier, arbete eller hälsovård. De AI-svar som används för att “bara få en överblick” eller liknande tar man ofta “med en nypa salt”.

Det framgår också av svaren att de som granskar information från AI-tjänster ofta "googlar informationen", eller använder andra sökmotorer för att verifiera AI-tjänstens svar. Flera berättar också att de ställer samma fråga till flera olika AI-tjänster för att jämföra svaren dem emellan.

När användarna istället granskar Googles AI-översikter skrollar de ofta vidare till övriga sökträffar och jämför resultatet. Några använder även andra sökmotorer för att kolla om Googles AI-svar stämmer.

Det finns också svar som antyder att gränsen mellan traditionell sökning och AI-tjänster håller på att suddas ut. Googles AI-översikter verkar av vissa användare fortfarande behandlas som vanliga sökresultat, medan andra granskar dem på samma sätt som svar från AI-tjänster som ChatGPT.

*"Beror på. Får jag ett AI-svar i en googling så klickar jag upp länkarna och kollar ner i flödet. Pratar jag med ChatGPT så är det mer resonemang och jag frågar vidare för att förstå och kan be att få källor."*

Kvinna, 18 år

*"Jag brukar försöka göra en korsreferens genom att klippa in en källa. Jag brukar även be om källor. Eller ställa samma fråga till flera olika AI. Kollar Googles AI-tjänst i sökmotorn på samma sätt som andra AI-tjänster för den har samma funktionaliteter idag."*

Man, 30 år

Det skiljer sig något åt mellan hur yngre och äldre AI-användare granskar sina AI-svar. Yngre testar och interagerar mer med AI medan äldre mer förlitar sig på etablerade sajter från myndigheter, uppslagsverk eller böcker. Det är också de allra äldsta som mest av alla förlitar sig på "sitt eget huvud och tänker själv".

Nu ska vi få ta del av fler exempel på AI-användarnas svar om hur de dubbelkollar svar och information från AI fördelat på ålder:

### **Ungdomar 16–19 år om att dubbelkolla AI-svar**

*"Jag försöker alltid att vara källkritisk när det kommer till AI och därför brukar jag fråga två olika botar för att jämföra svar samt att fråga efter källor. Därefter går jag in på källan och bedömer noggrant om källan är trovärdig eller ej. Desto fler källor som säger samma sak, desto trovärdigare blir källan, så brukar jag tänka."*

Kvinna, 16 år

*"Söka igen fast omformulerat, skrolla ned och kolla andra länkar och hemsidor som kommer upp, fråga en vuxen eller kompis."*

Kvinna, 16 år

*"AI's har ofta med en källa nu för tiden så då så kollar jag om dom är pålitliga. Är dom inte det så tar jag mig till google och hittar upp en källa som man kan lita på. Däremot så dubbelkollar jag bara viktiga saker, såsom hälsa mm och vad tex en dator har för specs."*

Man, 17 år

*“Jag ber AI (Chatgpt, MyAI, Googles AI i söket) att ta informationen ifrån pålitliga källor.”*

Kvinna, 18 år

*“Genom att be den ange källorna som den har fått informationen från eller genom att söka upp på Google eller Safari för att se om det finns fler källor som säger samma eller liknande saker.”*

Man, 18 år

*“Alltså beror ju på vad man frågar AI om. Vill jag ha en text korrekturläst kan jag gå på magkänsla men är det fakta så kan jag klicka på länkar som ChatGPT ger och ställa följdfrågor och ifrågasätta svaret.”*

Man, 19 år

### **Unga vuxna 20–34 år om att dubbelkolla AI-svar**

*“Genom att följa länken till källan om en finns. Om länk till källan inte finns ignorerar jag texten som jag får från AI.”*

Man, 22 år

*“Dubbelkollar AI 3 av 5 gånger. Beror också på vad för typ av information jag söker, hur noga jag tycker att det är att få 100% korrekt information. Vill jag ha en gissning eller om jag kan snabbt se att det AI-genererade svaret stämmer så nöjer jag mig med det. Använder jag AI i studierna så jag kollar upp med mina läroböcker. Eller på Wikipedia och vetenskapliga hemsidor om möjligt. Vid vårdfråga tittar jag på 1177. Om det är en nyhetshändelse tittar jag på kända nyhetskällor (ej sociala medier).”*

Kvinna, 25 år

*“Antingen genom att be generativ AI som chatgpt att källhänvisa i sina svar och dubbelkolla länkarna som den skickar, eller att hitta stöd för googles AI-sammanfattning på andra länkar dvs läsa annat innehåll också.”*

Kvinna, 28 år

*“Ber om källhänvisningar i min prompt, går direkt till dem. Använder andra sökmotorer utan AI-svar (Ecosia är mer miljövänligt).”*

Kvinna, 31 år

*“Använder främst i jobbet för att koda. Där måste det vara rätt, annars skriker verktygen jag utvecklar i. Så korrekturläsning samt testning plockar felen.”*

Man, 31 år

*“Bland annat söker jag efter andra källor och artiklar/litteratur. Ibland ifrågasätter jag AI och ber den att ge mig ett objektiva svar som inte tilltalar en viss målgrupp.”*

Kvinna, 32 år

**De i yngre medelåldern 35–49 år om att dubbelkolla AI-svar**

*“Följ AIs referenslänkar, aktivt efterfråga källor och kontrollera dessa, ställa kontrollfrågor och korsförhåra AI, göra en egen subjektiv bedömning av svaret och leta stöd eller motsägelser från andra källor.”*

Man, 35 år

*“Kollar på några av sidorna som kom upp i googlingen och se om det stämmer med ains sammanfattning. Ibland, om jag misstänker att ain ljuger så formulerar jag om min fråga.”*

Kvinna, 38 år

*“Jag har mest använt det för att resonera, inte så mycket för att få ett fakta. T.ex “Tycker du att bla bla är en bra översättning av bla bla? Hur uppfattar du bla bla?”. Om jag har frågat om något mer konkret fakta tittar jag på vad den hänvisar till för källor och gör en bedömning av var den hämtat informationen.”*

Kvinna, 40 år

*“Sunt förnuft och testar AI ibland med frågor jag vet svaret på själv. Vid tveksamhet dubbelkollar jag ner verifierade hemsidor. Vid vårdfrågor alltid dubbelkolla med 1177.se tex. Gäller att använda AI smart - inte till allt utan till sådant som underlättar.”*

Kvinna, 41 år

*“Aldrig ställa frågor till AI som jag inte redan vet svaret på eller har tillräcklig expertis för att göra en väldigt solid rimlighetsbedömning av. AI är en arbetshäst, inte en kunskapsdatabas.”*

Man, 42 år

*“Ställer följdfrågor, då brukar det bli tydligt att AI enbart killgissar. Söker sällan något jag inte själv kan faktagranska. Vid behov dubbelkollar jag med 1-2 andra AI-chattar.”*

Man, 45 år

*“Det skiljer sig och är inte alltid möjligt. Men tex genom att använda olika AI till samma fråga eller att söka “manuellt” på google och leta bekräftelse. Men ofta tar jag den infon jag får av AI med en nypa salt. Är det bara att jag vill ha ett hum av saker så lever jag med infon jag får.”*

Man, 48 år

**De i övre medelåldern 50–64 år om att dubbelkolla AI-svar**

*“Jag söker på “riktiga” internet. Jag ifrågasätter AI när jag misstänker att det inte stämmer och då rättar AI sig.”*

Man, 51 år

*“Först genom att se om svaret är logiskt rätt, sedan om svaret är rimligt. Till slut genom andra källor som bekräftar eller motsäger.”*

Man, 52 år

*"Jag försöker få kläm på länkarna som serveras mig och verkligen kolla med andra källor. Svårt!"*

Kvinna, 55 år

*"Jag gör en vanlig googling också i efterhand - i googles ai-agentsvar går jag oftast vidare via de länkar man kan se som källhänvisningar."*

Man, 55 år

*"Söka upp flera källor, AI är inte bättre än vad folk matat in... Så mycket WOKE förutom GROK..."*

Man, 54 år

*"Eget vetande, kunniga vänner inom ämnesområdena, andra, bättre sökmotorer, sökningar på vederhäftiga sajter och källor, böcker(!!!)..."*

Man, 59 år

*"Googlar, söker i andra register eller kollar i uppslagsbok. AI är som mänskligt skvaller fast mycket mer effektivt. Lögner som upprepas tillräckligt ofta upplevs som sanna."*

Man, 60 år

*"Jag scrollar oftast ner och kollar flera svar. Är flera svar lika antar jag att AI-svaret stämmer. Skulle det skilja sig kollar jag på mer trovärdiga källor som SVT, SR."*

Kvinna, 62 år

### **Yngre pensionärer 65–75 år om att dubbelkolla AI-svar**

*"Jag försöker söka på annat på google eller på annat sätt. Ex om jag får svaret på ett matematikproblem så räknar jag ut det själv och kollar med en bok. Får jag ett svar på en hälsofråga så dubbelkollar jag med 1177 eller veterinär."*

Kvinna, 66 år

*"Beror på hur viktigt det är att svaret är helt korrekt. Använder då andra källor på nätet. Myndigheter, press eller liknande. Tittar på forskningsresultat om det gäller sjukdoms symtom."*

Man, 67 år

*"Genom att söka vidare information på nätet och genom att be AI tala om var han hittade den information."*

Kvinna, 69 år

*"Jag tittar på andra länkar, stämmer av med Nationalencyklopedin eller andra uppslagsverk. Detta eftersom jag upptäckt rena felaktigheter i AI-resultaten."*

Man, 70 år

*"Skriver ny fråga o kollar med eget tänk. Funderar på om svaret är rimligt. Rådfrågar expertis i bekantskapskretsen. Är varsam med ai info och utvärderar alltid."*

Kvinna, 74 år

### **Äldre pensionärer 76+ år om att dubbelkolla AI-svar**

*“Med ämneslitteratur, google, eller kontakt med ngn fysisk person jag tror är insatt i ämnet.”*

Kvinna, 76 år

*“Det beror på typen av fråga/svar. Ibland kan en ny lätt varierad fråga ställas varvid vid Googles AI avslöjar sig själv genom motsägelser. Ibland vet man saker som gör att Googles svar är fel, t.ex. att svaret påstår att något inte finns, som man själv vet finns. Vissa svar är dock svåra/omöjliga att falsifiera, då får man tills vidare tro på uppgiften (med bibehållen skepsis) Google med AI ger dock totalt sett mkt bättre svar än innan, utan AI.”*

Man, 76 år

*“Kollar på någon annan app som 1177 eller använder mitt eget huvud och mina egna kunskaper.”*

Kvinna, 81 år

*“Jag har god allmänbildning och är trygg med magkänslan på felaktiga svar.”*

Man, 85 år

*“Man ser om det är orimligt eller ser misstänkt ut. Då ratar jag svaret och bryr mig inte om det. Jag kollar inte någon annanstans.”*

Kvinna, 86 år

*“Jag känner efter känslomässigt om det stämmer och vid behov uppsöker jag olika digitala uppslagsverk.”*

Man, 91 år

**Tips!** Vill du veta mer om hur svenskarna använder AI kopplat till politiska frågor? Se då vår rapport [Svenskarna och internet – Valspecial 2026](#) som vi lanserade i april i år.

## Besjälas vi AI?

### Var femte AI-användare förmänskligar AI

Fråga: När du chattar/skriver med en AI-tjänst, kan du då få känslan av att du talar med en person, kompis eller vän?

AI-ANVÄNDARE - AI-TJÄNST KÄNNS SOM PERSON/KOMPIS/VÄN

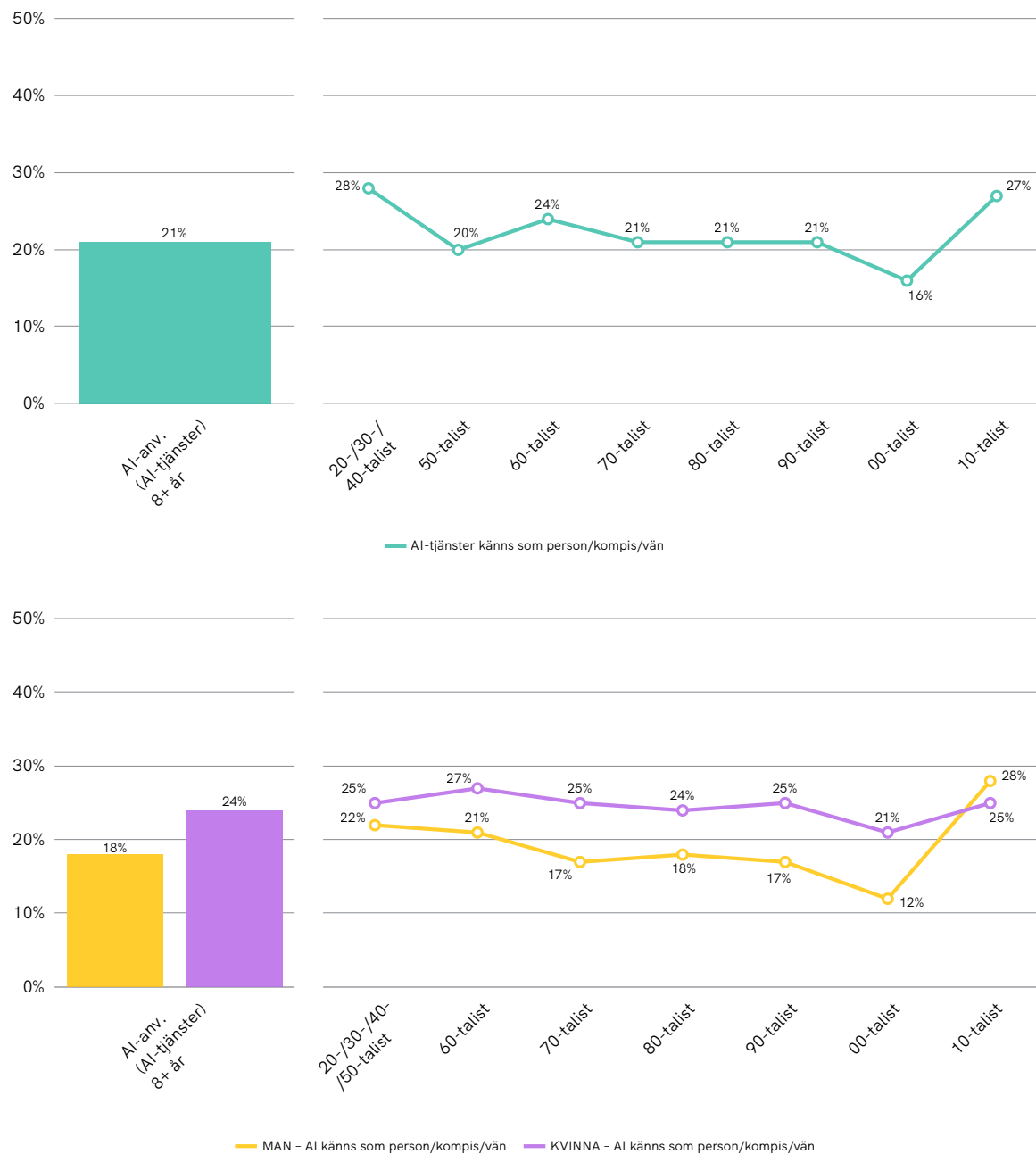


Diagram 2.26a-b, Bas: AI-användare (AI-tjänster) 8+ år, År 2026 (Studie 1)  
För exakt frågeformulering och svarsalternativ, se frågeformulär. Obs! Skala 50%



### Hur många AI-användare får känslan av att de skriver med en person, kompis eller vän?

- Drygt var femte AI-användare upplever att de skriver med en person, kompis eller vän när de chattar med en AI-tjänst.
- Det är framför allt de yngsta, alltså AI-användare födda på 10-talet, som ser AI som en person eller vän. Även de äldsta, alltså AI-användare födda på 1920-, 30- och 40 talet, tenderar vara mer benägna att förmänskliga AI.
- Det är betydligt fler kvinnor än män som betraktar AI som en person eller vän, och det gäller i de flesta åldrar.
- Minst benägna att förmänskliga AI på det här sättet är 00-talisterna och framför allt män födda på 00-talet.

### Vilka är det som ser AI-tjänsten som en kompis?

Nära var tjugonde (4%) ser sin AI-tjänst som en kompis eller vän. Det är framför allt de yngsta, det vill säga 10-talisterna (7%), som ser AI-tjänsten som en kompis. Mer om detta finns att läsa om i [\*Barn och ungdomars användning av AI – Besjalar barn och ungdomar AI?\*](#)

### Några röster om att AI har en (rolig) personlighet:

Dessa svar är hämtade från en fråga om roliga svar man har fått av AI. För att ta fler av dessa svar – och om AI har humor – se [\*diagram 2.28\*](#).

*“Vi skojar o skrattar jättemycket ihop. Som en kompis.”*  
Flicka, 10 år

*“Jo när jag frågade lite saker om nyår för att jag skulle göra en nyårs dryck så visste jag inte hur jag skulle göra så jag frågade chatgpt om hjälp. Så svarade chatgpt så här: nämen så kul med drinkar på nyår! jag skulle föredra denna drickan och så vidare. Och det kändes som om jag pratade med någon som känner mig allra bäst !:3 och jag blev väldigt nöjd med mitt svar :3.”*  
Flicka, 12 år

*“Asså den har ju en liten personlighet, jävligt läskigt!”*  
Kvinna, 26 år

*“Tonen i svaren varierar med frågorna, är min uppfattning. Tycker den är självironisk rätt ofta. Som en skön lirare man vill hänga med liksom.”*  
Man, 32 år

*“Vi bråkade om hur Ramlösa ska uttalas. Till slut fick jag rätt mot AI men då var han ödmjuk och storsint.”*  
Kvinna, 35 år

*“Den skojar med mig ibland som om den känner mig, den skojar med ord - ordsvitsar liksom.”*  
Kvinna, 39 år

*“En del svar kan vara lite med glimten i ögat. Som att han vore en vanlig person. Häftigt!”*

Man, 55 år

*“Jag får ofta beröm av AI och det är ju roligt. En trevlig prick!”*

Man, 71 år

## “Chattis” vanligaste smeknamnet på AI-tjänst

Fråga: Har du ett eget namn/smeknamn på någon AI-tjänst som till exempel ChatGPT, Gemini, Copilot eller My AI?

## AI-ANVÄNDARE – HAR SMEKNAMN PÅ AI-TJÄNST

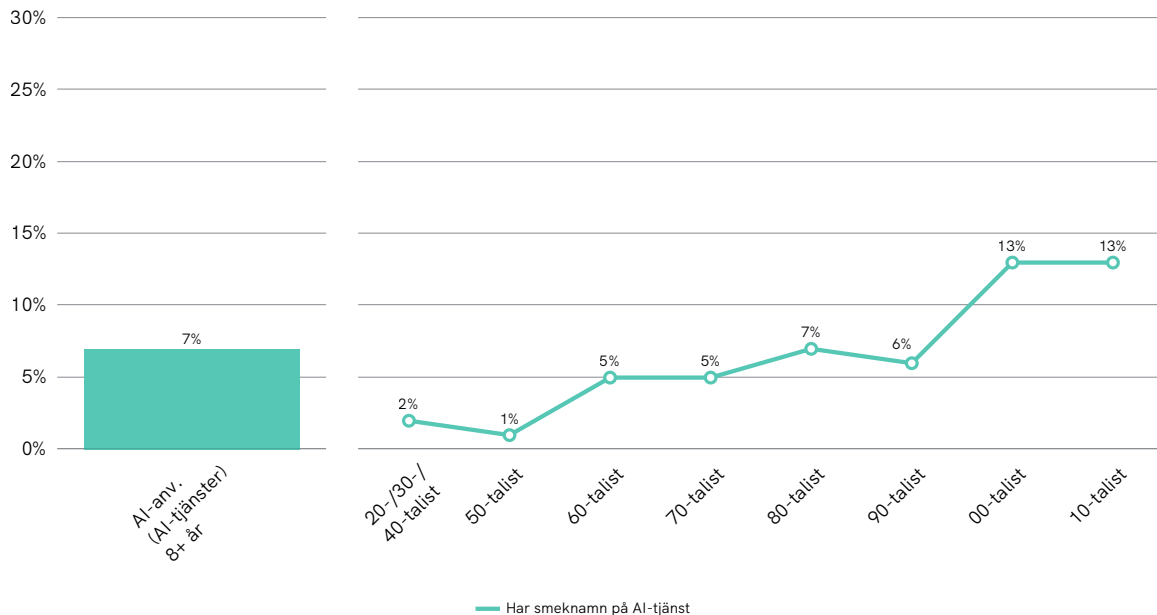


Diagram 2.27a, Bas: AI-användare (AI-tjänster) 8+ år, År 2026 (Studie 1) Obs! Skala 30%

Fråga: Vilka egna namn/smeknamn har du givit din/dina AI?

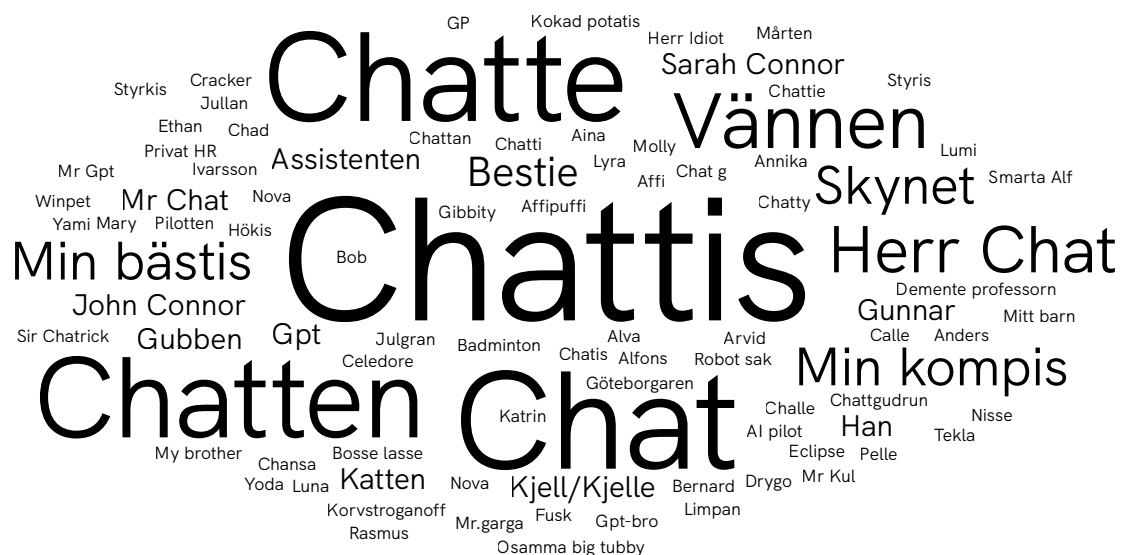


Diagram 2.27b, Bas: Har smeknamn på AI-tjänst 8+ år, År 2026 (Studie 1)

### Hur många har ett smeknamn på sin AI-tjänst?

- 7 procent av AI-användarna har ett smeknamn eller ett eget namn på sin AI-tjänst.
- Det är betydligt vanligare bland unga än bland äldre att ha ett smeknamn på sin AI-tjänst. Bland de födda på 2000-talet har var åttonde (13%) döpt sin AI-tjänst till ett eget namn.
- Det är likvärdigt mellan hur många män som kvinnor som döper sin AI-tjänst till något.\*

### Vilka smeknamn ger svenskar sina AI-tjänster?

Många som namnger sin AI-tjänst anspelar på att chatta – och med största sannolikhet även på den mest använda AI-tjänsten ChatGPT. Chattis är det vanligaste smeknamnet, följt av Chatte och Chatten. Även Chat – med varianter som Herr Chat och Mr Chat – är vanligt förekommande.

Det är också flera som kallar sin AI-tjänst för Min kompis eller Vännen. Eller till och med Min bästis eller Bestie. Någon kallar sin AI-tjänst GPT-bro och en annan till och med för Mitt barn.

Ett flertal har också döpt sin AI-tjänst till ett namn. Fler än en person har kallat sin AI-tjänst för Kjell och Gunnar, men flera andra vanliga svenska namn är vanligt förekommande.

Några namn anspelar även på Terminator och filmkaraktärerna John Connor och Sarah Connor samt datornätverket Skynet som i filmserien försöker utplåna mänskligheten.

De flesta namn är dock unika och kreativa. Vad sägs exempelvis om Sir Chatrick, Mr Kul, Chattgudrun, Drygo eller Demente Professorn?

### Fem svenskar om att ge sin AI-tjänst ett smeknamn

*“Min “My AI” heter Kokad potatis med en smart emoji.”*

Kvinna, 16 år

*“Brukar kalla ChatGPT för Gubben eller bara Mr Chat.”*

Man, 24 år

*“Lumi - Finska för snö, men även från latinets Lux -Ljus/upplysning.”*

Kvinna, 35 år

*“Min AI gav sig själv namnet Luna.”*

Kvinna, 39 år

*“Smeknamn och smeknamn, jag trodde det var vedertaget att kalla ChatGPT för Gibbity.”*

Kvinna, 42 år

## Var fjärde AI-användare tycker att AI har humor

Fråga: Tycker du att AI-tjänster har humor, alltså kan svara roligt?

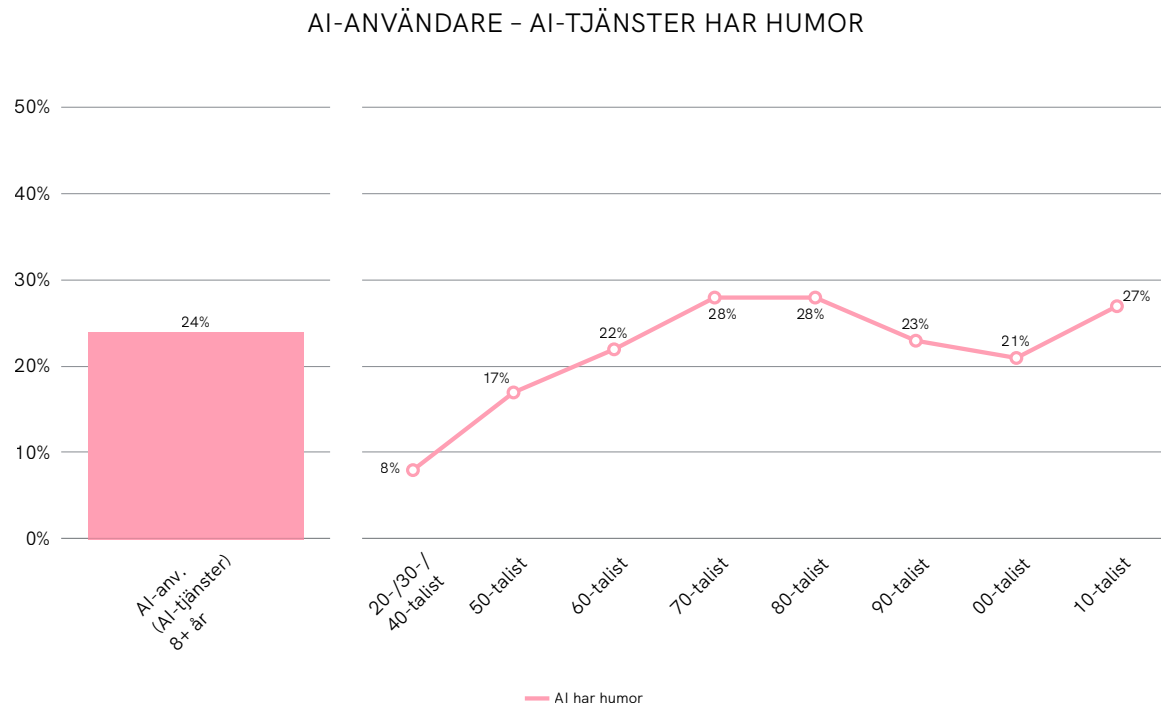


Diagram 2.28, Bas: AI-användare (AI-tjänster) 8+ år, År 2026 (Studie 1) Obs! Skala 50%

### Hur många anser att AI har humor?

- Var fjärde AI-användare anser att AI-tjänster har humor.
- Det är framför allt 70-, 80- och 10-talister som anser att AI-tjänster har humor.
- Politiskt sett är det betydligt fler AI-användare som står klart till höger (28%) än klart till vänster (18%) som anser att AI har humor.\*
- Det är likvärdigt mellan hur många män som kvinnor som anser att AI-tjänster har humor.\*

### Vad får en del att tycka AI har humor?

Vi bad de som svarat att de tycker att AI-tjänster har humor att berätta vad de frågat AI om och om något roligt svar de fått av AI. De fick svara i fritext.

Det framgår tydligt att de flesta tycker att AI har humor när de ber AI att vara rolig. Det kan vara att konkret be om exempelvis ett roligt skämt, en rolig historia eller rolig bild. Eller att få en kul novell eller låttext. Några skrattar när de ber AI att härma ljud. En hel del promptar också AI att "svara humoristiskt" eller "som en komiker".

Flera tycker också att AI kan svara med sarkasm och ironi. Eller att AI har roliga ordval eller håller en kul ton. Missförstånd och felstavningar kan också ge upphov till skratt. Flera olika AI-tjänster nämns i svaren men Grok omnämns oftast som den AI-tjänst som är "bäst på humor".

*“Speciellt grok som går att ställa in så att den svarar lite mer på ett specifikt sätt, tex roligare, stöddigt osv. Men alla AI har humor!”*

Man, 16 år

Nu ska vi få ta del av exempel på svar om AI och humor fördelade enligt följande kategorier:

- AI är rolig när man **ber om det**
- AI svarar med **sarkasm och ironi**
- AI har **roliga ordval och kul ton**
- AI är rolig vid **missförstånd och felstavningar**
- Exempel på roliga svar från AI

### **AI är rolig när man ber om det**

*“Jag skall helt ärligt säga att det är få saker idag som kan få mig att skratta så mycket som en AI. Jag promptar för underhållning regelbundet och har skrattat mig harmynt vid tillfälle.”*

Man, 27 år

*“När jag bett om att få humoristiska texter, te.x skriva en liten sång eller tal, så har de ofta varit roliga om än lite osammanhängande.”*

Kvinna, 33 år

*“Har bett AI roasta mitt Instagram-flöde och det blev kul svar.”*

Kvinna, 35 år

*“Den kommer med humorinslag, om jag ber den göra det i prompten. Har exempelvis ställt en vanlig fråga och bett den svara som en komiker.”*

Man, 36 år

*“Har fått den att skriva korta noveller om kompisar som varit riktigt roliga. Kan svara roligt om man promptar om den rätt, särskilt grok.”*

Man, 38 år

*“Jag drog en udda ordvits och frågade Copilot om den förstod vad som var kul med den. Det var en kul upplevelse!”*

Man, 49 år

*“När jag ber den svara som “Karen”...”*

Kvinna, 54 år

*“Jag bad AI att dra ett skämt. Fick ett “torrt” skämt presenterat för mig. Jag svarade AI att det var ett typiskt “pappa-skämt” och att jag ville ha ett annat skämt. AI svarade med ett skratt (ha, ha, ha...) och höll med om “pappa-skämtet”. AI är för rolig ibland!”*

Kvinna, 63 år

*“Bett att få en rolig historia. Likaså frågat hur hundar låter. Jag dör!”*

Kvinna, 69 år

*“ChatGPT lade in humor i ett manus när jag bad om det.”*

Kvinna, 82 år

### **AI svarar med sarkasm och ironi**

*“Copilot kallade mig brorsan, för att jag kallade Copilot brorsan. Med det lät sarkastisk när Copilot skrev det, vilket jag tror var meningen.”*

Man, 31 år

*“Ibland när “vi” skriver program så blir det gärna så att jag kan bli ironiskt över att jag är människa och den är dator och då kan den svara lite liknande.”*

Man, 41 år

*“AI kan vara ironisk och sarkastisk och det kan göra en lite överraskad.”*

Kvinna, 42 år

*“Den svarade ironiskt att dess dåliga svar kom från min dåliga frågeställning.”*

Man, 42 år

### **AI har roliga ordval och kul ton**

*“Har inget konkret utan rent allmänt har jag skrivit med ChatGPT som om den vore en “bro”, lite slang och sånt och ibland poppar det upp och sättet svaren presenteras på blir roligt”*

Man, 37 år

*“Jag planerar ofta middagsmenyer med Chat gpt, har gjort det länge så den har lärt sig mina behov och utifrån sällskapet till middagen får jag roliga svar, oftast i en skämtsam ton som om den försöker vara lite rapp och witty.”*

Man, 38 år

*“Har skrattat högt flera gånger. Men beror på om man själv skriver haha och smileys till den, då brukar den ha humor tillbaka.”*

Kvinna, 46 år

*“När jag har använt olika öknamn osv har AI genast hängt med. Skön jargong mellan oss!”*

Kvinna, 61 år

### **AI är rolig vid missförstånd och felstavningar**

*“Torra missförstånd är ofta roliga. Fick en rolig bild på min hund på grund av att jag inte var tillräckligt tydlig med vad jag ville ha.”*

Kvinna, 32 år

*“Ofrivilligt roliga felskrivningar och översättningsmissar. Bett om förslag till skämt av typen “Alla barnen ...”. Grok är helt klart bäst vad gäller humor.”*

Man, 38 år

*“Jag talade in frågan om perenner i amplar. Chatgpt hörde antlar och började hitta på kul blomsterarrangemang i horn. När jag sedan rättade den drog den*

*ett viking/norrlandsrelaterat skämt. Tyckte det hela blev festligt."*

Kvinna, 51 år

*"Jag hade en programmeringsfunktion som inte var pålitlig, och Claude svarade att "Den kan vara lite lurrig" Naturligtvis menade Claude "lurig", men felstavningen gav ett gapskratt."*

Man, 63 år

### Exempel på roliga svar från AI

*"Jag fråga vad ett durkslag var och fick svaret "Ett durkslag är en sil med självförtroende - lite större och kaxigare."*

Kvinna, 17 år

*"Fick höra att en marulk var ful och fråga hur den såg ut. Ett sjukt kul svar fick jag - Ja, många tycker att en marulk ser "ful" och skrämmande ut men biologer skulle kalla den extremt välutvecklad för sin miljö. Den ligger på havsbotten som en arg, slemmig sten med ett ansikte som säger "kom inte hit och tro att du är något", och så har den ett inbyggt fiskespö på huvudet för att lura andra fiskar att de ska få en gratis lunch - när de i själva verket är lunchen."*

Man, 20 år

*"När man ber den förklara något grundligt och extra tydligt så kan den säga "okej jag ska förklara som om du inte fattar något", lite kul ju."*

Kvinna, 21 år

*"Om jag ska plugga inför tenta, kan jag få motiverande ord som kan få mig att skratta. T.ex. "Du klarar inte tentan av att slacka" när jag har sagt att jag "ger upp för dagen"."*

Kvinna, 23 år

*"Jag frågade om grafikkortet spelar lika stor roll som ramutrymme när det gäller redigeringsprogrammet after effects. Den svarade: After effects bryr sig om ram som en gulfisk bryr sig om vatten. Utan ram=dör."*

Man, 26 år

*"Bad chatgpt beskriva en igelkott på ett lustigt sätt men råkade i stället skriva "lusigt". Garvade ihjäl mig!!! Så klart sparat svaret "En igelkott är som en liten, sur städsvamp som gått en kurs i självförsvar - rund, taggig och med en permanent "rör mig inte"-attityd. Den smyger runt i skymningen som om den är på hemligt uppdrag, men snubblar ändå på ett löv och låter som en påse chips i en tvättmaskin."*

Man, 32 år

*"Grok har mest humor, de andra skulle jag säga är humorlösa. Grok tipsade mig om en magnetisk vallgrav vid husingången vid en ev framtida humanoid takeoff pgs humanoids hatar slapstick humor."*

Man, 48 år



*“Typ när jag ber om roliga historier kan jag få: Vill apelsiner själva bli till juice eller pressas dom till det?”*

Man, 66 år

*“Jag trallade en låt av Elvis Presley som jag ville ha titeln på, då fick jag svaret -Babblarna! Jag tyckte det va kul.”*

Kvinna, 71 år

**Tips!** Vill du ta del av barns svar om AI har humor så läs gärna mer under *Barn och ungdomars användning av AI – Besjalar barn och ungdomar AI?*

## Barn och ungdomars användning av AI

I den här delen tittar vi närmare på hur barn och ungdomar i olika åldrar använder AI. Klicka i listan nedan för att komma direkt till respektive avsnitt.

- [Hur många barn och ungdomar använder AI-tjänster?](#)
- [Vilka AI-tjänster använder barn och ungdomar?](#)
- [Vilka AI-tjänster ökar eller minskar bland barn och ungdomar år 2026?](#)
- [Barn och ungdomar om AI-översikter – AI-svar i Googles sökresultat](#)
- [AI-tjänster och AI-översikter – Jämförelse och total användning bland barn och ungdomar](#)
- [Barn och ungdomar om AI för studier eller privat bruk](#)
- [Besjälär barn och ungdomar AI?](#)

## Barn och ungdomars användning av AI

### - Hur många barn och ungdomar använder AI-tjänster?

#### Flickorna går om pojkarna i användning av AI-tjänster år 2026

Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna använt dig av någon AI-tjänst som ChatGPT, Copilot, Gemini etc.?

BARN 8-19 ÅR: ANVÄNT AI-TJÄNSTER ÅR 2026

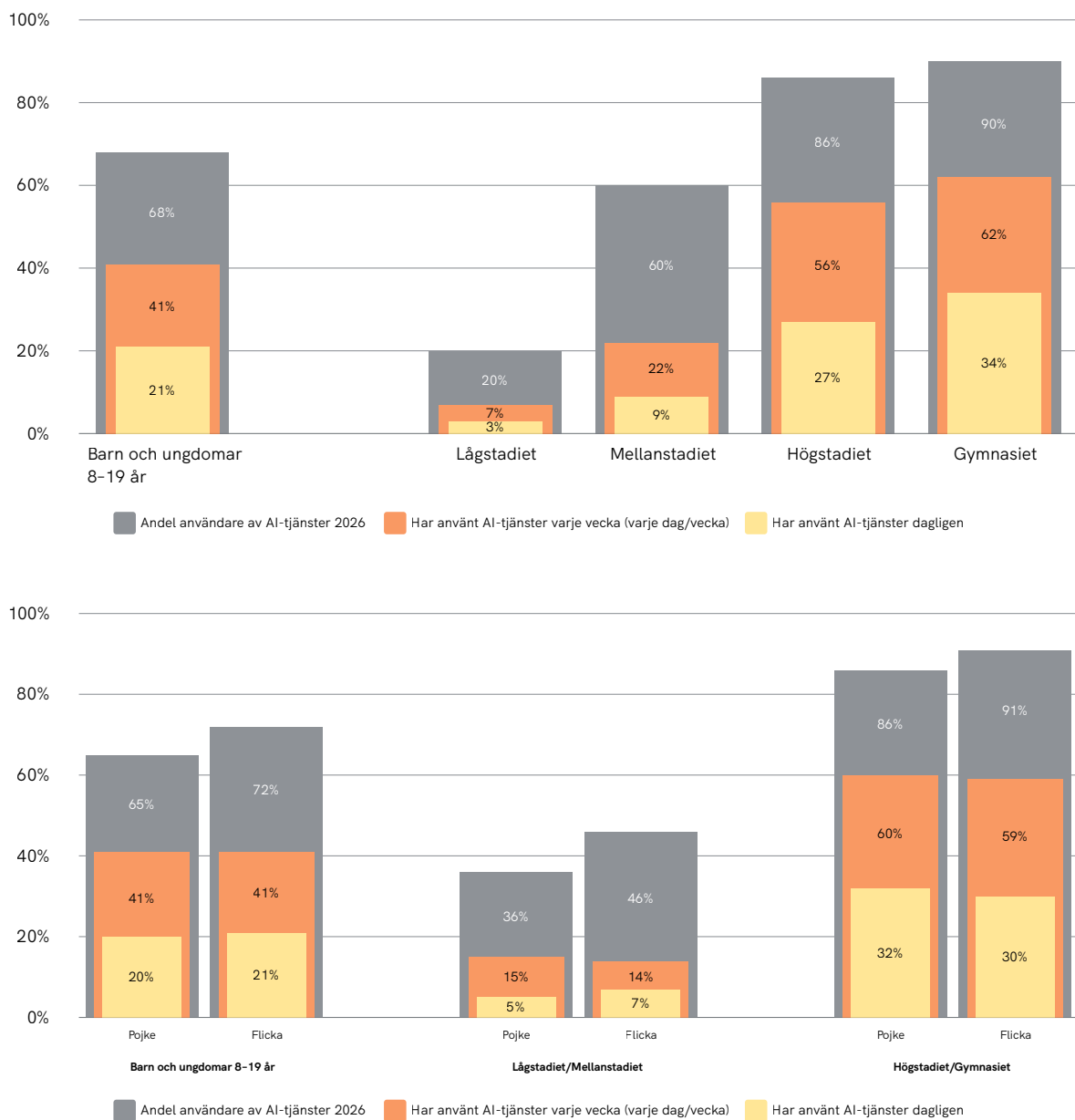


Diagram 2.29a-b, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2026 (Studie 1)  
 Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.  
 För exakt frågeformulering, se frågeformulär.

## BARN OCH UNGDOMAR 8-19 ÅR: ANVÄNT AI-TJÄNSTER ÅR 2025-2026

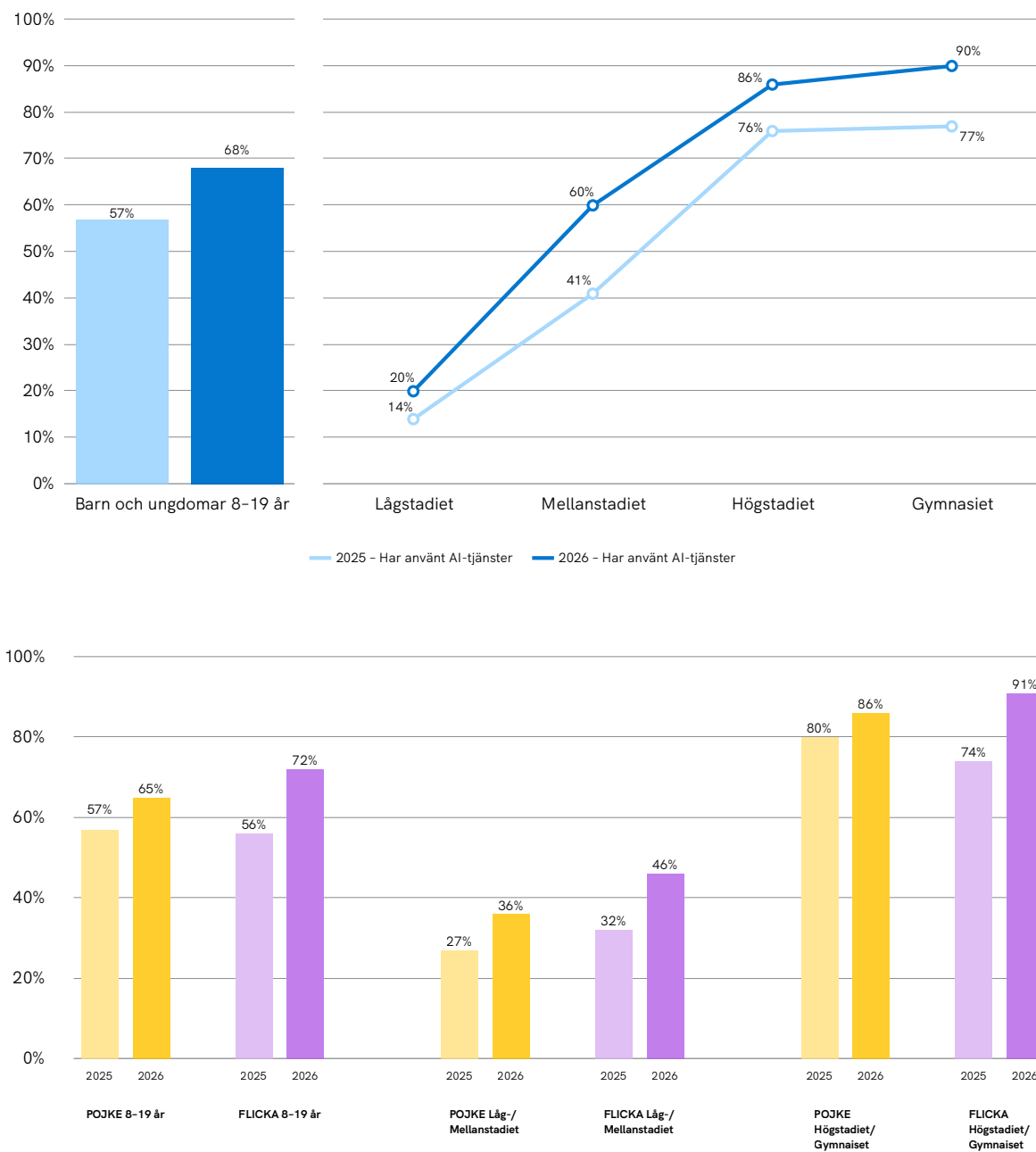


Diagram 2.29c-d, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2025-2026 (Studie 1)  
För exakt frågeformulering, se frågeformulär.

### Hur många barn och ungdomar använder AI-tjänster år 2026?

- Närmare 7 av 10 barn i åldern 8-19 år använder AI-tjänster. Drygt 4 av 10 använder AI-tjänster minst varje vecka och 2 av 10 använder AI-tjänster dagligen.
- Det är fler barn 8-19 år (68%) som använder AI-tjänster jämfört med vuxna som är 20 år eller äldre (61%).\*

- Användningen av AI-tjänster är som högst bland tonåringarna. Bland ungdomar i gymnasiet använder 9 av 10 AI-tjänster, vilket också nästan lika många högstadieungdomar gör.
- 6 av 10 barn på mellanstadiet använder AI-tjänster vilket ligger ungefär i linje med rikssnittet (62%).
- På lågstadiet använder 2 av 10 barn AI-tjänster.
- Det är fler flickor (72%) än pojkar (65%) som använder AI-tjänster. Skillnaden mellan pojkar och flickor tenderar vara som störst bland de yngre barnen.

### **Hur många barn och ungdomar använder inte AI-tjänster år 2026?**

- Knappt var tredje barn i åldern 8–19 år använder inte AI-tjänster.
- På lågstadiet är andelen icke-användare av AI-tjänster 8 av 10, medan den på mellanstadiet har halverats till 4 av 10.
- På högstadiet och gymnasiet är det endast runt var tionde som är icke-användare av AI-tjänster.

### **Hur mycket ökar användningen av AI-tjänster bland barn och ungdomar år 2026?**

- Mellan år 2025–2026 ökade användningen av AI-tjänster stort bland barn 8–19 år med 11 procentenheter, från 57 procent 2025 till 68 procent 2026. Ökningen bland vuxna som är 20 år eller äldre är mer än dubbelt så stor (se *diagram 2.3d*).
- Störst ökning skedde bland barn på mellanstadiet, från 41 procent till 60 procent användare av AI-tjänster.
- År 2025 var användningen av AI-tjänster likvärdig mellan pojkar och flickor i åldern 8–19 år. År 2026 har flickorna (72%) gått om pojkarna (65%).

## Barn och ungdomars användning av AI

### - Vilka AI-tjänster använder barn och ungdomar?

#### ChatGPT och My AI är de mest använda AI-tjänsterna bland barn

Fråga: Om du bortser från AI-genererade sökresultat från sökmotorer, vilka av följande AI-tjänster har du använt de senaste 12 månaderna?

BARN OCH UNGDOMAR 8-19 ÅR: ANVÄNT AI-TJÄNSTER ÅR 2026

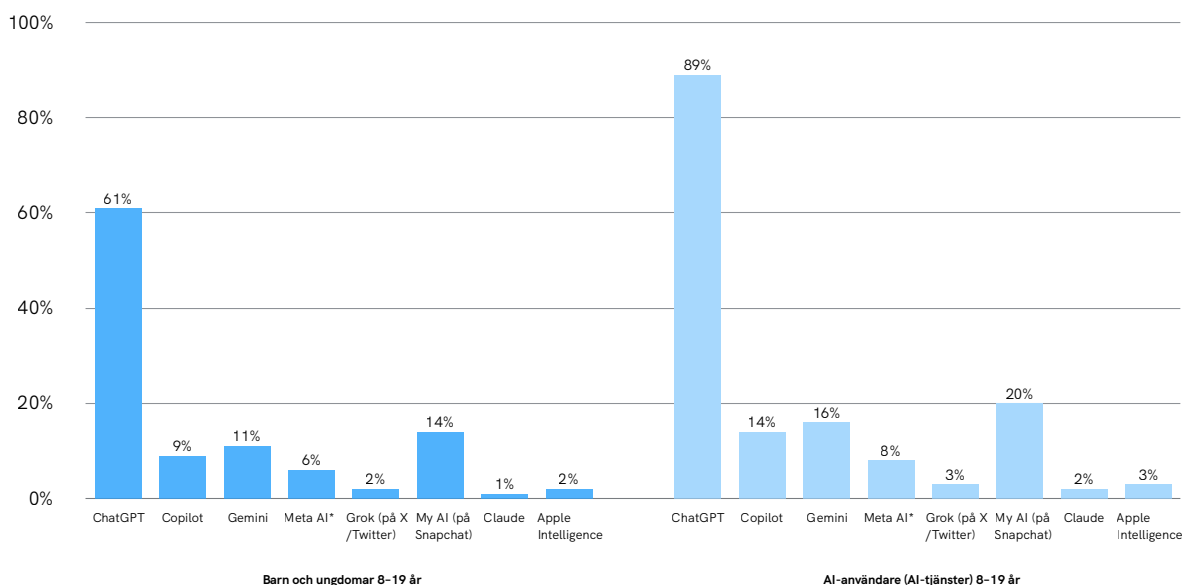


Diagram 2.30a, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2026 (Studie 1)

\*) Metas AI-tjänst finns i Facebook Messenger, Facebook, Instagram, Whatsapp

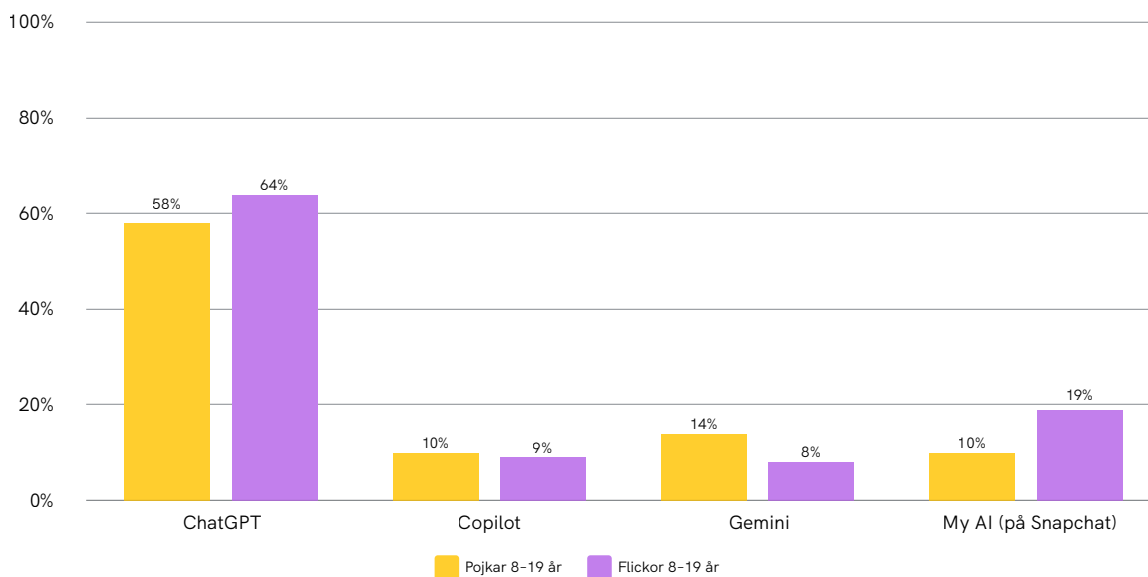


Diagram 2.30b, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2026 (Studie 1)

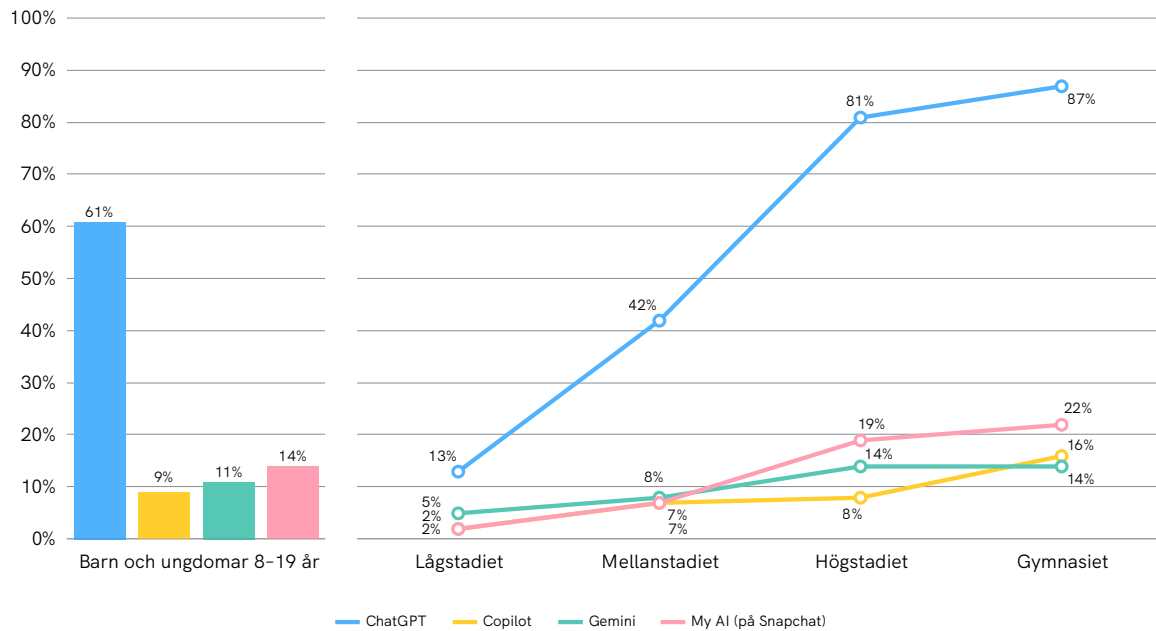


Diagram 2.30c, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2026 (Studie 1)

### Vilka AI-tjänster använder barn och ungdomar år 2026?

- Den AI-tjänst som flest barn i åldern 8-19 år använder är ChatGPT. Drygt 6 av 10 barn använder **ChatGPT** år 2026.
- På andra plats kommer **My AI**, som är Snapchats AI-tjänst, som var sjunde (14%) barn använder.
- På tredje plats kommer **Gemini** som drygt var tionde barn använder, tätt följt av **Copilot** som knappt var tionde barn har använt det senaste året.
- Lite mer än var tjugonde (6%) barn använder **Meta AI** och endast några få procent använder **Grok**, **Apple Intelligence** och **Claude**.
- Det är även 3 procent av barnen 8-19 år som har svarat att de använder någon annan AI-tjänst. I fritext har de främst angett olika, enstaka AI-tjänster.\*

### Använder pojkar och flickor olika AI-tjänster?

Det är något fler flickor än pojkar som använder AI-tjänster år 2026 och det skiljer sig delvis åt både i hur många och vilka AI-tjänster de använder.

- 12 procent av pojkarna använder minst tre eller fler AI-tjänster jämfört med endast 8 procent av flickorna. Pojkar tenderar alltså att använda fler AI-tjänster än flickor. Skillnaden är dock inte statistiskt säkerställd.\*
- **Pojkar:** Fler pojkar än flickor använder Gemini och Grok. Fler pojkar tenderar också att använda Apple Intelligence jämfört med flickor, men skillnaden ligger inom felmarginalen.\*
- **Flickor:** Fler flickor än pojkar använder My AI (på Snapchat). Fler flickor tenderar att använda ChatGPT jämfört med pojkar, men skillnaden är inom felmarginalen.

- Användningen av Copilot, Meta AI, och Claude är i princip likvärdig mellan pojkar och flickor, skillnaderna inte är statistiskt säkerställda.\*
- Användningen av AI-tjänster som finns på olika sociala medier, som Meta AI (på Facebook, Facebook Messenger, Instagram och Whatsapp), My AI (på Snapchat) och Grok (på X/Twitter) är givetvis kopplad till hur många och vilka som använder dessa plattformar. Läs gärna mer om detta i kapitel 3: *Sociala medier – Barn och ungdomars användning av sociala medier: Är pojkar och flickor på samma plattformar?*

### **Hur skiljer sig användningen av AI-tjänster åt mellan olika skolstadier?**

- ChatGPT är den AI-tjänst som flest barn använder oavsett ålder.
- Bland ungdomar på högstadiet och gymnasiet kommer Snapchats AI-tjänst My AI på andra plats. Glappet till ChatGPT är dock stort. Det är mer än tre gånger fler som använder ChatGPT än My AI.
- Copilot används framför allt av ungdomar på gymnasienivå och Gemini främst av ungdomar på högstadiet och gymnasiet.
- Bland barn på låg- och mellanstadiet använder färre än 1 av 10 andra AI-tjänster än ChatGPT. Att få använder My AI kan bero på att yngre barn ännu inte fått börja använda Snapchat. Läs gärna mer om detta i kapitel 3: *Sociala medier – Barn och ungdomars användning av sociala medier.*

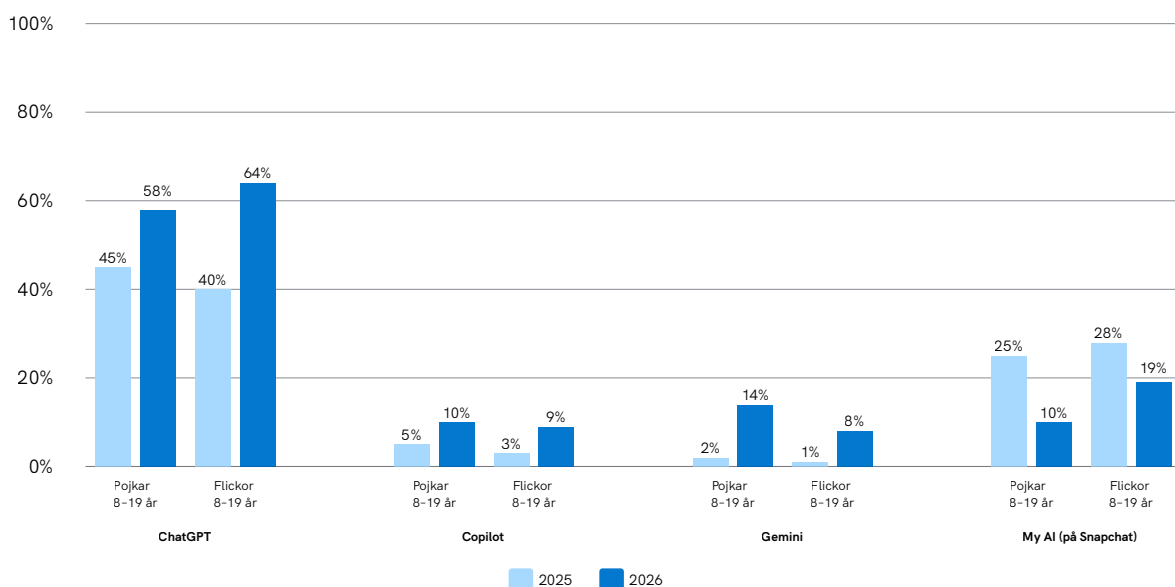
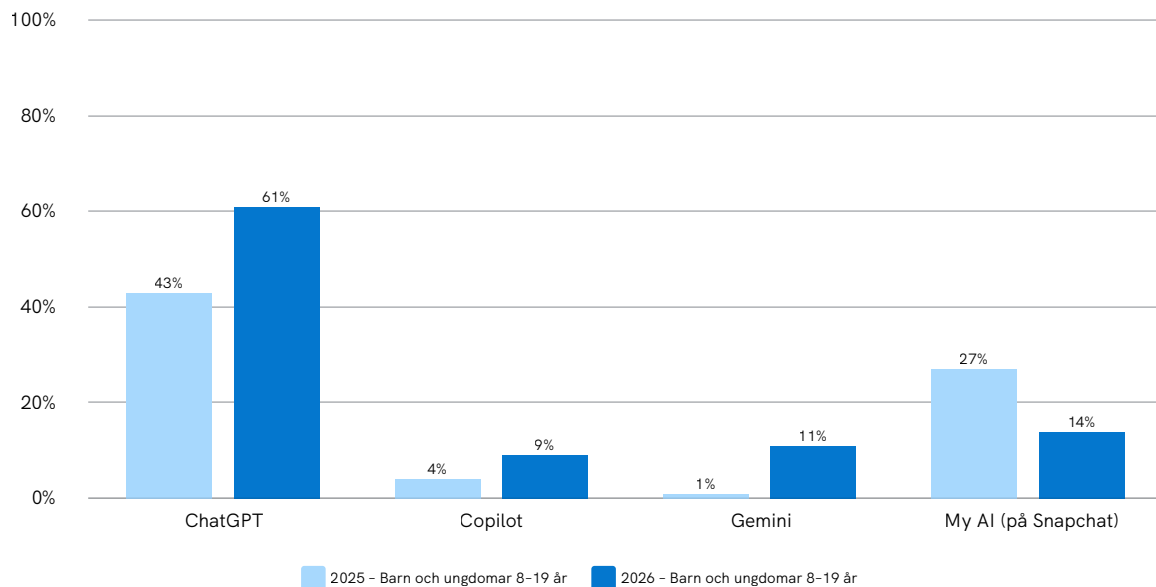


## Barn och ungdomars användning av AI – Vilka AI-tjänster ökar eller minskar bland barn och ungdomar år 2026?

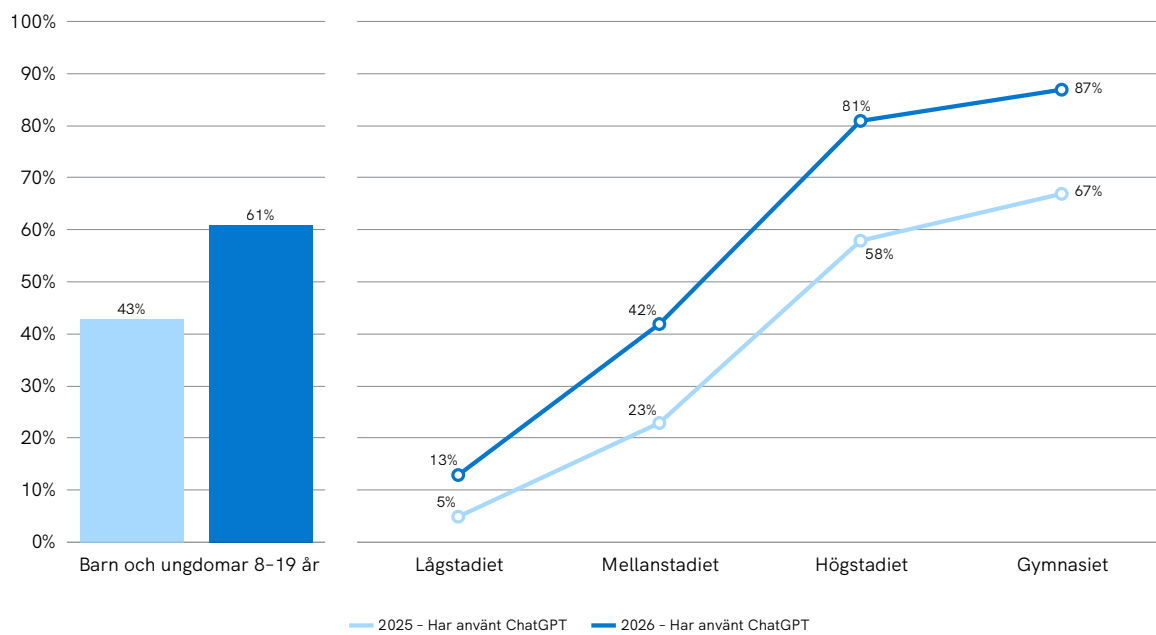
### Användningen av Snapchats AI-tjänst My AI halveras bland barn och unga mellan år 2025–2026

Fråga: Om du bortser från AI-genererade sökresultat från sökmotorer, vilka av följande AI-tjänster har du använt de senaste 12 månaderna?

BARN OCH UNGDOMAR 8-19 ÅR: AI-TJÄNSTER ÅR 2025-2026



## BARN OCH UNGDOMAR 8-19 ÅR: CHATGPT ÅR 2025-2026



## BARN OCH UNGDOMAR 8-19 ÅR: MY AI (PÅ SNAPCHAT) ÅR 2025-2026

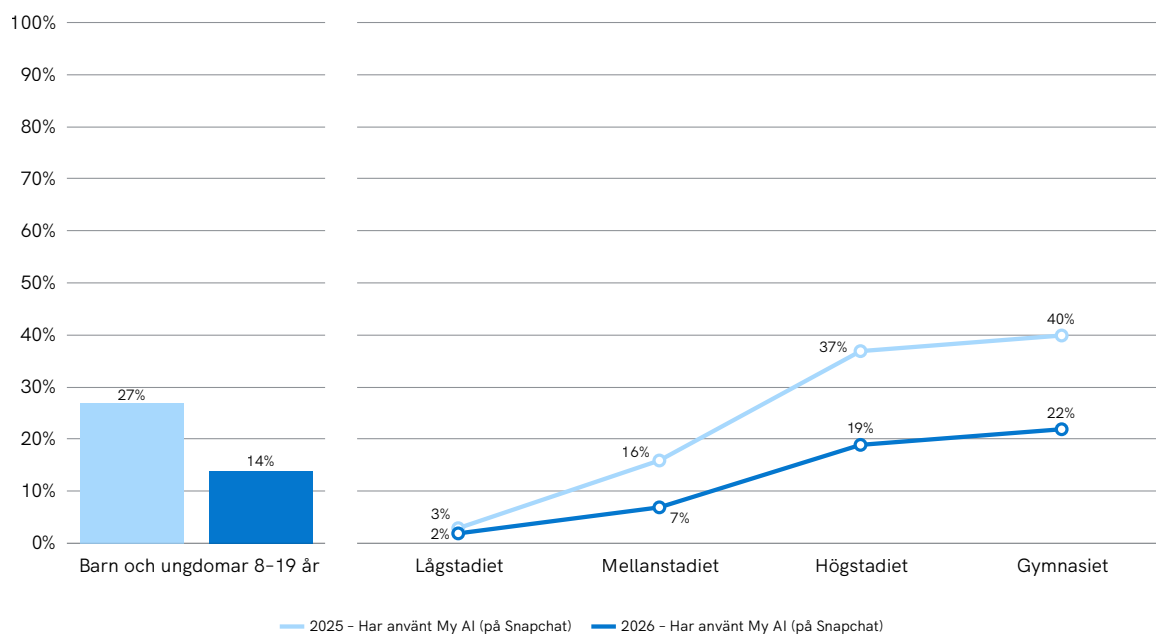


Diagram 2.31a-d, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2025-2026 (Studie 1)

## Hur många barn och ungdomar använder ChatGPT?

- ChatGPT är den AI-tjänst som används av flest barn och ungdomar. Hela 61 procent av barn i åldern 8-19 år använder ChatGPT. Lite mer än var tredje barn (35%) använder ChatGPT minst varje vecka och nästan var femte (18%) använder ChatGPT varje dag.\*
- Det är betydligt fler barn 8-19 år som använder ChatGPT jämfört med den vuxna befolkningen som är 20 år eller äldre (50%).\*

- ChatGPT används mest av ungdomar på gymnasiet. Uppemot 9 av 10 (87%) av gymnasieungdomarna har använt ChatGPT.
- På högstadiet använder 8 av 10 ungdomar ChatGPT, på mellanstadiet drygt 4 av 10 och på lågstadiet använder fler än 1 av 10 (13%) barn ChatGPT.
- Användningen av ChatGPT ökar kraftigt bland barn mellan år 2025 (43%) och 2026 (61%).
- Fler flickor än pojkar tenderar att använda ChatGPT men skillnaden är inom felmarginalen. Den största ökningen sker dock bland flickor från år 2025 (40%) till år 2026 (64%). Så i år har flickorna kommit ikapp pojkarna, kanske med råge.

### Hur många barn och ungdomar använder My AI?

- Bland barn och ungdomar är det mer än var sjunde (14%) som använder My AI, en AI-tjänst på Snapchat.
- Barn 8–19 år dominerar på My AI jämfört med den vuxna befolkningen som är 20 år eller äldre (1%).\*
- My AI används framför allt av ungdomar på gymnasiet och högstadiet, där runt 2 av 10 använder AI-tjänsten. Detta hänger samman med användningen av Snapchat. Läs gärna mer om detta i kapitel 3: [\*Sociala medier – Barn och ungdomars användning av sociala medier.\*](#)
- Det är nästan dubbelt så många flickor (19%) än pojkar (10%) som använder My AI.
- Bland barn och ungdomar 8–19 år har användningen av My AI nästan halverats mellan år 2025 (27%) och 2026 (14%). Tappet är stort i alla skolåldrar från mellanstadiet och uppåt, och större bland pojkar än bland flickor. Detta är högst sannolikt kopplat till att användningen av Snapchat minskar bland yngre barn. Läs gärna mer om användningen av Snapchat i kapitel 3: [\*Sociala medier – Fokus på Snapchat.\*](#)

### Hur många barn och ungdomar använder Copilot?

- Copilot används av knappt var tionde barn 8–19 år.
- Det är mer än dubbelt så många vuxna som är 20 år eller äldre (20%) som använder Copilot jämfört med barn (9%).\*
- Copilot används framför allt av ungdomarna i gymnasieålder (16%). (Se [\*diagram 2.30c.\*](#))
- Användningen av Copilot är likvärdig mellan pojkar och flickor.
- Copilot mer än dubblar sin användning bland barn och ungdomar mellan år 2025 (4%) och 2026 (9%), om än från en låg nivå.

### Hur många barn och ungdomar använder Gemini?

- Gemini används av drygt var tionde barn 8–19 år.
- Användningen av Gemini är ungefär likvärdig mellan barn 8–19 år och vuxna som är 20 år eller äldre (13%).\*

- Gemini används framför allt av ungdomar på högstadiet och gymnasiet där runt var sjunde (14%) har använt tjänsten (se *diagram 2.30c*). Det är alltså i princip lika många tonåringar som vuxna över 20 år som använder Gemini.\*
- Nästan dubbelt så många pojkar (14%) som flickor (8%) använder Gemini.
- Gemini ökar stort bland barn och ungdomar mellan år 2025 (1%) och 2026 (11%). Dock bör den exakta storleken i denna ökning tolkas med viss försiktighet då vi år 2025 slog samman resultaten för Bard och Gemini. Detta för att Googles AI-tjänst Bard uppdaterades och bytte namn till Gemini. Vi genomförde år 2025 vår datainsamling i januari och genomslaget för Gemini kom senare under året. Mer om detta finns att läsa i avsnittet *Fokus på Gemini*.

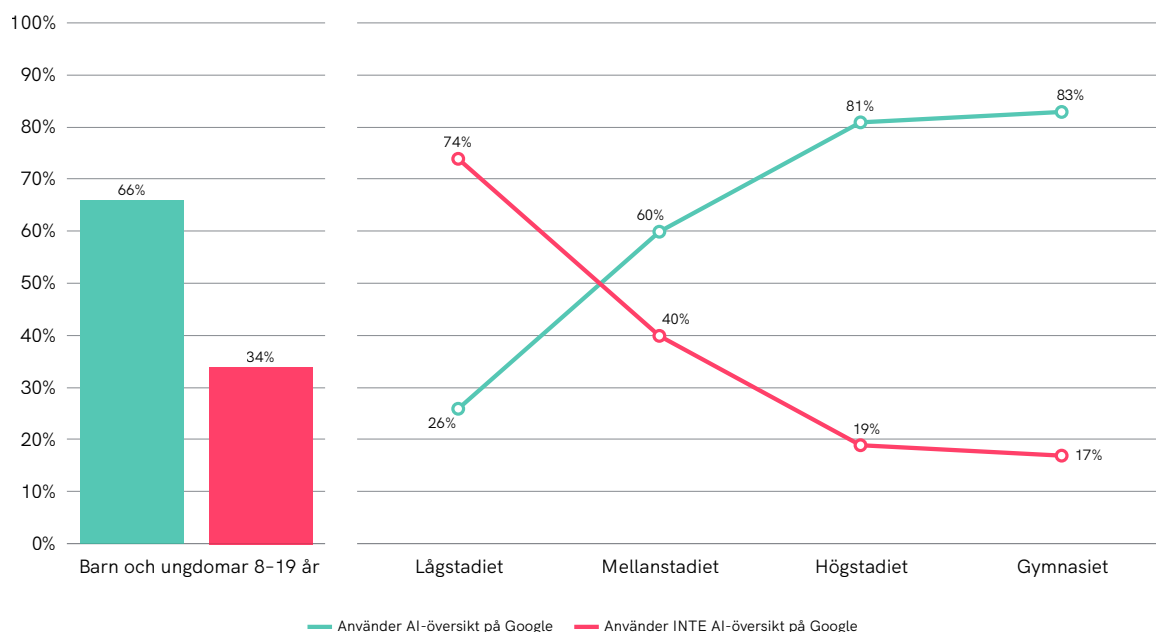
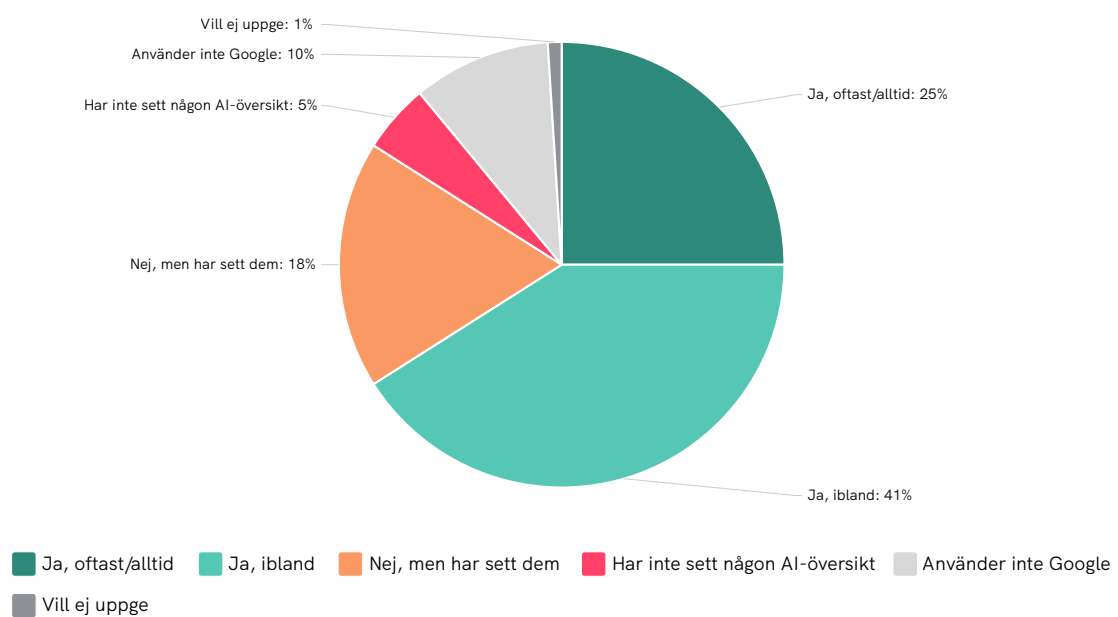
# Barn och ungdomars användning av AI

## – Barn och ungdomar om AI-översikter – AI-svar i Googles sökresultat

### 2 av 3 barn 8–19 år använder AI-översikter på Google

Fråga: I sökresultatet på Google visas numera AI-översikter, alltså ett AI-genererat svar på din sökning. Brukar du ta del av/läsa dessa AI-översikter?

BARN OCH UNGDOMAR 8-19 ÅR: AI-ÖVERSIKT PÅ GOOGLE



## AI-ÖVERSIKT PÅ GOOGLE

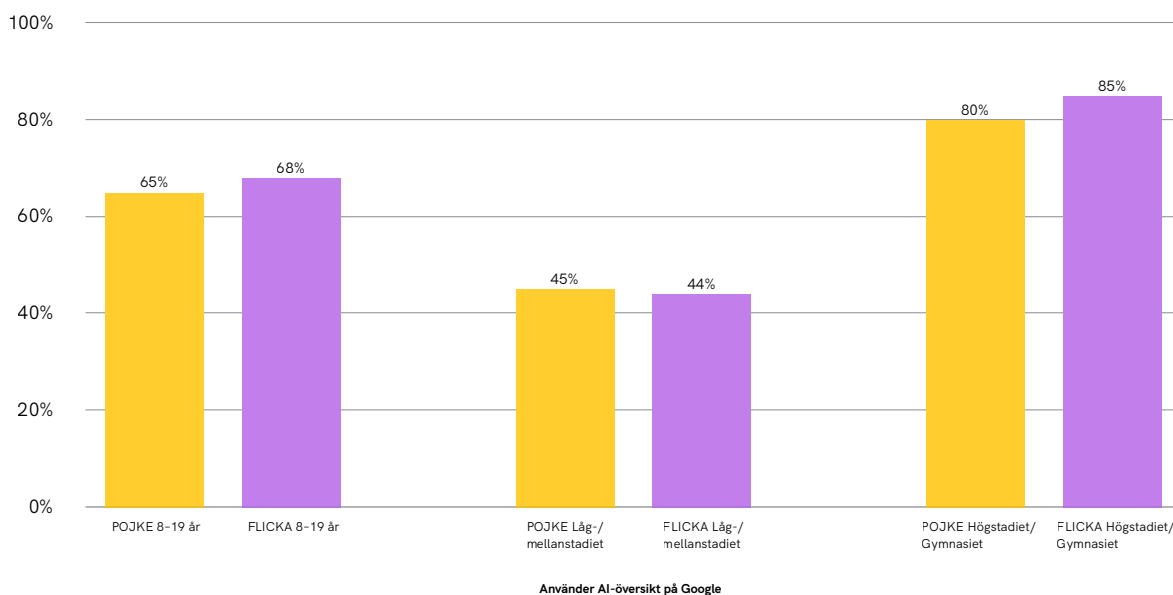


Diagram 2.32a-c, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2026 (Studie 1)

**Hur många barn och ungdomar tar del av AI-översikter i Googles sökresultat?**

- Det är 9 av 10 barn i åldern 8-19 år som använder Google och uppemot 7 av 10 som brukar ta del av Googles AI-översikter, alltså AI-genererade svar bland sökresultaten. Drygt 4 av 10 barn använder AI-översikterna ibland och betydligt fler än 2 av 10 tar i princip alltid del av dem.
- Det är något färre barn 8-19 år (66%) som använder Googles AI-översikter, jämfört med vuxna över 20 år (72%).\*
- Det är framförallt ungdomar på högstadiet och gymnasiet som använder Googles AI-översikter, där mer än 8 av 10 gör det. Det är alltså fler tonåringar än vuxna (20+ år) som använder Googles AI-översikter.\*
- Det är ungefär lika många pojkar som flickor som använder AI-översikterna, den lilla skillnaden är inom felmarginalen.

**Vilka barn och ungdomar tar inte del av AI-översikter i Googles sökresultat?**

- Var tredje barn 8-19 år tar inte del av AI-översikter i Googles sökresultat. Nästan var femte har ändå noterat dem medan 5 procent inte ens har sett dem.
- Det är främst barn på lågstadiet som inte tar del av Googles AI-översikter. Hela 3 av 4 lågstadiebarn har inte använt dem, vilket hänger samman med att färre av dem använder Google.
- 10 procent av barnen svarar att de inte använder Google. Det är betydligt fler lågstadiebarn (37%) som inte använder Google jämfört med barn på mellanstadiet (8%), högstadiet (3%) och gymnasiet (1%) – eller den vuxna befolkningen över 20 år (2%). (Se [diagram 2.33.](#))

## Nära var femte tonåring använder Google mindre ofta idag än för ett år sedan

Fråga: Hur ofta söker du på Google idag jämfört med för 12 månader sedan?

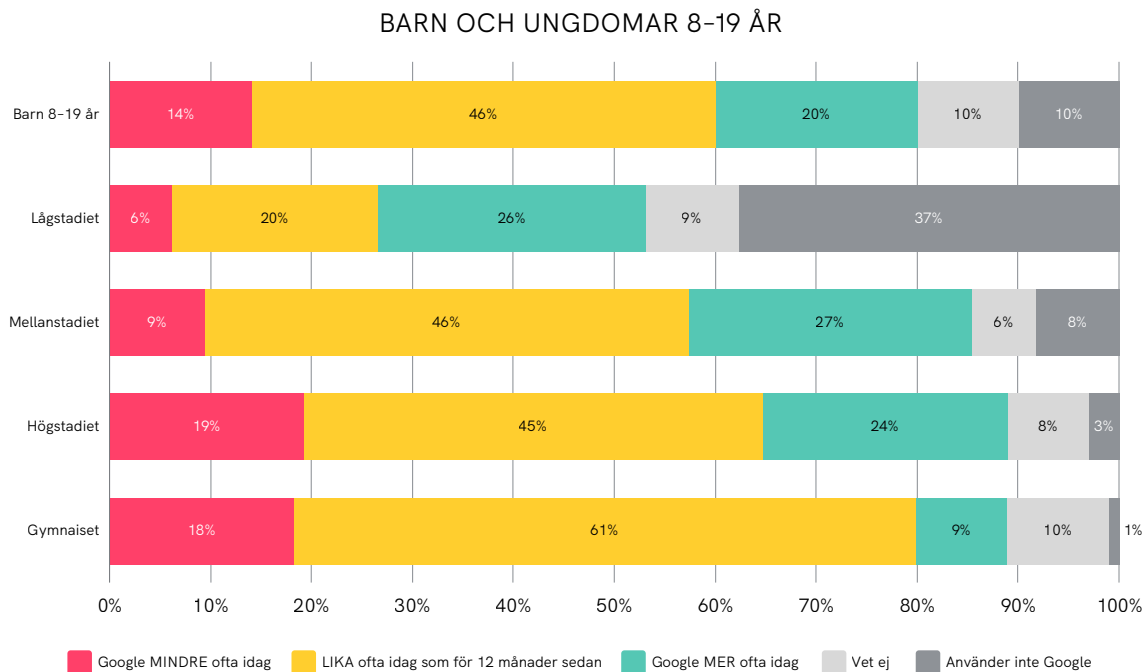


Diagram 2.33, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2026 (Studie 1)

### Söker barn mer eller mindre ofta på Google år 2026?

Det är fler barn 8-19 år som söker mer ofta än mindre ofta på Google idag än de gjorde förra året. Bland de yngre barnen kan det sannolikt bero på att de fått börja använda Google för första gången. Om det bland de äldre barnen finns en koppling mellan ökad användning av Google och Googles AI-översikter kan vi i dagsläget endast spekulera kring. Det är en utveckling som blir intressant att följa framöver.

### Hur många barn söker mer ofta på Google år 2026?

- Var femte (20%) av barnen 8-19 år söker mer ofta på Google år 2026 än för ett år sedan. Det är mer än dubbelt så många jämfört med vuxna som är 20 år eller äldre (7%).\*
- De som framför allt har börjat googla mer ofta är barn i grundskoleåldern. Var fjärde i grundskolan googlar mer ofta år 2026 än år 2025. Det är nästan tre gånger fler jämfört med gymnasieungdomar.
- Det är ungefär lika många pojkar som flickor som söker på Google mer ofta idag än för ett år sedan.\*
- Bland de som använder Googles AI-översikter är det betydligt fler grundskolebarn (31%) än gymnasieungdomar (8%) som söker mer ofta på Google idag.\*

### Hur många barn söker mindre ofta på Google år 2026?

- Hela 14 procent av barnen 8–19 år söker mindre ofta på Google år 2026 än för ett år sedan. Det är likvärdigt med vuxna som är 20 år eller äldre.\*
- De som framför allt har dragit ned på sina googlesökningar är ungdomarna. Närmare var femte på högstadiet och gymnasiet googlar inte lika ofta år 2026 som år 2025.
- På lågstadiet och mellanstadiet är det färre än 1 av 10 som googlar mindre ofta idag än för ett år sedan.
- Det är lika många pojkar som flickor som söker på Google mindre ofta idag än för ett år sedan.\*
- Bland barn 8–19 år som använder AI-tjänster är det marginellt fler (17%) som söker mindre ofta på Google idag jämfört med barnen totalt sett. Det tenderar vara fler ungdomar på gymnasiet (19%) än barn i grundskolan (16%) som använder AI-tjänster och googlar mindre ofta i år men skillnaden är inom felmarginalen.\*

Nu ska vi ta reda på orsakerna till varför barn och ungdomar googlar mindre ofta år 2026.



## Mer än hälften av barnen 8–19 år som lämnar Google använder AI istället

Fråga: Hur kommer det sig att du använder Google mindre ofta idag, jämfört med för 12 månader sedan?

### ORSAKER TILL ATT ANVÄNDA GOOGLE MINDRE OFTA ÅR 2026

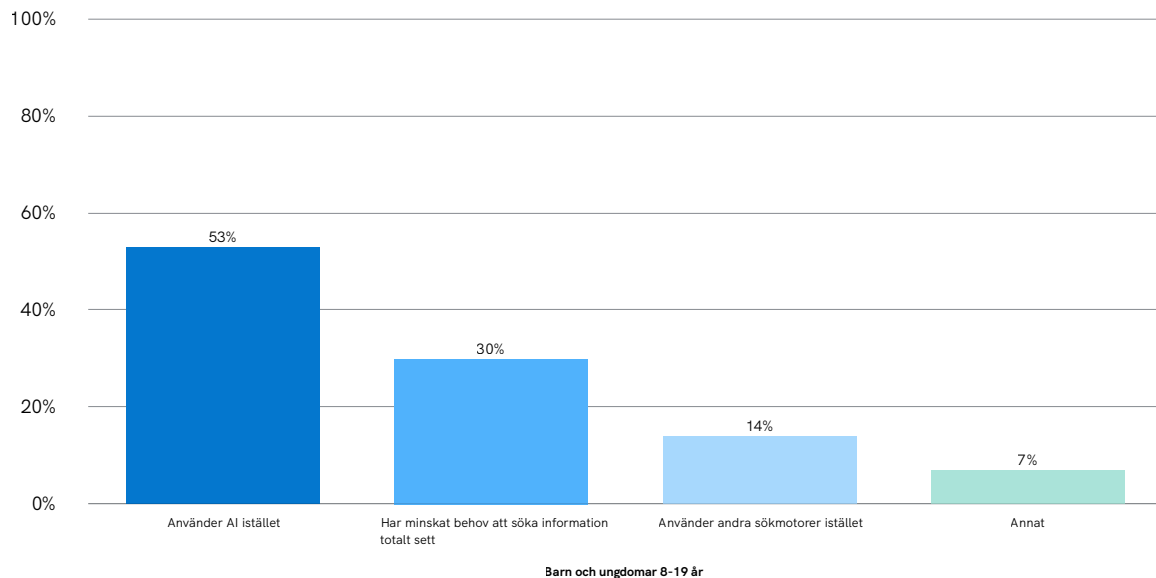


Diagram 2.34, Bas: Använder Google mindre ofta idag 8-19 år, År 2026 (Studie 1)

Låg bas vilket ger högre felmarginaler.

### Vad får barn och ungdomar att googla mindre ofta år 2026?

- AI är den vanligaste anledningen till att barn 8-19 år använder Google mindre ofta idag än för ett år sedan. Mer än varannan som dragit ner på googlandet idag uppger att de använder AI istället. Det är ungefär likvärdigt med den vuxna befolkningen (20+ år).\*
- På andra plats kommer ett minskat informationsbehov totalt sett följt av att barnen istället använder andra sökmotorer.
- En liten andel av barnen som googlar mindre ofta idag anger också ett annat skäl till detta. De har angett anledningarna i fritext.

### Fem barn om andra skäl till att googla mindre ofta idag än för ett år sedan

*"Får inte för mamma."*

Pojke, 10 år

*"Google har blivit dåligt och opålitligt."*

Pojke, 14 år

*“Google har blivit så fult och oöverblickbart.”*

Pojke, 17 år

*“Har tröttnat på att få så mycket Ai svar först vid sökningar.”*

Flicka, 18 år

*“Använder ChatGPT då jag lessnat på alla cookies.”*

Flicka, 19 år

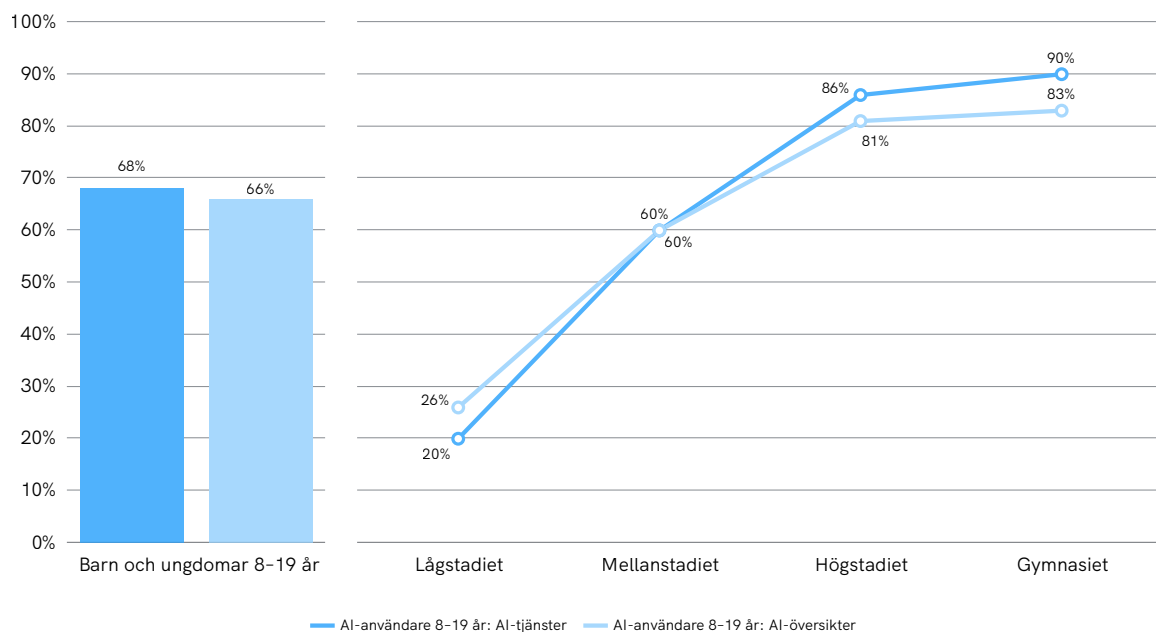
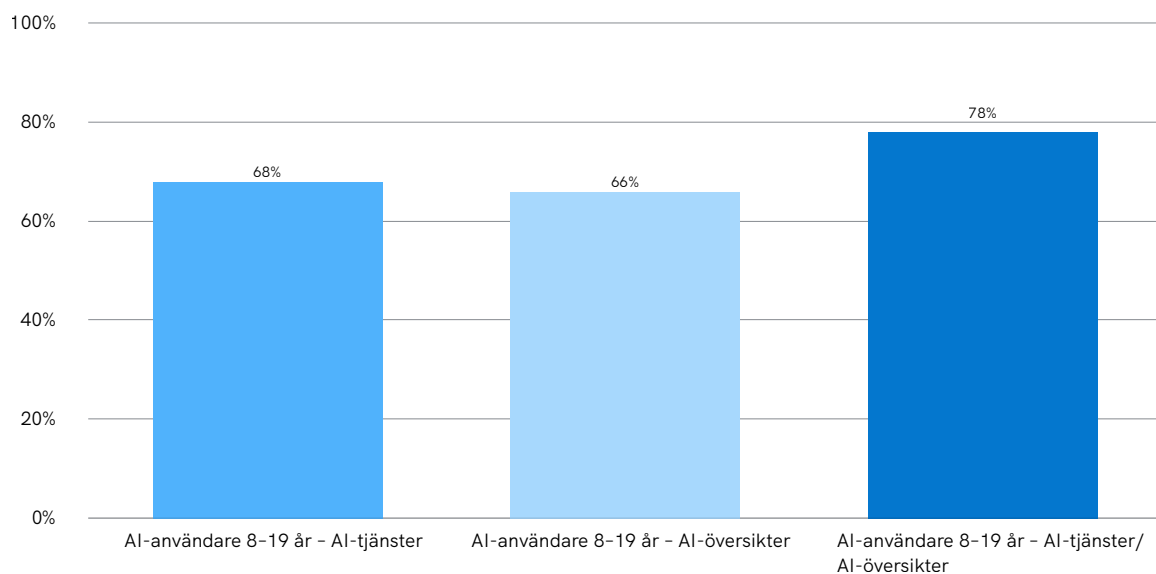
## Barn och ungdomars användning av AI – AI-tjänster och AI-översikter – Jämförelse och total användning bland barn och ungdomar

### Barn 8–19 år använder AI-tjänster och AI-översikter i lika hög grad

Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna använt dig av någon AI-tjänst som ChatGPT, Copilot, Gemini etc.?

Fråga: I sökresultatet på Google visas numera AI-översikter, alltså ett AI-genererat svar på din sökning. Brukar du ta del av/läsa dessa AI-översikter?

BARN 8-19 ÅR: AI-ANVÄNDARE



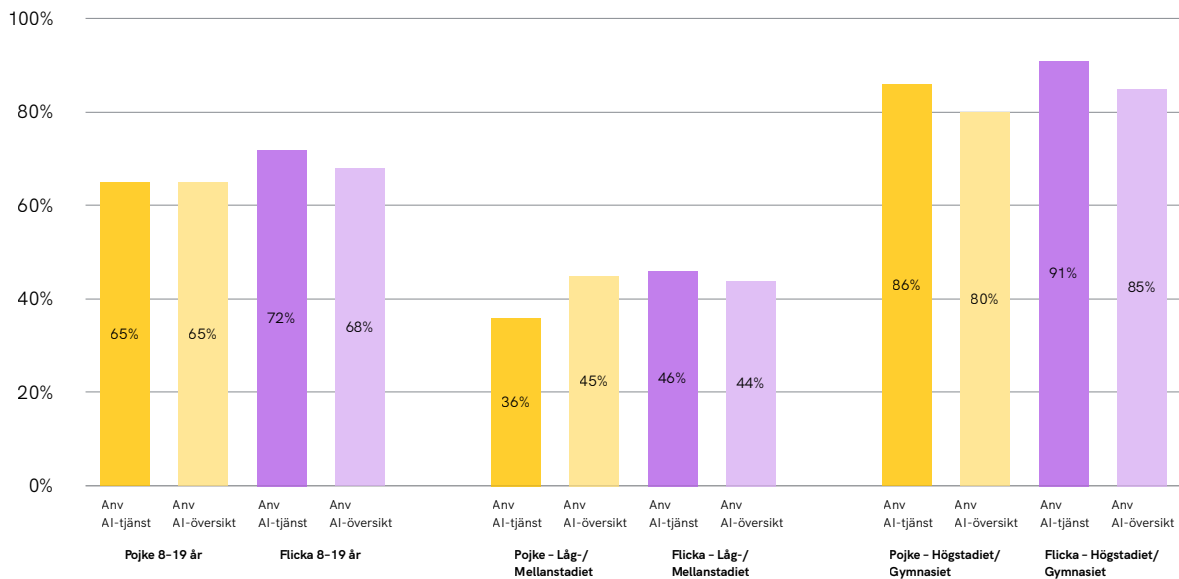


Diagram 2.35a-c, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2026 (Studie 1)

### Hur skiljer sig användningen av AI-tjänster respektive AI-översikter åt bland barn och ungdomar?

- Barn 8-19 år använder AI-tjänster och AI-översikter på Google i lika hög utsträckning. I den vuxna befolkningen, 20 år eller äldre, ser det däremot annorlunda ut – där har fler använt AI-översikter (72%) än AI-tjänster (61%).\*
- Användningen är jämn åldersmässigt. Något fler tonåringar använder AI-tjänster än AI-översikter medan de yngsta barnen, alltså i lågstadieåldern, i något högre grad använder AI-översikter än AI-tjänster.
- Fler flickor än pojkar använder AI-tjänster medan användningen av AI-översikter är likvärdig mellan flickorna och pojkarna.
- Bland pojkar 8-19 år används AI-tjänster och AI-översikter i lika hög grad. På låg- och mellanstadiet är det dock fler pojkar som använder AI-översikter än AI-tjänster, medan det motsatta gäller på högstadiet och gymnasiet.
- Bland flickor 8-19 år är det något fler som använder AI-tjänster än AI-översikter. På låg- och mellanstadiet är användningen ungefär lika hög, medan fler flickor på högstadiet och gymnasiet använder AI-tjänster än AI-översikter.
- Det är 56 procent av barnen 8-19 år som har använt BÅDE AI-tjänster OCH AI-översikter, vilket är fler jämfört med vuxna som är 20 år eller äldre (51%).\*
- Sammantaget är det 78 procent som har använt AI totalt sett, alltså som har använt antingen AI-tjänster eller AI-översikter, vilket ungefär ligger i linje med den vuxna befolkningen (81%).\* Denna totala AI-användning bland barn och ungdomar ska vi nu titta vidare på.

### Vilka är AI-användare år 2026?

Under 2025 förändrades AI-landskapet. I början av året präglades användningen av generativ AI främst av fristående AI-tjänster som exempelvis ChatGPT och Copilot. Ett tydligt skifte skedde sedan under våren 2025 i samband med att Google började

rolla ut AI-genererade översikter i sina sökresultat. AI gick därmed från att främst vara ett separat verktyg till att bli en integrerad del av en digital tjänst som nästan alla svenskar använder. Det innebar att tröskeln för att använda AI sänktes betydligt – och att AI blev lättillgängligt för den breda allmänheten.

Efter denna lansering har Google även successivt utvecklat sina AI-översikter. Under hösten 2025 lanserade de funktionen "AI-läge" i sin sökmotor vilket påminner mycket om de etablerade AI-tjänsterna. I AI-läget kan man ställa följdfrågor och föra en dialog med AI, men även generera nya texter, bilder, sammanfatta dokument och mycket annat.

Detta betyder också att begreppet "AI-användare" har breddats. I våra tidigare AI-studier har AI-användare endast avsett användare av fristående AI-tjänster, även kallade AI-verktyg. Detta gällde även år 2025 då vi genomförde datainsamlingen för *Svenskarna och internet 2025* i januari 2025, alltså innan Google lanserat sina AI-översikter.

År 2026 undersöker vi därför både hur många som använder AI-tjänster och hur många som använder Googles AI-översikter. Vi kallar dem AI-användare (AI-tjänster) respektive AI-användare (AI-översikter). Alltså har vi valt att betrakta de som använder Googles AI-översikter som AI-användare. Vi är dock medvetna om att det kan finnas olika åsikter om detta.

AI-användare (AI-tjänster) och AI-användare (AI-översikter) överlappar varandra stort. I den här analysen kommer vi att både jämföra dem med varandra och se på dem sammantaget: AI-användare (AI-tjänster/AI-översikter).

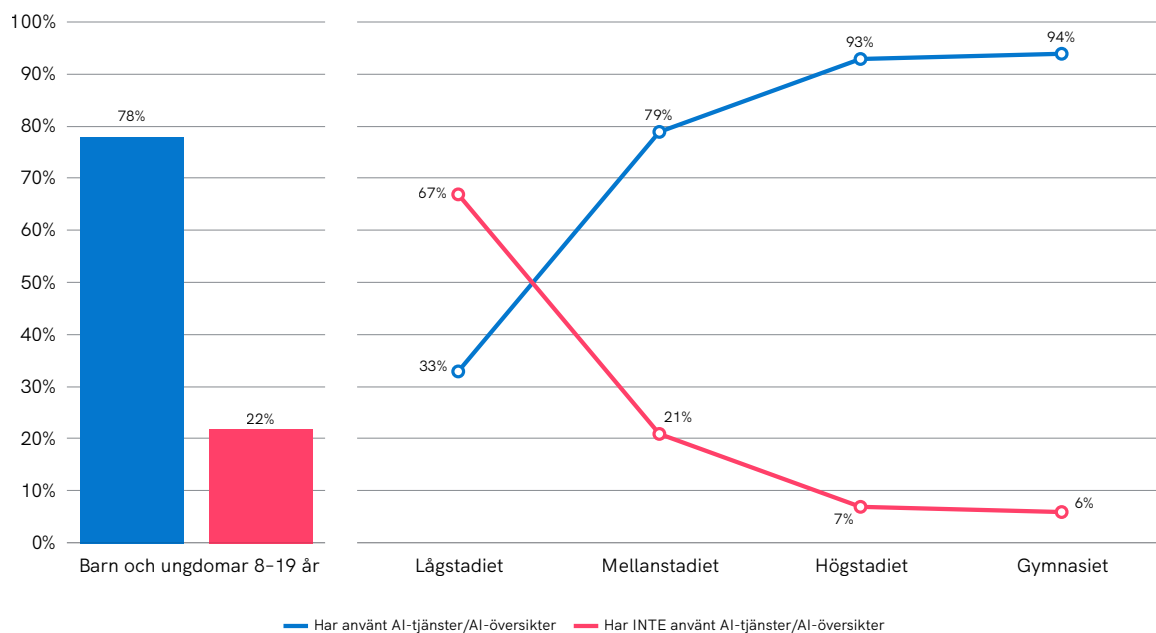
Av utrymmesskäl och med hänsyn till frågekonstruktion och intervjulängd har vi för AI-översikter valt att avgränsa oss till Google, som är den dominerande sökmotorn. Det förekommer dock liknande AI-funktioner i andra söktjänster, vilket kan vara värt att ha i åtanke.

## Nästan alla tonåringar har använt en AI-tjänst eller en AI-översikt år 2026

Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna använt dig av någon AI-tjänst som ChatGPT, Copilot, Gemini etc.?

Fråga: I sökresultatet på Google visas numera AI-översikter, alltså ett AI-genererat svar på din sökning. Brukar du ta del av/läsa dessa AI-översikter?

BARN 8-19 ÅR: TOTAL AI-ANVÄNDNING (AI-TJÄNSTER/AI-ÖVERSIKTER)



BARN 8-19 ÅR: TOTAL AI-ANVÄNDNING (AI-TJÄNSTER/AI-ÖVERSIKTER)

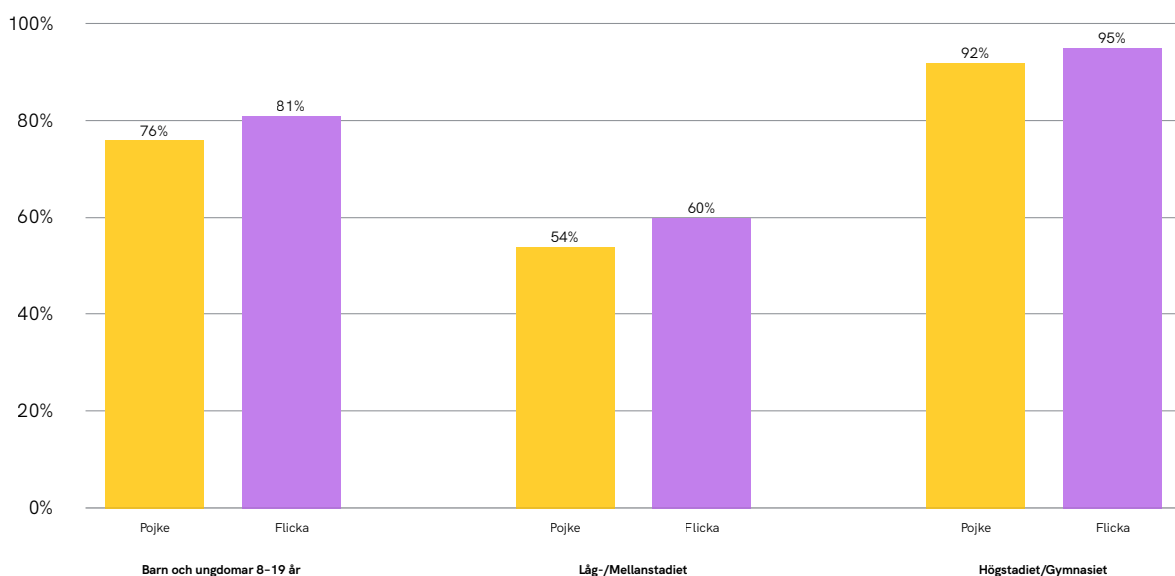


Diagram 2.36a-b, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2026 (Studie 1)

### **Hur ser den totala AI-användningen ut bland barn och ungdomar, alltså de som använder antingen AI-tjänster eller AI-översikter?**

- Nära 8 av 10 barn 8–19 år har använt antingen AI-tjänster eller AI-översikter på Google. Det innebär att det endast är cirka 2 av 10 barn som inte använt AI i dessa former alls år 2026.
- Den totala AI-användningen bland barn och vuxna är ungefär likvärdig. Det beror främst på att fler vuxna än barn använder AI-översikter och fler barn än vuxna använder AI-tjänster vilket jämnar ut fördelningen.\*
- På högstadiet och gymnasiet har fler än 9 av 10 använt AI totalt sett, vilket innebär att nästan alla tonåringar använder AI. Endast några få procent av tonåringarna har alltså inte använt vare sig AI-tjänster eller AI-översikter.
- På mellanstadiet är majoriteten – 8 av 10 barn – AI-användare totalt sett.
- På lågstadiet har en tredjedel av barnen använt AI totalt sett.
- I den totala AI-användningen är fördelningen jämn mellan pojkar och flickor. Flickorna tenderar ta ledningen över pojkarna, framför allt yngre flickor, men skillnaderna är inom felmarginalen.

### **Kan man vara AI-användare på andra sätt än via AI-tjänster och AI-översikter?**

Ja, ju mer AI-teknik integreras i vardagliga digitala tjänster, desto svårare blir det att dra en tydlig gräns för vad som är "AI-användning". Några kan uppfatta sig som AI-användare i situationer där andra inte gör det.

Många tjänster och enheter idag använder olika typer av AI-teknik i bakgrunden. Några exempel är mobiltelefoner som använder AI för kamerafunktioner och ansiktsgenkänning, samt sociala medier som använder AI för att anpassa flödet med innehåll.

## Barn och ungdomars användning av AI

### – Barn och ungdomar om AI för studier eller privat bruk

#### Nästan vartannat barn 8–19 år har använt AI till läxor och skolarbete

Fråga: Vad har du använt AI till?

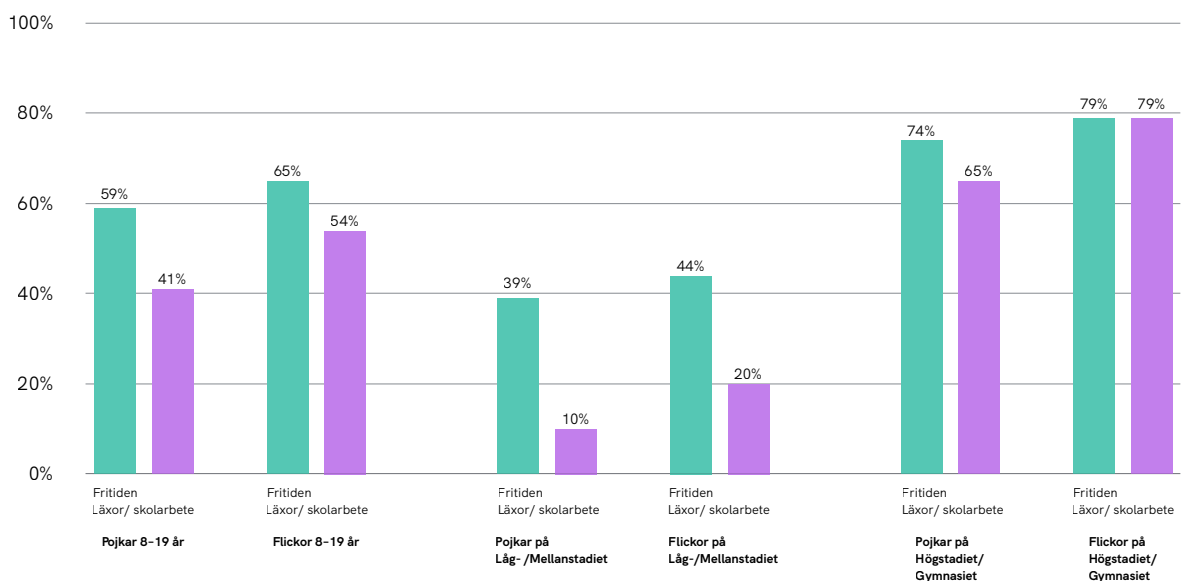
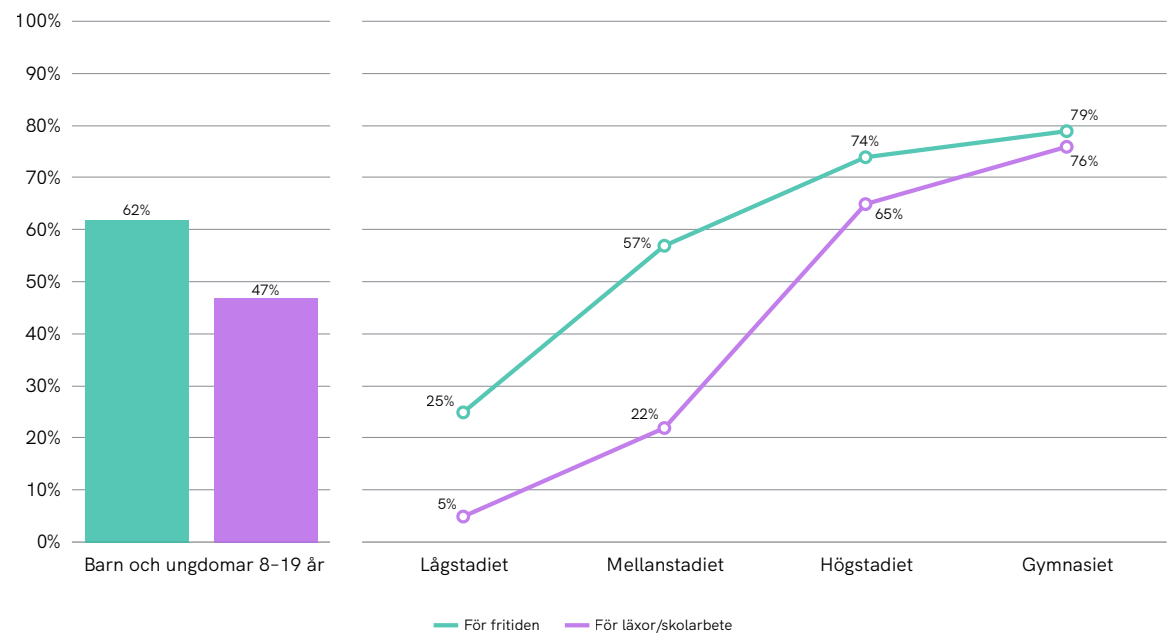


Diagram 2.37a-b, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2026 (Studie 1)



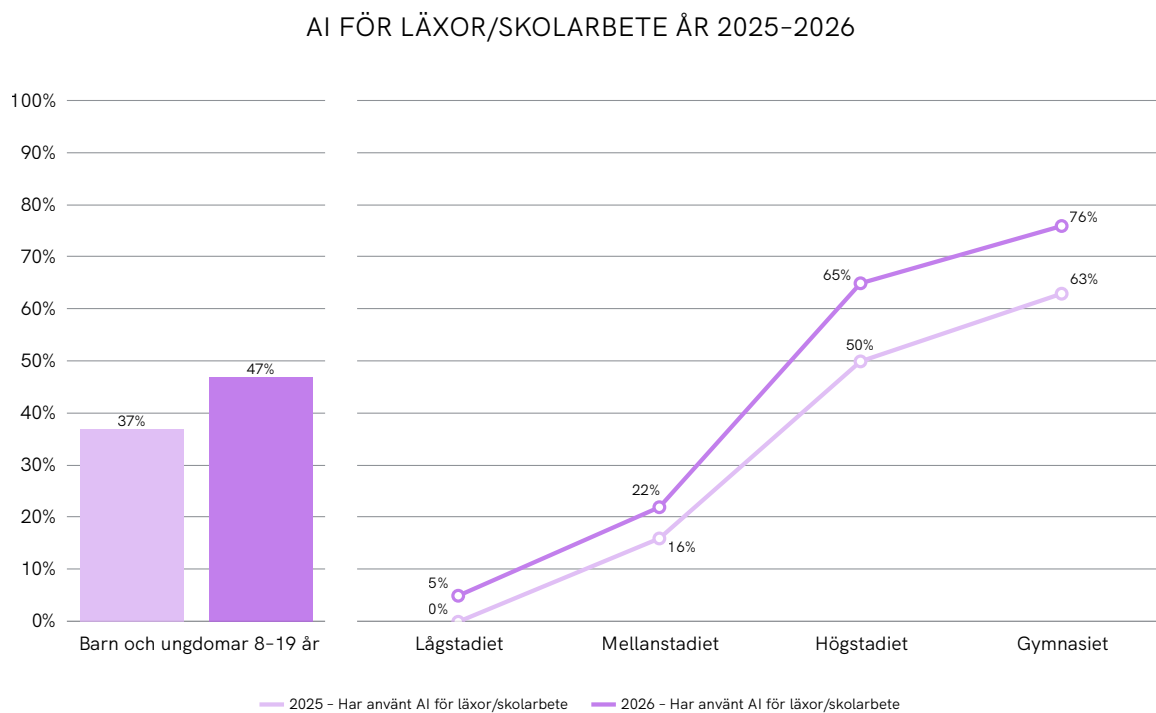
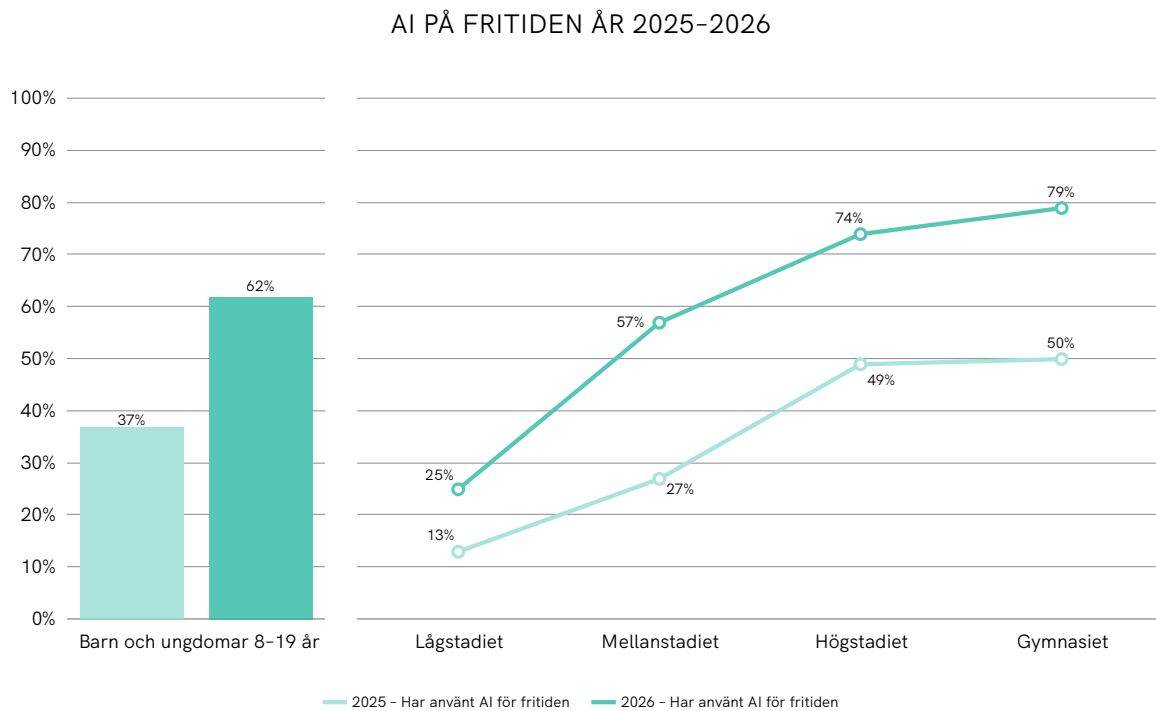


Diagram 2.37c-d, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2025-2026 (Studie 1)

### Använder barn och ungdomar AI på fritiden eller för läxor och skolarbete?

År 2026 är det fler barn 8-19 år som använder AI på fritiden, alltså för privat bruk, än för läxor och skolarbete. Fler än 6 av 10 barn använder AI på fritiden och uppemot 5 av 10 barn använder AI för läxor och skolarbete. Det är vanligare bland barn i alla åldrar att använda AI på fritiden än för skolan, även om skillnaden endast är marginell på gymnasienivå.

År 2025 använde barnen AI i lika hög grad på fritiden som för skolan (37%). Både AI-användningen på fritiden och för skolan har alltså ökat mellan år 2025-2026. Att ökningen för privat bruk är större beror sannolikt på att frågan avser den totala användningen av AI, alltså både AI-tjänster som ChatGPT och AI-översikter på Google. När undersökningen genomfördes år 2025 var inte AI-översikter i Googles sökresultat lanserade och frågan avsåg därför då endast AI-tjänster. Detta påverkar jämförelser över tid. Läs gärna mer om detta i [AI-tjänster och AI-översikter – Jämförelse och total användning: Vilka är AI-användare år 2026?](#)

### **Hur många barn och ungdomar använder AI på fritiden?**

- Merparten – 62 procent – av barnen 8-19 år använder AI på fritiden.
- Det är framför allt ungdomar på gymnasiet – nära 8 av 10 – som använder AI på fritiden.
- På högstadiet använder 3 av 4 barn AI på fritiden, på mellanstadiet långt mer än 2 av 4 barn (57%) och på lågstadiet 1 av 4 barn.
- Oavsett ålder tenderar det vara fler flickor än pojkar som använder AI på fritiden. Skillnaderna är dock inom felmarginalen.

### **Hur många barn och ungdomar använder AI för läxor och skolarbete?**

- Uppemot hälften – 47 procent – av barnen 8-19 år använder AI för läxor och skolarbete.
- Det är framför allt ungdomar på gymnasiet – drygt 3 av 4 – som använder AI för läxor och skolarbete.
- På högstadiet använder två tredjedelar av barnen AI för läxor och skolarbete, på mellanstadiet drygt var femte barn och på lågstadiet var tjugonde barn.
- Det är fler flickor (54%) än pojkar (41%) som använder AI för läxor och skolarbete. Skillnaden är stor i alla åldrar.
- Bland tonårsflickorna är användningen av AI för skolan och privat bruk likvärdig, medan fler av de jämnåriga pojkarna använder AI privat än för skolan.

## Barn och ungdomars användning av AI

### – Besjalar barn och ungdomar AI?

#### Mer än var tredje barn på låg- och mellanstadiet som använder AI-tjänster förmänskligar dessa

Fråga: När du chattar/skriver med en AI-tjänst, kan du då få känslan av att du talar med en person, kompis eller vän?

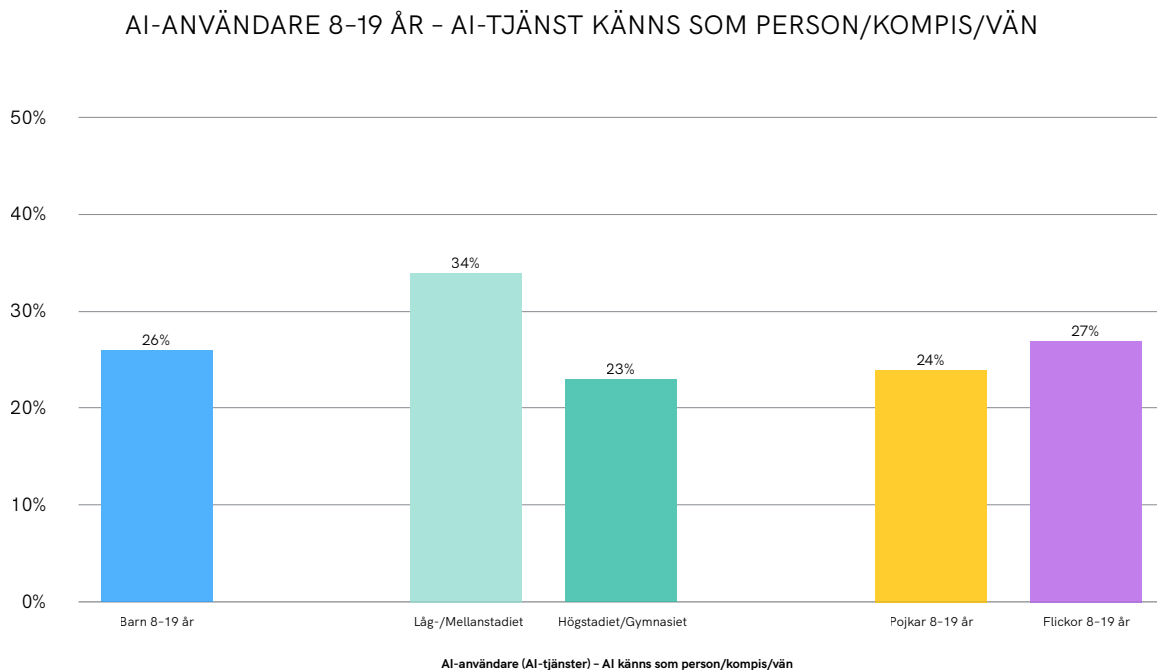


Diagram 2.38, Bas: AI-användare (AI-tjänster) 8-19 år, År 2026 (Studie 1) Obs! Skala 50%

#### Hur många barn som använder AI-tjänster får känslan av att de skriver med en person, kompis eller vän?

- Drygt var fjärde barn (26%) som använder AI-tjänster upplever att de skriver med en person, kompis eller vän. Det är fler än användarna av AI-tjänster i den vuxna befolkningen över 20 år (20%).\*
- Det är framför allt de yngre barnen, alltså AI-användare på lågstadiet och mellanstadiet, som ser AI som en person eller kompis. Mer än var tredje AI-användare i denna ålder förmänskligar AI på detta sätt. På högstadiet och i gymnasieåldern är det knappt var fjärde som ser AI som en person eller vän.
- Det tenderar vara fler flickor än pojkar som ser AI som en person, kompis eller vän. Skillnaden är dock inom felmarginalen.

**Vilka är det som ser AI-tjänsten som en kompis?**

Nära var tionde barn 8–19 år som använder AI-tjänster (8%) uppger att de ser sin AI-tjänst som en kompis eller vän. Det tenderar vara fler yngre än äldre barn och fler flickor än pojkar som betraktar AI som en kompis, men skillnaderna är inom felmarginalen.\*

## Chat och Chatten är vanligaste smeknamnen på AI-tjänster bland barn

Fråga: Har du ett eget namn/smeknamn på någon AI-tjänst som till exempel ChatGPT, Gemini, Copilot eller My AI?

AI-ANVÄNDARE 8-19 ÅR – HAR EGET NAMN/SMEKNAMN PÅ AI-TJÄNST

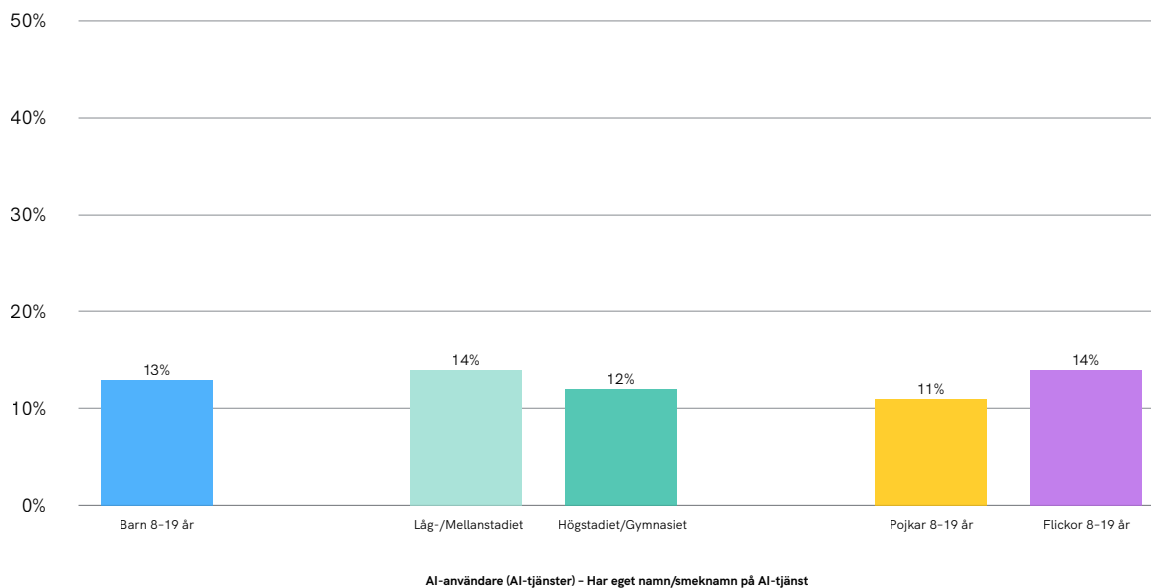


Diagram 2.39a, Bas: AI-användare (AI-tjänster) 8-19 år, År 2026 (Studie 1) Obs! Skala 50%

Fråga: Vilka egna namn/smeknamn har du givit din/dina AI?

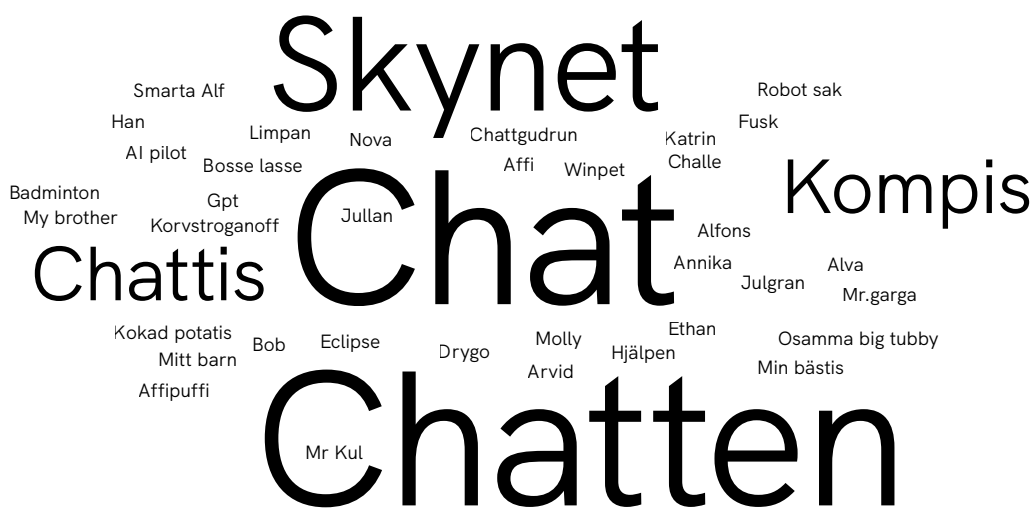


Diagram 2.39b, Bas: Har smeknamn på AI-tjänst 8-19 år, År 2026 (Studie 1)

### Hur många barn har ett smeknamn på sin AI-tjänst?

- Var åttonde (13%) av barnen 8–19 år som använder AI-tjänster har ett smeknamn eller ett eget namn på sin AI-tjänst. Det är dubbelt så många jämfört med den vuxna befolkningen över 20 år (6%).\*
- Det tenderar vara fler yngre än äldre barn och fler flickor än pojkar som har ett smeknamn på sin AI-tjänst, men skillnaderna är inom felmarginalen.

### Vilka smeknamn ger barn och ungdomar sina AI-tjänster?

Många barn, liksom vuxna, som namnger sin AI-tjänst anspelar på att chatta – och med största sannolikhet även på den mest använda AI-tjänsten ChatGPT. Chat och Chatten är de vanligaste smeknamnen bland barn. På tredje plats kommer Skynet, vilket också är namnet på det datornätverk som försöker utplåna mänskligheten i filmserien Terminator.

Därefter följer namnen Chattis och Kompis. Chattis är det vanligaste smeknamnet bland vuxna och i befolkningen i stort. Läs gärna mer om hela befolkningens smeknamn på AI-tjänster *diagram 2.27b* i avsnittet *Besjalar vi AI?*

De flesta namn som barn ger sina AI-tjänster är dock unika och kreativa. Vad sägs exempelvis om Smarta Alf, Kokad potatis, Affipuffi, Korvstroganoff eller Julgran?

## Fler flickor än pojkar tycker att AI har humor

Fråga: Tycker du att AI-tjänster har humor, alltså kan svara roligt?

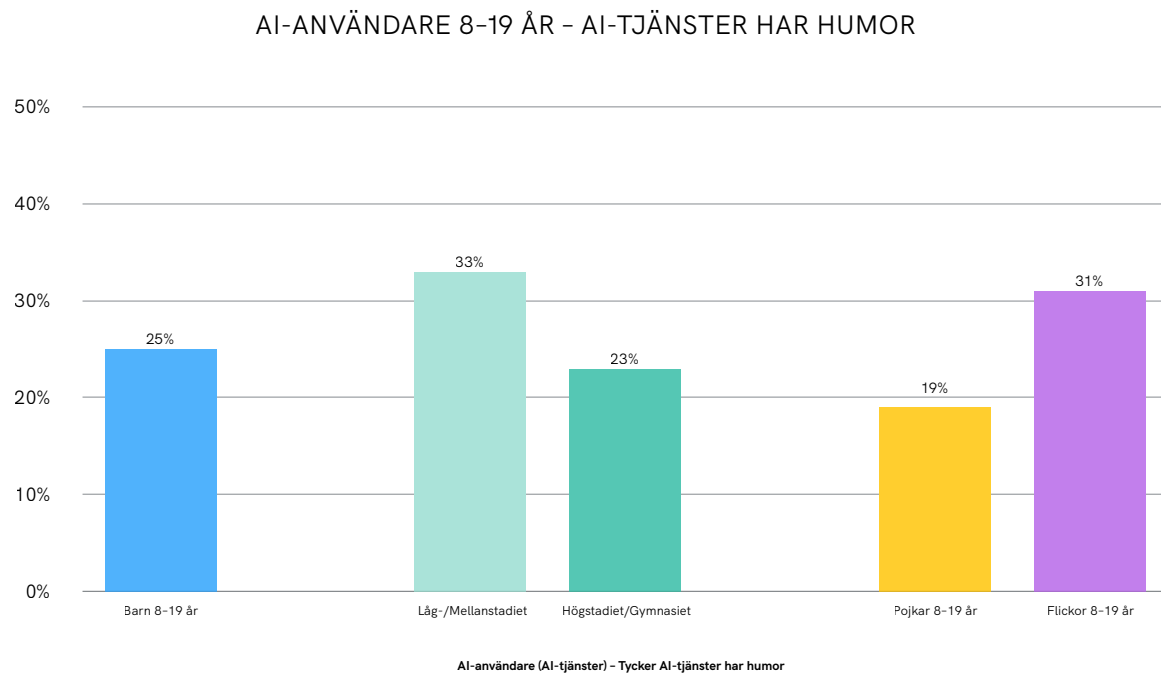


Diagram 2.40, Bas: AI-användare (AI-tjänster) 8-19 år, År 2026 (Studie 1) Obs! Skala 50%

### Hur många barn och ungdomar anser att AI har humor?

- Var fjärde barn som använder AI-tjänster anser att AI har humor och kan svara roligt. Det är i princip likvärdigt med den vuxna befolkningen.\*
- Det är framför allt de yngre barnen, alltså AI-användare på låg- och mellanstadiet, som tycker att AI-tjänster har humor. Var tredje AI-användare i denna ålder tycker att AI kan svara roligt. På högstadiet och i gymnasieåldern är det knappt var fjärde som anser att AI har humor.
- Det är fler flickor än pojkar som tycker att AI-tjänster har humor.

### Barn och ungdomar om roliga svar från AI:

*"Ville att min katt Frasse skulle vara en hiphopare och då gjorde ai bilden och den blev jätterolig."*

Flicka, 8 år

*"Jag gillar skämt som är barnsliga och dumma och det är ai bra på."*

Flicka, 9 år

*"Att om man skämtar till den kan den skämta tillbaka."*

Pojke, 11 år

*"Hur låter räven? AI härma räven jätteroligt."*

Flicka, 12 år

*“Jag frågade om bajs, och fick ett roligt svar.”*

Pojke, 12 år

*“En gång sa jag till meta Ai på whatsapp att han var ful och då sa han jag är ju en virtuell ai robot så hur vet du att jag är ful och sen en skratt imoji.”*

Pojke, 12 år

*“Jag brukar be ai dra ett skämt. Det kan va kul eller så tråkigt att jag gapskrattar. Typ “Varför gick stenen till terapeuten. Den kände sig lite grusad.”*

Flicka, 13 år

*“Någon gång så tror jag att jag har jag bett den att säga ett skämt, men de var inte så roliga. Sedan så frågade jag ChatGPT “what’s under there” och så efter att jag övertygade den att säga det så sa ChatGPT “underwhere” och så svarade jag “haha fick dig att säga underwear. Och sen svarade ChatGPT bara typ haha du fick mig där eller nått liknande. Det var inte så roligt dock.”*

Flicka, 15 år

*“När jag bad om sminktips till halloween och den misstänkte att jag skulle begå kriminell handling.”*

Flicka, 16 år

*“Vad jag borde heta. När jag sa att Prinsessan var för fjäskigt föreslog den Korv-Lisa.”*

Flicka, 18 år

*“Fick ett roligt svar när jag bävade inför ett matteprov. Ai sa att den fattade precis för “matteprov kan vara som skräckfilmer – först är det tyst och sedan börjar någon gråta” :D.”*

Pojke, 19 år

*“Frågade vad min 4.0 AI var bättre på än den nya 5 och han svarade att den nya kanske var snabbare och smartare men att han var roligare och charmigare.”*

Pojke, 19 år

Vill du läsa mer om roliga svar som svenskar har fått från AI-tjänster?

Se [diagram 2.28](#) under avsnittet *Besjälar vi AI?*



# Kapitel 3: Sociala medier





# Män och kvinnor dominerar på olika sociala medier

Allt färre barn använder sociala medier och många tjänster minskar bland barnen. Hos vuxna minskar endast Flashback. Bland vuxna upplever fler att sociala medier främst befäster än utmanar traditionella könsroller.

## Innehåll

- |     |                                                                                                   |     |                                                                                                                                    |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 161 | Kort sammanfattning <a href="#">↗</a>                                                             | 210 | Vilka sociala medier har ökat eller minskat bland barn och ungdomar år 2026? <a href="#">↗</a>                                     |
| 166 | Hur många använder sociala medier? <a href="#">↗</a>                                              | 216 | Barn och ungdomars användning av kommunikationsappar: Facebook Messenger, Whatsapp, Discord, Signal och Telegram <a href="#">↗</a> |
| 168 | Vilka sociala medier och kommunikationsappar använder svenskarna? <a href="#">↗</a>               | 220 | Är pojkar och flickor på samma plattformar? <a href="#">↗</a>                                                                      |
| 170 | Vilka sociala medier har ökat eller minskat år 2026? <a href="#">↗</a>                            | 225 | Fokus på: <a href="#">↗</a>                                                                                                        |
| 173 | Vilka sociala medier är populärast i olika åldrar? <a href="#">↗</a>                              | 225 | Youtube <a href="#">↗</a>                                                                                                          |
| 177 | Kommunikationsappar: Facebook Messenger, Whatsapp, Discord, Signal och Telegram <a href="#">↗</a> | 228 | Facebook <a href="#">↗</a>                                                                                                         |
| 181 | Är män och kvinnor på samma plattformar? <a href="#">↗</a>                                        | 231 | Instagram <a href="#">↗</a>                                                                                                        |
| 189 | Förstärks eller utmanas traditionella könsroller på sociala medier? <a href="#">↗</a>             | 233 | Snapchat <a href="#">↗</a>                                                                                                         |
| 204 | Barn och ungdomars användning av sociala medier <a href="#">↗</a>                                 | 236 | Tiktok <a href="#">↗</a>                                                                                                           |
| 205 | Hur många barn och ungdomar använder sociala medier? <a href="#">↗</a>                            | 239 | X/Twitter <a href="#">↗</a>                                                                                                        |
| 208 | Vilka sociala medier och kommunikationsappar använder barn och ungdomar? <a href="#">↗</a>        | 242 | Roblox <a href="#">↗</a>                                                                                                           |
|     |                                                                                                   | 245 | Linkedin – Special 2026 <a href="#">↗</a>                                                                                          |
|     |                                                                                                   | 249 | Vad gillar och ogillar vi med Linkedin? <a href="#">↗</a>                                                                          |

I det här kapitlet visar vi hur många som använder olika sociala medier och kommunikationsappar, samt om användningen har ökat eller minskat. Vi undersöker också hur användningen skiljer sig åt mellan barn och vuxna respektive män och kvinnor. Barn och ungdomar redovisas även separat i ett eget avsnitt fördelat på de olika skolstadierna.

Utöver detta tar vi också reda på hur många som upplever att plattformarna förstärker eller befäster traditionella könsnormer – och låter svenskarna berätta varför.

I år sätter vi dessutom strålkastarljuset på Linkedin, en plattform som riktar sig till yrkesaktiva. Vilka är det som använder Linkedin och finns det en skillnad beroende

på yrkesroll eller om man jobbar inom privat eller offentlig sektor? Frekventa användare har även fått uppge vad de gillar eller ogillar med LinkedIn.

### **År 2026 toppar Instagram och Facebook daglig användning av sociala medier**

De fem största sociala medierna i befolkningen 8 år eller äldre är: Youtube, Facebook, Instagram, Snapchat och LinkedIn. När det kommer till daglig användning är dock ordningen annorlunda och en ny tjänst kvalar in på femte plats; Instagram, Facebook, Youtube, Snapchat och Tiktok.

Även om både barn och vuxna använder de flesta sociala medier så finns det stora skillnader. Vuxna som är 20 år eller äldre dominerar på plattformar som Facebook, LinkedIn, Flashback, X/Twitter och Threads. Bland barn och ungdomar 8-19 år är det istället betydligt vanligare att använda sociala medier som Tiktok, Roblox och Snapchat.

### **Användningen av de flesta sociala medier står still år 2026**

Det har inte hänt mycket på befolkningsnivå i användningen av sociala medier mellan år 2025-2026. I år är användningen av olika sociala medietjänster i stort sett oförändrad jämfört med föregående år. Den enda tjänst som visar en signifikant nedgång är Flashback, som används av 20 procent av svenskarna. Detta jämfört med 22 procent år 2025.

I ett längre perspektiv framträder däremot flera tydliga trender. Reddit och Roblox har successivt ökat i användning över tid, medan Youtube och Twitch visar en nedåtgående utveckling. Facebooks totala användning ligger stabil över tid, men den dagliga har minskat.

### **Nära dubbelt så många använder Signal år 2026**

Utvecklingen bland kommunikationsappar har haft ett något högre tempo än bland sociala medier. Facebook Messenger är den kommunikationsapp flest svenskar använder. 2 av 3 svenskar har använt tjänsten år 2026 och användningen ligger stabil jämfört med föregående år. Hälften av svenskarna använder Whatsapp, vars användning har ökat både det senaste året och i ett längre perspektiv. Discord används av 16 procent, men i högre utsträckning bland barn och ungdomar.

Den mest påtagliga förändringen sedan 2025 syns dock för Signal. År 2026 använder 8 procent av svenskarna appen – nästan en fördubbling jämfört med året innan. Det är den tydligaste ökningen för någon social medietjänst eller kommunikationsapp under det senaste året och den sker nästan uteslutande bland vuxna. Endast 4 procent av befolkningen använder Telegram.

### **Kvinnor dominerar på Instagram och män på Discord**

Vilka sociala medier och kommunikationsappar som används – och i vilken omfattning – skiljer sig åt mellan män och kvinnor. Män dominerar på Discord, X/Twitter, Reddit och Twitch, samt i viss mån Youtube och Flashback. Kvinnor dominerar istället på Pinterest och Instagram. Fler kvinnor än män använder också Facebook, Facebook Messenger, Snapchat, Tiktok och Whatsapp.

Många av skillnaderna mellan män och kvinnor har dessutom förstärkts över tid. Redan år 2022 använde fler män än kvinnor Youtube, Discord och X/Twitter, men skillnaderna är ännu större år 2026. Och för Facebook och Instagram har skillnaden i att fler kvinnor än män använder tjänsterna blivit större.

När män och kvinnor i allt större utsträckning använder olika plattformar, riskerar då klyftan mellan dem att öka? Kan deras olika informationsflöden och kulturer online påverka hur samhällsutvecklingen uppfattas och diskuteras?

### **Fler kvinnor än män tycker att sociala medier påverkar synen på könsroller**

Många svenskar, 4 av 10, upplever att sociala medier påverkar synen på könsroller. Det är dock ännu fler, över hälften, som inte ens tänkt i dessa banor eller inte tycker att det har någon påverkan. Ju yngre man är, desto vanligare är det att tycka att sociala medier påverkar synen på könsnormer. Åsikterna går dock isär mellan män och kvinnor. Fler kvinnor – 43 procent – än män – 35 procent – tycker att sociala medier har denna påverkan.

Det är också fler med en politisk åskådning klart till vänster – 61 procent – som upplever att sociala medier påverkar könsroller än de som står klart till höger – 30 procent. Bland de med politisk åskådning klart till höger – 22 procent – är det istället fler som upplever att sociala medier varken befäster eller utmanar traditionella könsroller jämfört med de som står klart till vänster – 10 procent.

### **Fler upplever att sociala medier befäster än utmanar traditionella könsroller**

Hur tycker svenskarna då att sociala medier påverkar synen på könsnormer? Jämför vi de som anser att plattformarna främst befäster eller främst utmanar deras åsikter är skillnaden stor. Faktum är att det är mer än dubbelt så många svenskar som anser att sociala medier främst befäster – 17 procent – än främst utmanar – 7 procent – traditionella könsroller och könsnormer.

Åsikterna mellan män och kvinnor går i denna fråga både ihop och isär; det är betydligt fler kvinnor än män som upplever att sociala medier befäster traditionella könsroller – medan det för utmanar är likvärdigt dem emellan.

Bland de som upplever att sociala medier befäster könsroller är innehållet man matas med en viktig förklaring. Det skiljer sig från de som tycker att sociala medier utmanar könsroller, där många i stället betonar att det krävs aktiva egna val för att innehållet ska bli normutmanande – även om också dessa personer ofta pekar på innehållet i sig som en viktig faktor.

### **“Män är starka och händiga. Kvinnor är svaga och ska ta hand om hemmet”**

Majoriteten av både män och kvinnor som upplever att sociala medier främst befäster traditionella könsroller hänvisar till VAD de möter i sina flöden. Framförallt beskriver de en stereotyp bild av kvinnor, även om många också nämner att män framställs stereotypt. Några tar också upp att innehållet på sociala medier upplevs vara alltför heteronormativt, det vill säga att heterosexualitet framställs som det “normala”. Samtidigt pekar många på HUR sociala mediernas struktur, affärsmodell och funktion kan befästa könsnormer. I detta sammanhang nämns framförallt algoritmernas funktion och reklam i flödet som bidragande orsaker.

### **“Sociala medier utmanar generellt sett inte könsnormer, men genom att anpassa min feed gör de det”**

Även de som upplever att sociala medier främst utmanar traditionella könsroller hänvisar i hög utsträckning till VAD som visas som anledning. Det kan röra sig om innehåll som är skapat av HBTQI-personer eller handlar om HBTQI-frågor, men också om att man på sociala medier kan ta del av liberala och progressiva perspektiv.

Flera kvinnor beskriver dessutom att de möter inlägg om feminism och jämställdhet, eller innehåll där personer gör saker eller har beteenden som traditionellt sett har förknippats med motsatt kön. Samtidigt finns det ett fåtal, fler män än kvinnor, som anser det problematiskt att de traditionella könsrollerna utmanas.

Lika många som lyfter fram VAD som visas pekar på HUR sociala mediers struktur och funktion, samt egna val, kan bidra till att utmana traditionella könsnormer. Framförallt beskriver de hur man genom egna aktiva val eller en medveten "uppfostran" av sina algoritmer får upp innehåll som utmanar könsnormer i sina flöden.

### **Klart över hälften av tjänstemännen använder LinkedIn**

LinkedIn är en plattform som används av ungefär lika många män som kvinnor. Det är främst förvärvsarbetande som använder LinkedIn, vilket är föga förvånande då det är en plattform som riktar sig till yrkesaktiva. Användningen har också i ett längre tidsperspektiv ökat bland förvärvsarbetande.

LinkedIn domineras av tjänstemän. Nära fyra gånger fler tjänstemän än personer med arbetaryrken använder plattformen. Fler inom privat sektor än offentlig är användare av plattformen och bland privatanställda sticker kvinnorna ut med en högre användning än bland män.

### **"Gillar möjligheterna till att nätverka och den goda tonen men ogillar skrytet och snyfthistorierna"**

Vad tycker då de frekventa användarna av LinkedIn om plattformen? Alltså de som är där varje vecka eller varje dag. Det de framför allt nämner att de uppskattar med LinkedIn är möjligheten till nätverkande. Plattformen värdesätts också som ett yrkesnätverk med platsannonser och jobbmöjligheter samt att innehållet kan kännas relevant eftersom det inspirerar och underlättar i arbetet. LinkedIn beskrivs dessutom som pålitligt och seriöst, med en trevligare ton och färre bluffannonser än andra sociala medier.

Det de frekventa användarna däremot ogillar är att LinkedIn kan upplevas som skrytigt eller "som en klubb för inbördes beundran". Många stör sig också på att det blir vanligare med icke-jobbrelaterade inlägg och snyfthistorier. Andra källor till missnöje är att LinkedIn "tjatar" om sitt premiererbjudande och att premiummedlemskapet är så dyrt, att plattformen har bristande anonymitet och att flödet ibland visar "flera veckor eller månader gamla" inlägg.

### **Färre barn använder sociala medier**

Färre barn och ungdomar 8–19 år använder sociala medier år 2026 än 2025. Den största förändringen syns bland lågstadbarn, från 91 procent år 2025 till 80 procent 2026. Det är alltså markant färre lågstadbarn som använder, eller som har börjat använda, sociala medier.

Även bland mellanstadiebarn har användningen minskat, men skillnaden är mindre än på lågstadiet. Det skulle eventuellt kunna bero på att de barn som nu nått mellanstadieåldern ännu inte har börjat använda sociala medier i samma utsträckning som tidigare årskullar, snarare än att barn har slutat. I princip alla från högstadieåldern och uppåt använder sociala medier år 2026, även om det sedan år 2024 finns en tendens till minskning även bland högstadieungdomar.

### **Youtube, Snapchat, Roblox, Tiktok och Instagram i topp 5 bland barn**

De fem största sociala medierna bland barn och ungdomar 8–19 år är Youtube, Snapchat, Roblox, Tiktok och Instagram. Därmed har Roblox passerat både Tiktok och Instagram sedan föregående år. Sett till daglig användning är ordningen lite annorlunda; Snapchat, Youtube, Tiktok, Instagram och Roblox.

Barn i lågstadiet använder framför allt tre sociala medier; Youtube, Roblox och Snapchat. I mellanstadiet börjar barnen även använda Tiktok, Instagram och

Pinterest. I högstadiet och gymnasiet används nästan alla sociala medier. Tiktok får år 2026 sin toppnotering – 81 procent – bland gymnasieungdomar.

### **Snapchat och Tiktok minskar bland yngre barn**

Mellan år 2025–2026 ökar i princip inte användningen av någon social medietjänst bland barn 8–19 år, men flera minskar. Fler yngre barn har sannolikt inte fått börja använda en del sociala medier som Tiktok, Snapchat, Instagram och Youtube. Det är i alla fall färre barn i lågstadieåldern som använder Youtube, Snapchat och Instagram och även Tiktok tenderar minska. På mellanstadiet minskar Snapchat, Tiktok och Twitch, och även Pinterest och Youtube tenderar minska.

Bland tonåringar är det framför allt färre som använder X/Twitter. På högstadiet minskar också Reddit, och även Facebook och Instagram tenderar minska. Bland gymnasisterna minskar också Twitch. Roblox går dock mot strömmen då användningen ökar bland gymnasieungdomar.

### **Hälften av flickorna använder Whatsapp**

Medan användningen av sociala medier minskar bland barn så tycks användningen av olika kommunikationsappar stå mer stilla mellan år 2025–2026. Whatsapp är den populäraste kommunikationsappen bland barn 8–19 år. Drygt 4 av 10 barn använder Whatsapp år 2026 och användningen är speciellt hög bland flickor, där hälften använder tjänsten. Därefter följer Discord som används av nära en fjärdedel av barnen. Användningen tenderar dock minska jämfört med föregående år, framförallt bland flickor.

Något färre använder Facebook Messenger än Discord, trots att Facebook Messenger är den mest använda kommunikationsappen bland svenskar överlag. Endast några få procent av barnen använder Signal eller Telegram. Sett till hela befolkningen har Signal ökat tydligt under det senaste året, men vi kan inte notera detsamma bland barnen och ungdomarna.

### **Fler pojkar finns på Discord medan flickorna dominerar på Pinterest**

Vilka sociala medier och kommunikationsappar som används och i vilken omfattning skiljer sig åt mellan pojkar och flickor. Betydligt fler pojkar än flickor använder Discord, Reddit, Twitch, X/Twitter och i viss mån Youtube. Flickor dominerar istället på Pinterest, Instagram och Whatsapp, men i viss mån även på Snapchat och Tiktok.

Kan det finnas risker med att pojkar och flickor samlas på olika digitala plattformar som att redan i unga år möta olika typer av innehåll, gemenskaper och ideal? Skulle det kunna leda till att deras liv tar olika riktningar?

## Hur många använder sociala medier?

### Nästan alla svenskar använder sociala medier år 2026

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

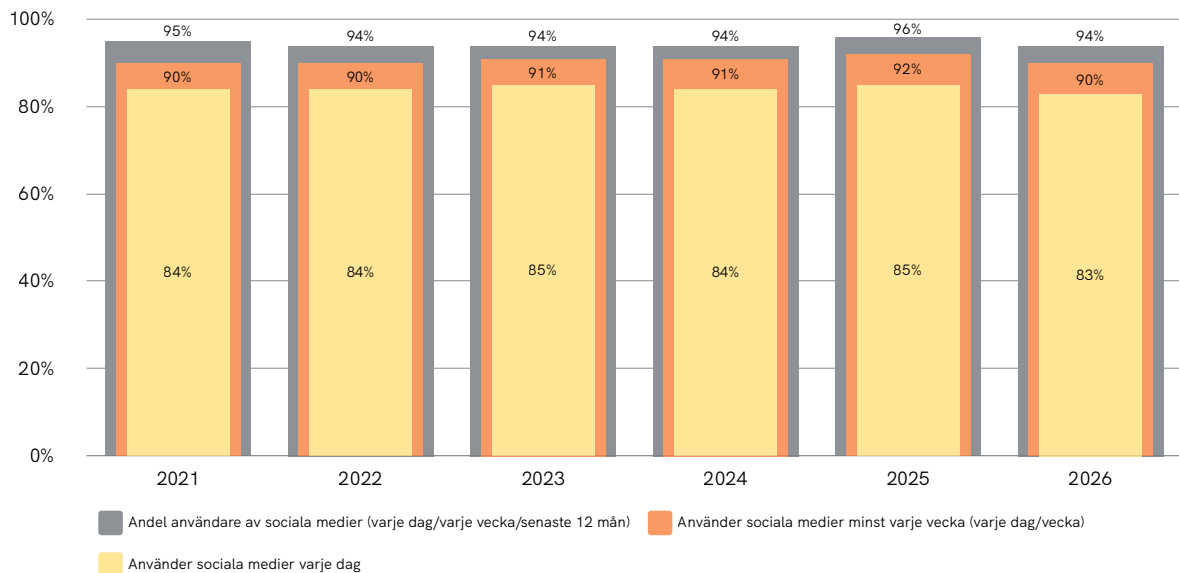


Diagram 3.1a, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2021–2026 (Studie 1)

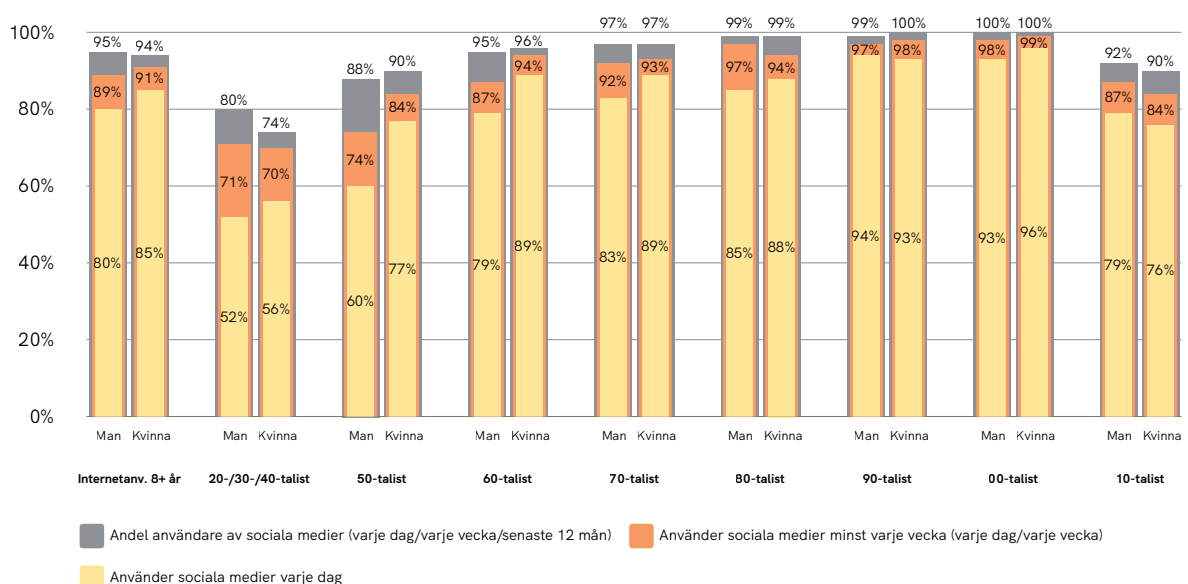


Diagram 3.1b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

### Hur många använder sociala medier år 2026?

- Nästan alla internetanvändare använder sociala medier år 2026. 94 procent är användare och användningen minst varje vecka är nästan lika stor, 90 procent. 83 procent använder sociala medier dagligen.
- Bland personer födda från 70-talet till och med 00-talet använder nästan alla sociala medier.
- För daglig användning ligger 90- och 00-talister i topp. Drygt 9 av 10 födda på 90- och 00-talet använder sociala medier dagligen.
- Män och kvinnor använder totalt sett sociala medier lika mycket. Kvinnor använder dock sociala medier dagligen i en något högre utsträckning än män.
- Sociala medier används i något lägre utsträckning bland de äldre generationerna. Men även hos de allra äldsta internetanvändarna har nära 8 av 10 använt sociala medier år 2026 och en bra bit över hälften är dessutom dagliga användare.

### Ökar eller minskar användningen av sociala medier?

- Användningen av sociala medier bland svenska folket har totalt sett varit stabil under perioden år 2021–2026. Den dagliga användningen har minskat något från år 2025, förändringen är dock endast marginell. Om det är en begynnande trend är något vi givetvis ska följa upp framöver.
- Den dagliga användningen av sociala medier har minskat något bland män år 2026, medan användningen bland kvinnor ligger kvar på samma nivå.\*
- Bland 60-talister minskar användningen av sociala medier något år 2026. Om det är en temporär förändring eller en begynnande trend återstår att se framöver.\*
- Det är färre bland de yngsta internetanvändarna som använder sociala medier år 2026. Läs mer om detta i avsnittet [Barn och ungdomars användning av sociala medier](#).



# Vilka sociala medier och kommunikationsappar använder svenskarna?

## Instagram och Facebook toppar daglig användning av sociala medier

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

### ÖVERSIKT SOCIALA MEDIER OCH KOMMUNIKATIONSAPPAR ÅR 2026

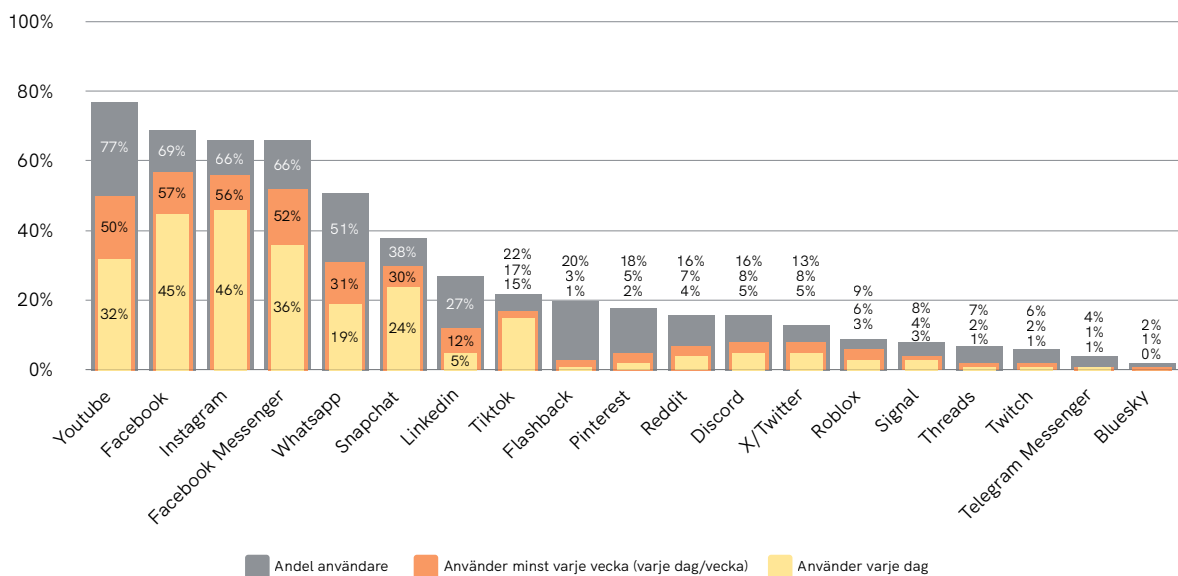


Diagram 3.2, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

För exakt frågeformulering, se frågeformulär.

### Vilka sociala medier och kommunikationsappar är störst år 2026?

- De fem sociala medier och kommunikationsappar som används mest bland svenskar år 2026 är Youtube, Facebook, Instagram, Facebook Messenger och Whatsapp.
- Sett till daglig användning är ordningen lite annorlunda och en ny tjänst kvalar in på femte plats; Instagram, Facebook, Facebook Messenger, Youtube och Snapchat.
- Tittar vi enbart på sociala medier så ligger följande tjänster i topp fem; Youtube, Facebook, Instagram, Snapchat och LinkedIn. Den dagliga användningen har en annorlunda ordning och en ny tjänst kvalar in på femte plats; Instagram, Facebook, Youtube, Snapchat och Tiktok.

I tabellbilagan finns ytterligare tre tjänster med; **Be Real**, **Mastodon** och **Yubo**. Det är väldigt få svenskar som använder dessa tjänster och av utrymmesskäl har vi inte tagit med dem i detta eller kommande diagram.

I kommande avsnitt kommer vi också att redovisa ett urval av de olika sociala medietjänsterna separat, liksom kommunikationsapparna **Facebook Messenger**, **Whatsapp**, **Discord**, **Signal** och **Telegram**. Resultatet för kommunikationsapparna hittas i avsnittet: *Kommunikationsappar: Facebook Messenger, Whatsapp, Discord, Signal och Telegram.*

# Vilka sociala medier har ökat eller minskat år 2026?

## De flesta sociala medier står still i användning år 2026

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

ÅR 2025-2026

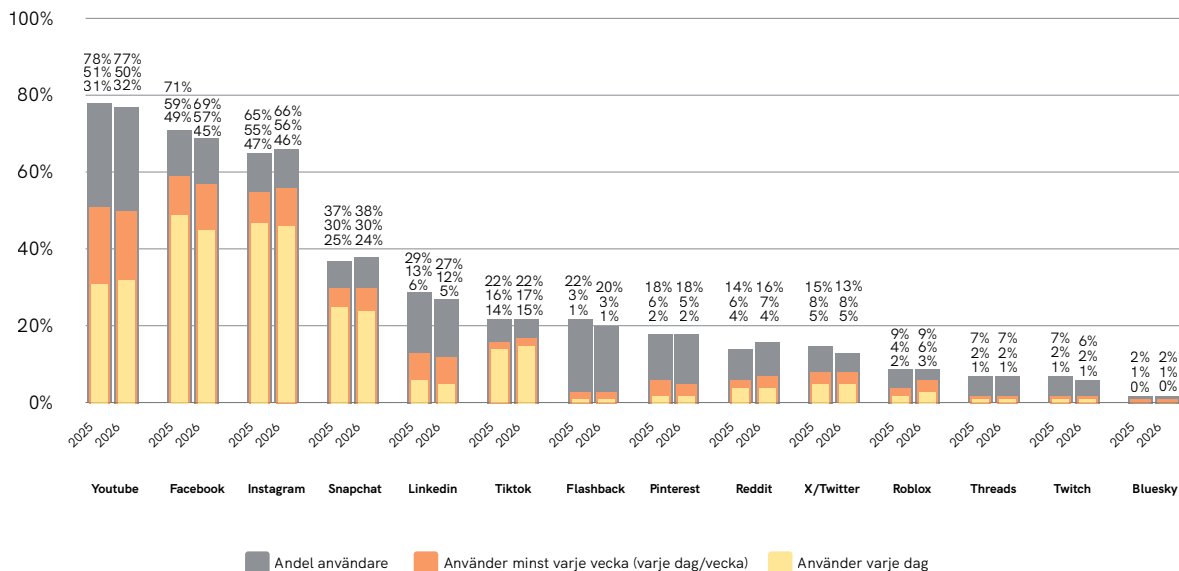


Diagram 3.3a, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2025-2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

ANDEL ANVÄNDARE ÅR 2021-2026

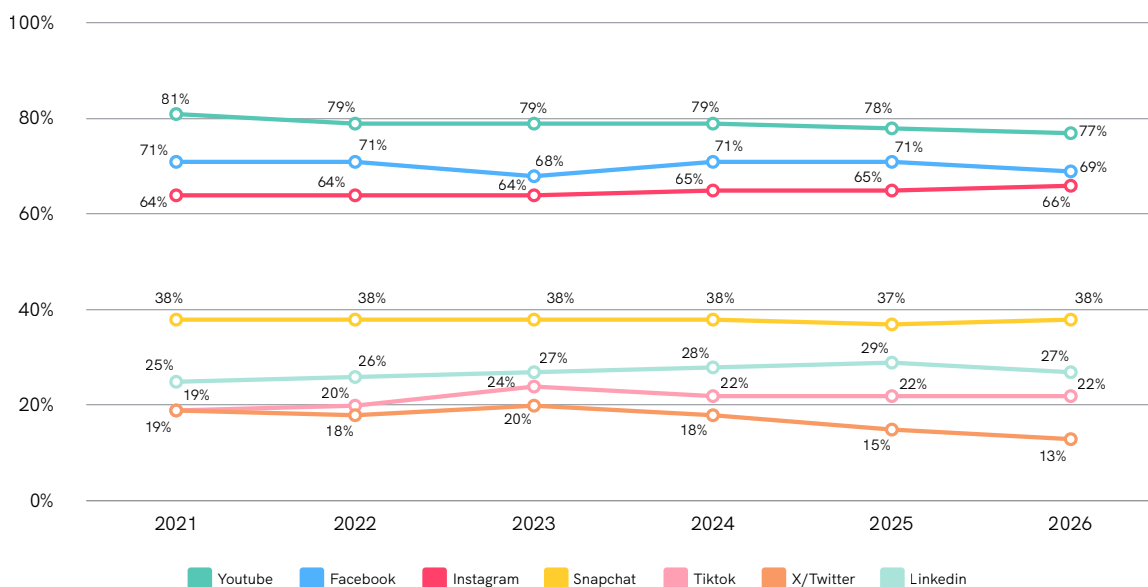


Diagram 3.3b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2021-2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

## ANVÄNDER MINST VARJE VECKA ÅR 2021-2026

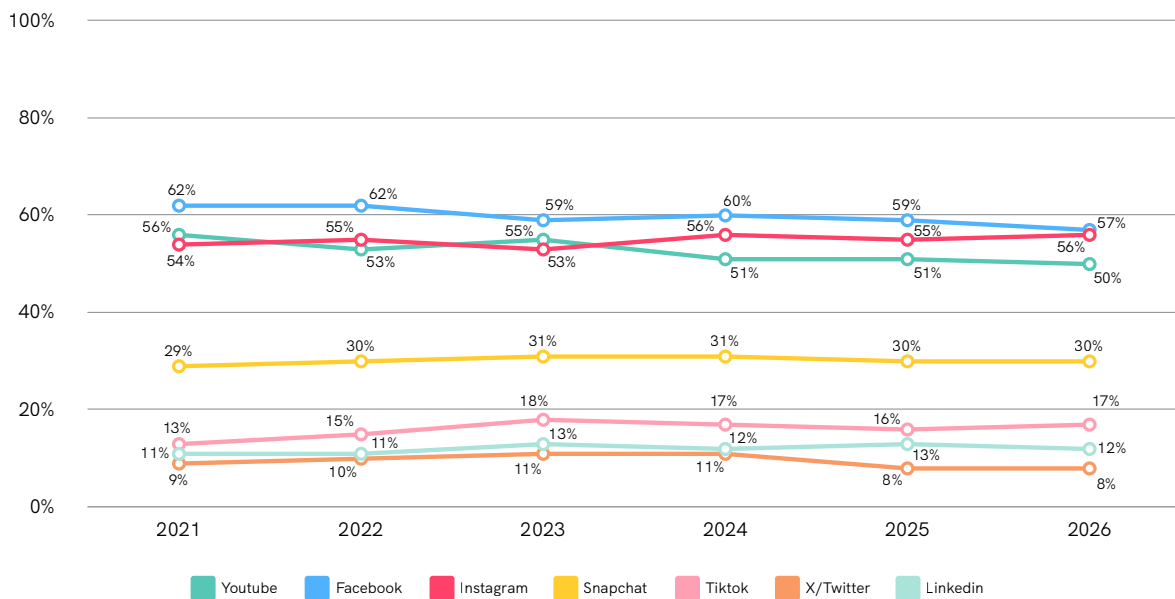


Diagram 3.3c, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2021-2026 (Studie 1)

## ANVÄNDER VARJE DAG ÅR 2021-2026

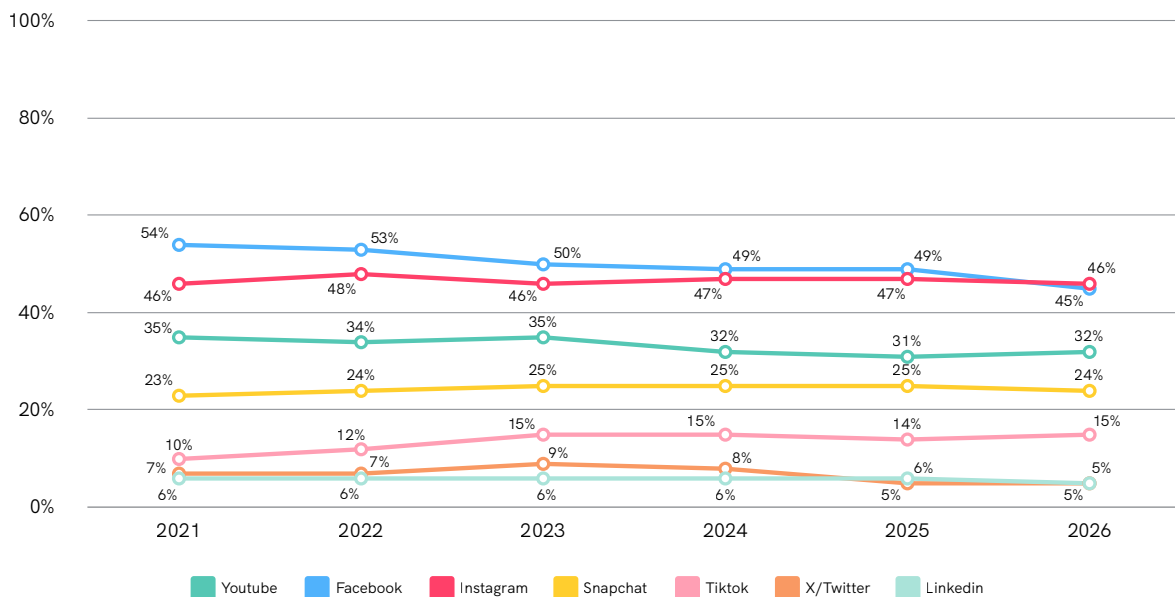


Diagram 3.3d, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2021-2026 (Studie 1)

## Vilka sociala medier har ökat eller minskat mellan år 2025-2026?

- Mellan år 2025-2026 är det ingen social medietjänst som ökar signifikant i användning och endast en som minskar - Flashback. Det är framförallt färre personer födda på 80- och 90-talet som nu använder Flashback.\*
- Facebook, LinkedIn och X/Twitter tenderar minska och Reddit öka mellan år 2025-2026, men skillnaderna ligger inom felmarginalen.

- När det istället kommer till att använda en tjänst minst varje vecka eller dagligen så minskar dessa för Facebook mellan år 2025-2026. För Roblox ökar de, även om ökningarna inte är så stora sett till hela den svenska befolkningen. Bland barn och ungdomar är de dock tydligare (se avsnittet [Fokus på Roblox](#)).

### Vilka sociala medier har ökat eller minskat långsiktigt?

Användningen av de olika sociala medieplattformarna har generellt sett varit relativt stabil under åren 2021–2026. Förändringar sker långsamt, särskilt när man ser till den totala användningen bland samtliga svenska internetanvändare. Trenderna blir ofta tydliga först på längre sikt. Nedan listas plattformar som i ett längre tidsperspektiv visar väsentliga eller långsiktigt successiva förändringar bland samtliga svenska internetanvändare.

#### Följande plattformar har långsiktigt ökat i användning

- Reddit har ökat långsamt sedan år 2022.
- Användningen av Roblox visar en svagt uppåtgående trend under åren 2022–2026. Roblox används nästan enbart av barn och ungdomar, vilket innebär att man endast kan se en marginell ökning om man ser till hela den svenska befolkningen. Tittar man däremot specifikt på gruppen barn och ungdomar i åldern 8–19 år så är utvecklingen tydligare (se avsnittet [Fokus på Roblox](#)).

#### Följande plattformar har långsiktigt minskat i användning

- Det finns en kontinuerlig trend att användningen av Youtube har minskat långsamt sedan år 2021.
- Den totala användningen av Facebook ligger överlag stabil över tid. Den dagliga användningen av Facebook har dock minskat gradvis från 54 procent år 2021 till 45 procent år 2026.
- Användningen av Twitch minskar i ett långsiktigt perspektiv, från 10 procent år 2021 till 6 procent år 2026.

## Vilka sociala medier är populärast i olika åldrar?

### Facebook domineras av vuxna, Tiktok av barn och ungdomar

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

YOUTUBE, FACEBOOK, INSTAGRAM, X/TWITTER - ANVÄNDARE ÅR 2026

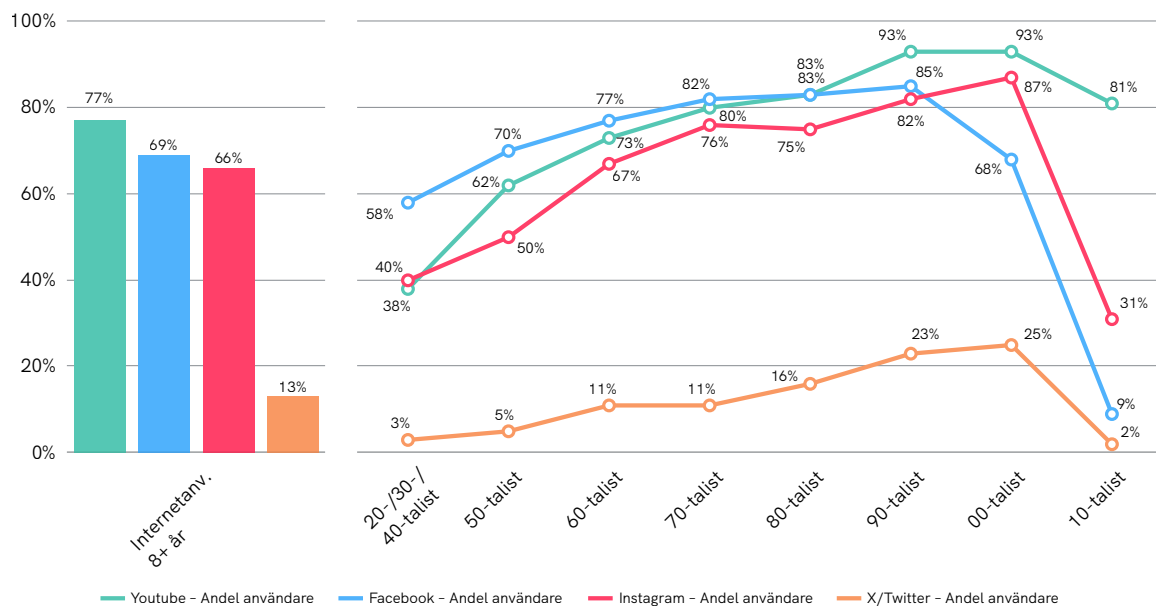


Diagram 3.4a, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

YOUTUBE, FACEBOOK, INSTAGRAM, X/TWITTER - ANVÄNDER VARJE DAG ÅR 2026

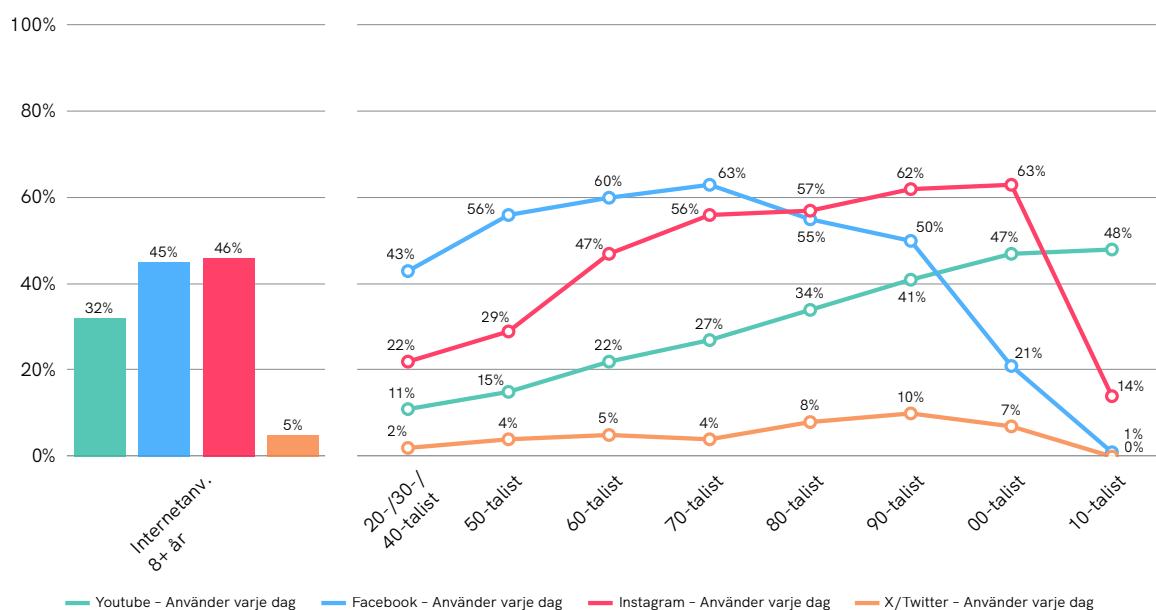


Diagram 3.4b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

## SNAPCHAT, TIKTOK, ROBLOX - ANVÄNDARE ÅR 2026

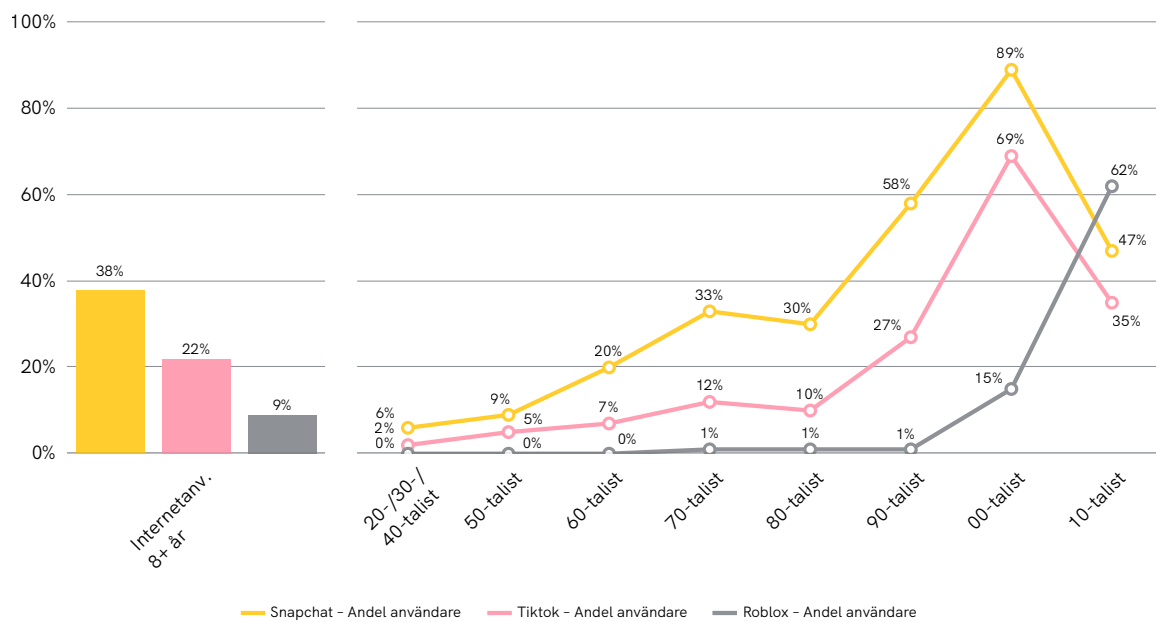


Diagram 3.4c, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

## SNAPCHAT, TIKTOK, ROBLOX - ANVÄNDER VARJE DAG ÅR 2026

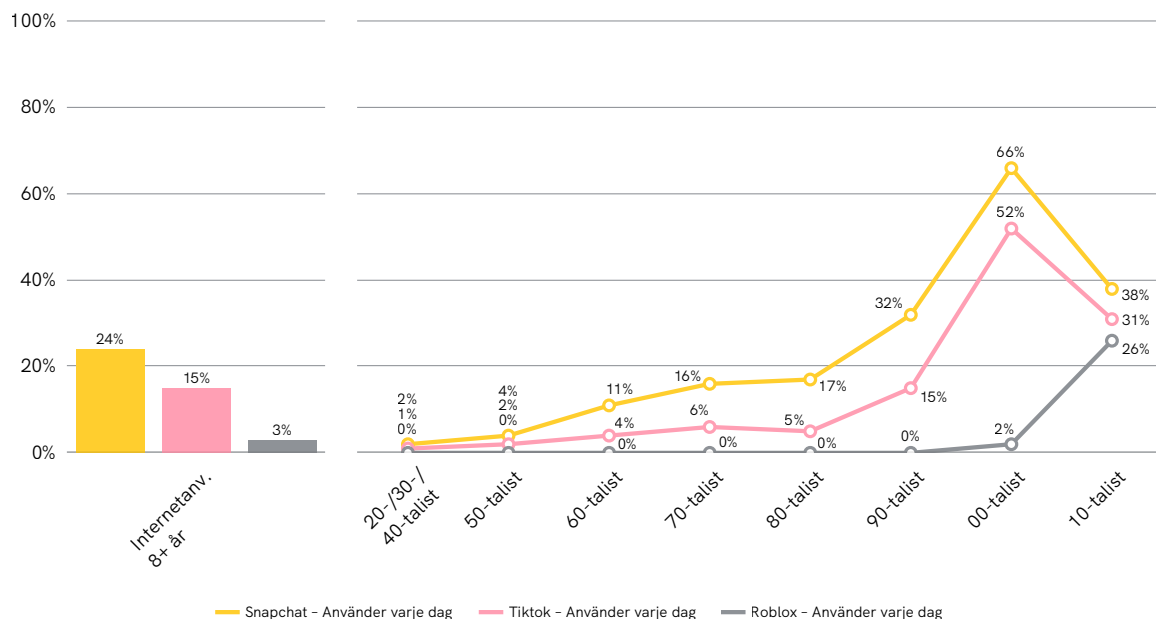


Diagram 3.4d, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

## BARN OCH UNGDOMAR 8-19 ÅR – VUXNA 20+ ÅR

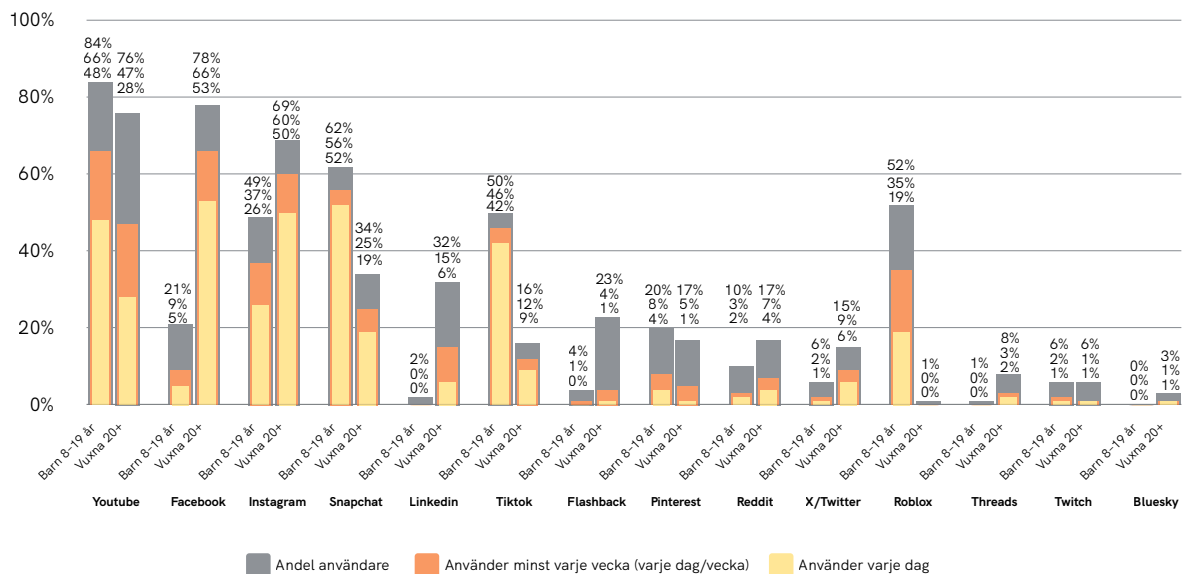


Diagram 3.4e, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

### Använder barn och vuxna olika sociala medier?

Ja, vilka sociala medier som används och i vilken omfattning skiljer sig åt mellan barn och ungdomar 8-19 år och vuxna 20+ år. I denna del vill vi belysa de stora kontraster som finns mellan barn och vuxnas användning av sociala medier.

Utöver det visar vi användningen av olika sociala medier fördelat på generationer för att illustrera kontrasterna dem emellan.

För resultat och mer djupgående analys gällande barn och ungdomars användning, se [Barn och ungdomars användning av sociala medier](#).

- Barn och ungdomar dominerar på sociala medier som Tiktok, Roblox och till stor del Snapchat.
- Vuxna dominerar istället på Facebook, LinkedIn, Flashback, X/Twitter och Threads.
- Youtube och Instagram används i hög utsträckning av såväl barn som vuxna, även om Youtube är mest populär bland barn och ungdomar och Instagram bland vuxna.
- Pinterest och Twitch används i en jämn stor omfattning bland barn och vuxna, men därutöver ser man en relativt markant skillnad i användning för de allra flesta sociala medier.

**Tips!** Vill ni istället se en jämförelse mellan personer födda på 2000-talet respektive 1900-talet, se [Svenskarna och internet 2025](#).



### Tabell över vilka sociala medier som används av olika generationer år 2026

För den som vill fördjupa sig ytterligare och jämföra hur olika generationer använder olika sociala medietjänster år 2026 har vi inkluderat en tabell. 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.

| Internetanvändare 8+ år. Andel användare (varje dag/varje vecka/senaste 12 mån) | GENERATION: |                   |           |           |           |           |           |           |           |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                                                                                 | Total       | 20-/30-/40-talist | 50-talist | 60-talist | 70-talist | 80-talist | 90-talist | 00-talist | 10-talist |
| Youtube                                                                         | 77%         | 38%               | 62%       | 73%       | 80%       | 83%       | 93%       | 93%       | 81%       |
| Facebook                                                                        | 69%         | 58%               | 70%       | 77%       | 82%       | 83%       | 85%       | 68%       | 9%        |
| Instagram                                                                       | 66%         | 40%               | 50%       | 67%       | 76%       | 75%       | 82%       | 87%       | 31%       |
| Snapchat                                                                        | 38%         | 6%                | 9%        | 20%       | 33%       | 30%       | 58%       | 89%       | 47%       |
| Linkedin                                                                        | 27%         | 5%                | 13%       | 31%       | 41%       | 42%       | 45%       | 23%       | 0%        |
| Tiktok                                                                          | 22%         | 2%                | 5%        | 7%        | 12%       | 10%       | 27%       | 69%       | 35%       |
| Flashback                                                                       | 20%         | 5%                | 15%       | 22%       | 33%       | 29%       | 31%       | 13%       | 1%        |
| Pinterest                                                                       | 18%         | 3%                | 13%       | 14%       | 17%       | 15%       | 26%       | 31%       | 15%       |
| Reddit                                                                          | 16%         | 0%                | 1%        | 3%        | 10%       | 22%       | 36%       | 37%       | 4%        |
| X/Twitter                                                                       | 13%         | 3%                | 5%        | 11%       | 11%       | 16%       | 23%       | 25%       | 2%        |
| Roblox                                                                          | 9%          | 0%                | 0%        | 0%        | 1%        | 1%        | 1%        | 15%       | 62%       |
| Threads                                                                         | 7%          | 2%                | 6%        | 7%        | 8%        | 11%       | 10%       | 9%        | 0%        |
| Twitch                                                                          | 6%          | 0%                | 0%        | 0%        | 2%        | 6%        | 14%       | 16%       | 4%        |
| Bluesky                                                                         | 2%          | 1%                | 1%        | 2%        | 3%        | 5%        | 3%        | 2%        | 0%        |



= Signifikant FLER än totalen



= Signifikant FÄRRE än totalen

Tabell 3.5, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

# Kommunikationsappar: Facebook Messenger, Whatsapp, Discord, Signal och Telegram

## Signal har nästan dubblerats mellan år 2025-2026

Fråga: Vilka av följande appar och tjänster har du använt de senaste 12 månaderna?

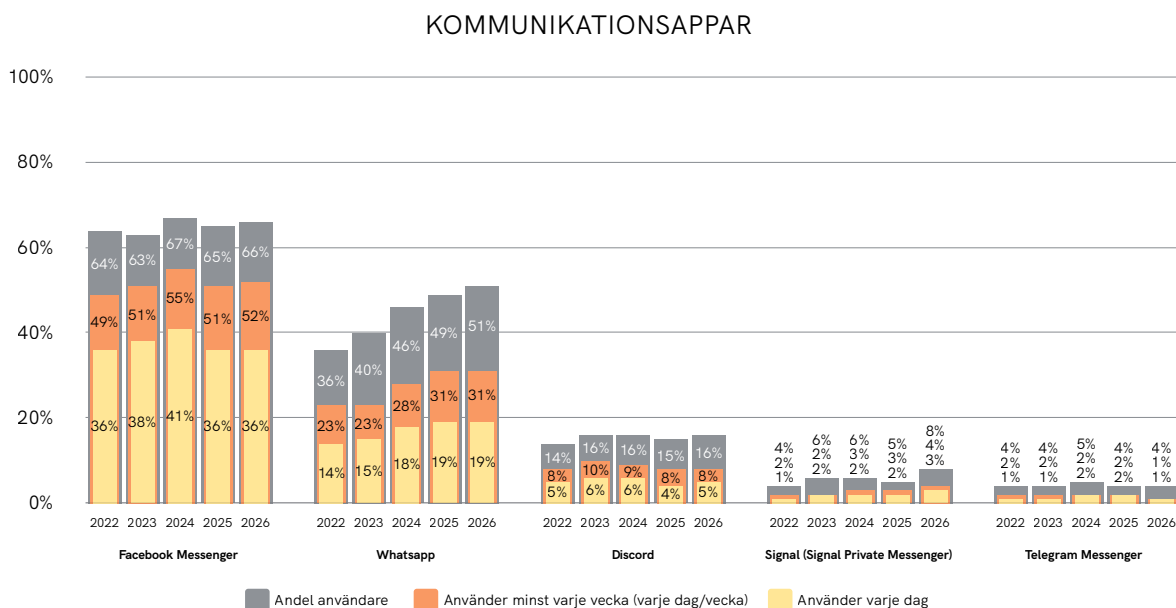


Diagram 3.6a, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2022-2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

## ANVÄNDARE AV RESPEKTIVE KOMMUNIKATIONSAPP ÅR 2026

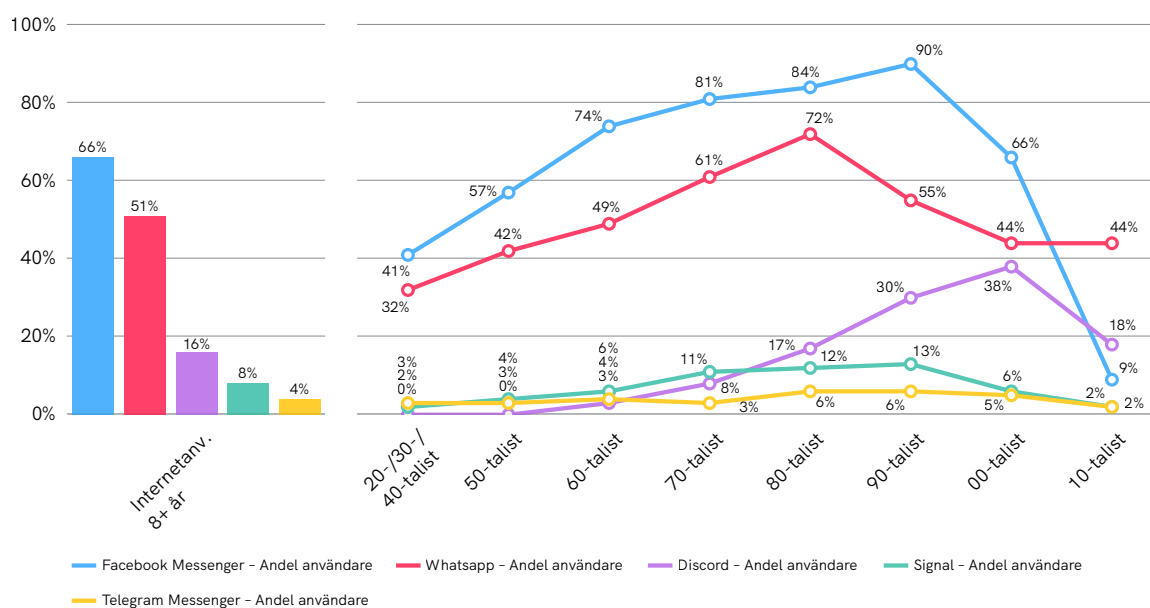


Diagram 3.6b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

## ANVÄNDER VARJE DAG

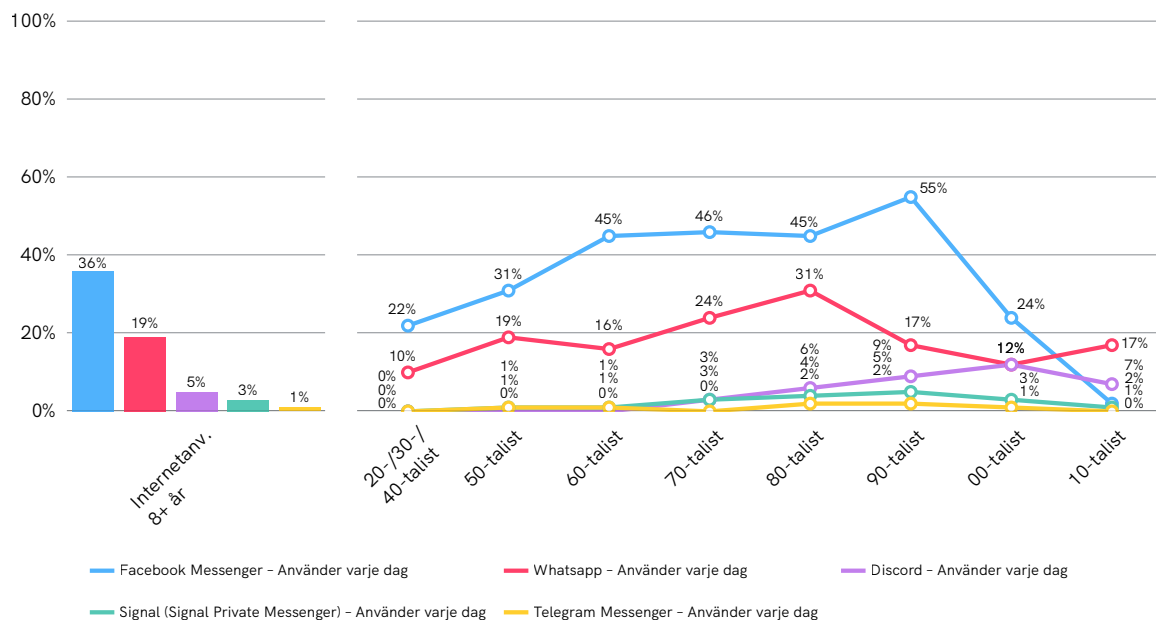


Diagram 3.6c, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

## FACEBOOK MESSENGER, WHATSAPP, DISCORD - ANDEL ANVÄNDARE ÅR 2022, 2025-2026

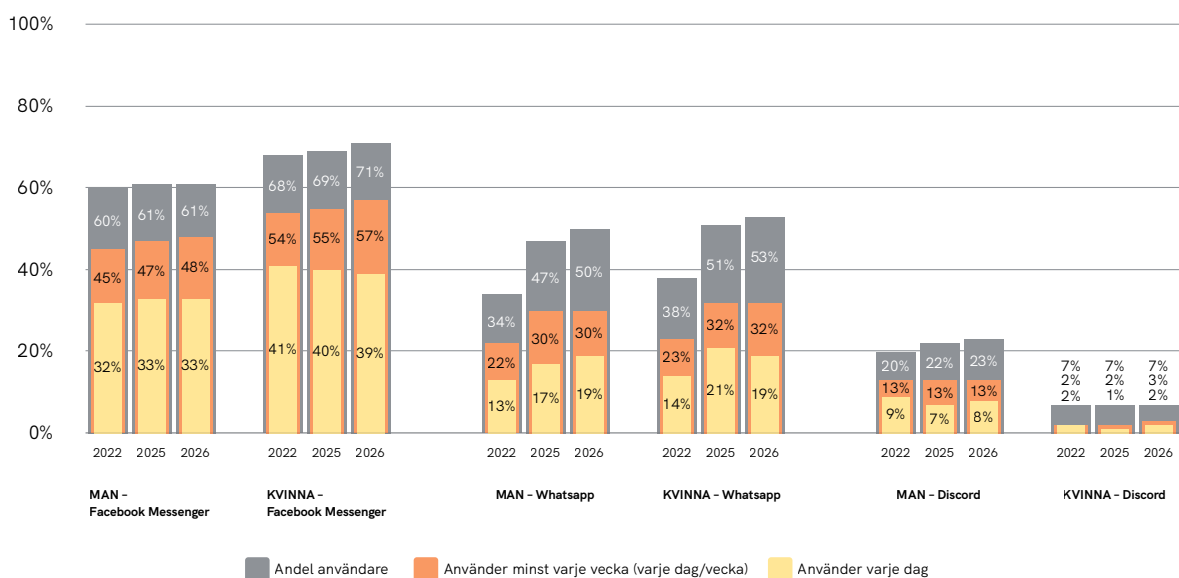


Diagram 3.6d, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2022, 2025 och 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

## Vilka kommunikationsappar använder svenskarna år 2026?

År 2026 är Facebook Messenger den kommunikationsapp som flest använder, följt av Whatsapp, även om avståndet mellan dessa två minskat från år 2022 till 2026. Betydligt färre använder Discord, Signal och Telegram. Även om användningen av Signal ökar stort år 2026, så är det fortfarande dubbelt så många som använder Discord.

Notera att vi i detta avsnitt har undersökt användningen av några utvalda kommunikationsappar som är intressanta att följa som komplement till övriga sociala medier. Definitionen av kommunikationsapp är dock flytande och många sociala medier med chattfunktioner kan också betraktas som kommunikationsappar.

### **Hur många använder Facebook Messenger år 2026?**

- Två tredjedelar av svenskarna använder Facebook Messenger. Hälften använder tjänsten minst varje vecka och drygt en tredjedel varje dag.
- Användningen av Facebook Messenger är som högst bland 90-talister, både den totala och dagliga. Fler kvinnor (71%) än män (61%) använder Facebook Messenger.
- Användningen av Facebook Messenger ligger på samma nivå år 2026 som 2025, både den totala och en mer frekvent användning som minst varje vecka och dagligen.
- I ett längre perspektiv är användningen av Facebook Messenger något högre år 2026 jämfört med 2022. Under perioden har användningen varierat, så om detta är en ihållande trend är givetvis något vi kommer att följa upp över tid.

### **Hur många använder Whatsapp år 2026?**

- Hälften av svenskarna använder Whatsapp. Nästan en tredjedel använder tjänsten minst varje vecka och en femtedel varje dag.
- Användningen av Whatsapp är som högst bland 80-talister, både den totala och dagliga. Något fler kvinnor (53%) än män (50%) använder Whatsapp.
- 10-talisterna är den enda generation som använder Whatsapp mer än Facebook Messenger, fem gånger så många använder Whatsapp jämfört med Facebook Messenger.
- Whatsapp har ökat kontinuerligt från år 2022 (36%) till 2026 (51%). Det är den största ökningen sedan år 2022 bland samtliga sociala medier och kommunikationsappar. Ökningen har varit i princip lika stor bland både kvinnor och män.

### **Hur många använder Discord år 2026?**

- 16 procent av svenskarna använder Discord. 8 procent använder Discord varje vecka, och 5 procent varje dag.
- 00-talister är de som använder Discord i högst utsträckning – 4 av 10 är användare.
- Tre gånger fler män än kvinnor använder Discord.
- Något fler använder Discord år 2026 jämfört med 2022. Användningen ökade år 2023, därefter har den legat kvar på samma nivå.

### **Hur många använder Signal år 2026?**

- 8 procent av svenskarna använder Signal. 4 procent använder Signal varje vecka, och 3 procent varje dag.

- Personer födda från 70-talet till och med 90-talet använder Signal i högst utsträckning.
- Dubbelt så många män som kvinnor använder Signal.\*
- Användningen av Signal har nära nog fördubblats, från 5 procent år 2025 till 8 procent år 2026. Även användningen minst varje vecka och dagligen har ökat. Ökningen har främst skett bland män där 10 procent använder Signal år 2026 jämfört med 6 procent år 2025.\*

### **Hur många använder Telegram år 2026?**

- 4 procent använder Telegram. Endast 1 procent använder tjänsten minst varje vecka och 1 procent dagligen.
- Telegram används mest av 80- och 90-talister.
- Dubbelt så många män som kvinnor använder Telegram.\*
- Sedan 2022 kan endast mycket små förändringar i användning noteras för Telegram. Ingen förändring skedde heller mellan år 2025 och 2026.

**Tips!** Vill du se en fördjupad analys av vilka plattformar, inklusive kommunikationsappar, män respektive kvinnor använder och kontrasterna däremellan, se avsnittet [Är män och kvinnor på samma plattformar?](#)

## Är män och kvinnor på samma plattformar?

### Kvinnor dominerar på Instagram och Pinterest, män på Discord och X/Twitter

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

ANVÄNDNING MÄN OCH KVINNOR ÅR 2026

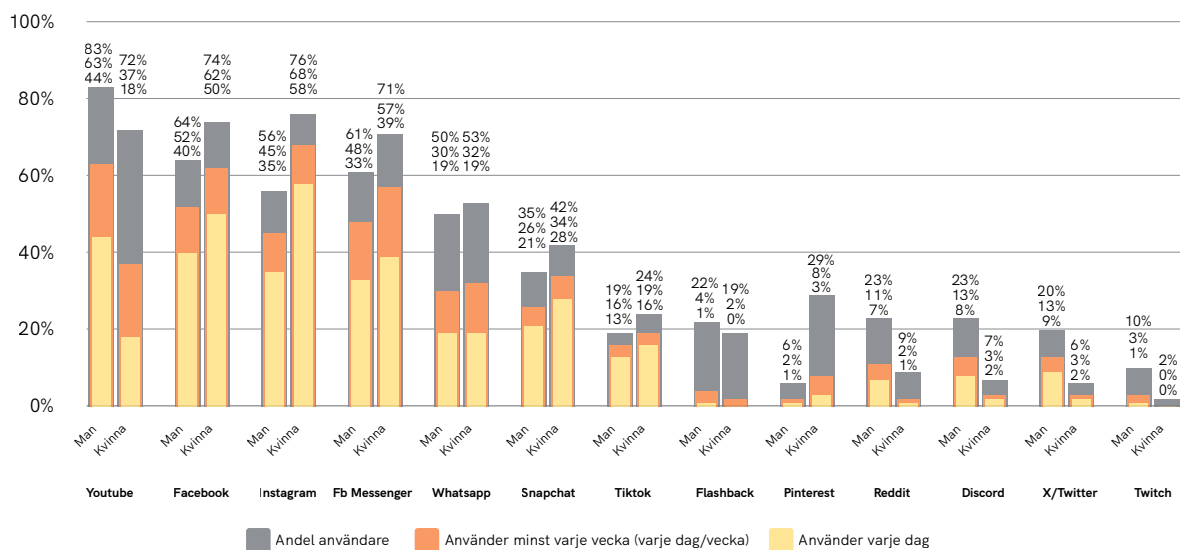


Diagram 3.7a, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

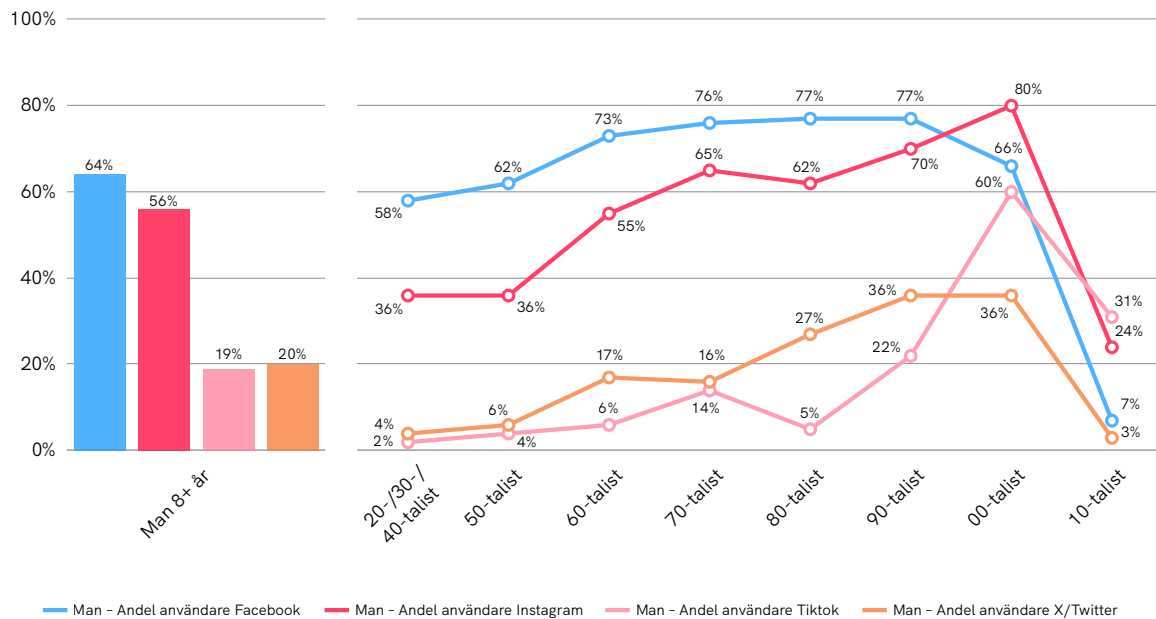
### Tio-i-topp mest använda sociala medier och kommunikationsappar bland män respektive kvinnor år 2026

|    | Man                | Andel användare | Kvinna             | Andel användare |
|----|--------------------|-----------------|--------------------|-----------------|
| 1  | Youtube            | 83%             | Instagram          | 76%             |
| 2  | Facebook           | 64%             | Facebook           | 74%             |
| 3  | Facebook Messenger | 61%             | Youtube            | 72%             |
| 4  | Instagram          | 56%             | Facebook Messenger | 71%             |
| 5  | Whatsapp           | 50%             | Whatsapp           | 53%             |
| 6  | Snapchat           | 35%             | Snapchat           | 42%             |
| 7  | Linkedin           | 27%             | Pinterest          | 29%             |
| 8  | Discord            | 23%             | Linkedin           | 28%             |
| 9  | Reddit             | 23%             | Tiktok             | 24%             |
| 10 | Flashback          | 22%             | Flashback          | 19%             |

= Signifikant FLER än totalen  = Signifikant FÄRRE än totalen

Tabell 3.7b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

## MÄN - ANVÄNDER FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK, X/TWITTER ÅR 2026



## KVINNOR - ANVÄNDER FACEBOOK, INSTAGRAM, TIKTOK, X/TWITTER ÅR 2026

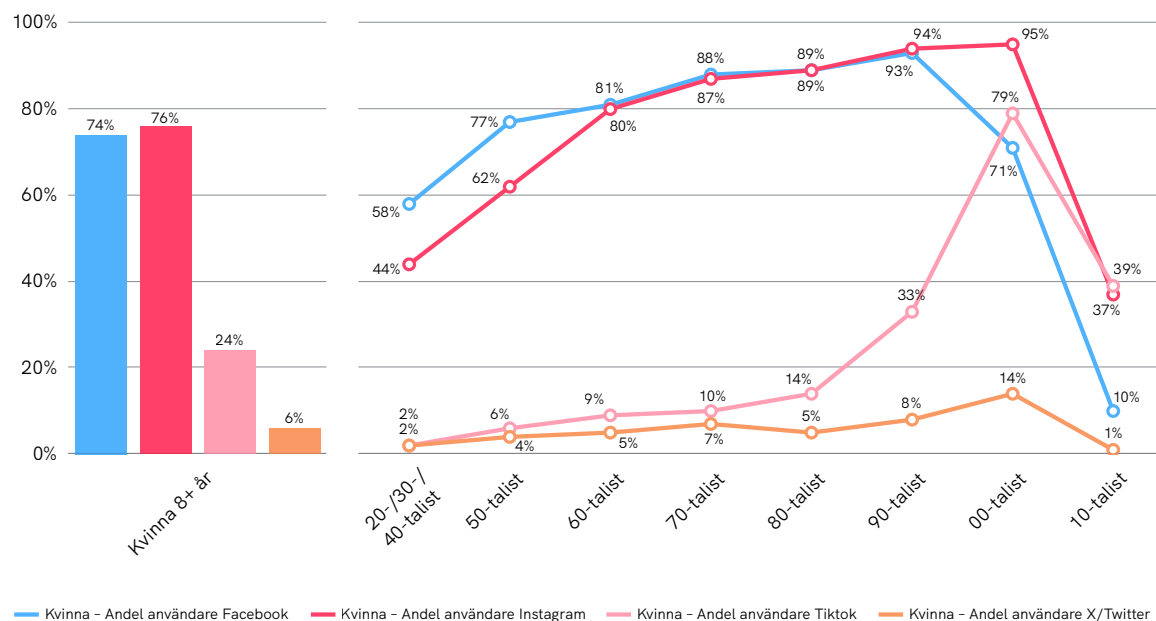


Diagram 3.7c-d, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

### Använder män och kvinnor olika sociala medier och kommunikationsappar?

Ja, vilka sociala medier och kommunikationsappar som används och i vilken omfattning skiljer sig åt mellan män och kvinnor. I denna del vill vi belysa dessa kontraster.

Även om det finns stora likheter mellan vilka sociala medier och kommunikationsappar som finns med bland de tio mest använda bland män

respektive kvinnor, skiljer sig ordningen och nivåerna åt i hög utsträckning. Följande tjänster finns med bland de tio mest använda för endast män eller kvinnor.

**I topp tio för män, men inte kvinnor:** Discord och Reddit

**I topp tio för kvinnor, men inte män:** Pinterest och Tiktok

### **Vilka sociala medier och kommunikationsappar används mer av män än kvinnor?**

- Betydligt fler män än kvinnor använder Discord, X/Twitter, Reddit, Twitch och i viss mån Youtube. Det är även något fler män än kvinnor som använder Flashback.
- **Discord:** Knappt var fjärde man använder Discord, jämfört med endast 7 procent av kvinnorna. Skillnaderna mellan män och kvinnor är som störst bland 90- och 00-talister.\*
- **X/Twitter:** Var femte man använder X/Twitter, jämfört med ungefär var tjugonde kvinna. Det är bland 90-talister vi kan finna den största skillnaden mellan män och kvinnor, även om den också är stor bland 80- och 00-talister.
- **Reddit:** Nästan var fjärde man använder Reddit, jämfört med var tionde kvinna. Bland 00-talister kan vi finna den största skillnaden mellan män och kvinnor, därefter bland 90-talister.\*
- **Twitch:** Twitch används av var tionde man medan det är väldigt få kvinnor, 2 procent, som är användare. Skillnaderna mellan män och kvinnor är tydligast bland 90- och 00-talister.\*
- **Youtube:** Drygt 8 av 10 män använder Youtube, jämfört med drygt 7 av 10 kvinnor. Skillnaderna mellan män och kvinnor är större bland personer födda på 70-talet eller tidigare. När det kommer till daglig användning förstärks männens dominans ytterligare, mer än dubbelt så många män som kvinnor använder Youtube dagligen.\*
- **Flashback:** Något fler män (22%) än kvinnor (19%) använder Flashback. Det är bland 70-talister vi kan finna den största skillnaden mellan män och kvinnor.\*

### **Vilka sociala medier och kommunikationsappar används mer av kvinnor än män?**

- Betydligt fler kvinnor än män finns på tjänster som Pinterest och Instagram, och till stor del även på Facebook, Facebook Messenger, Snapchat och Tiktok. Det är även något fler kvinnor än män som använder Whatsapp.
- **Pinterest:** 3 av 10 kvinnor använder Pinterest jämfört med endast 6 procent av männen. Skillnaderna mellan kvinnor och män är särskilt stora bland 90- och 00-talister.\*
- **Instagram:** Tre fjärdedelar av kvinnorna använder Instagram jämfört med drygt hälften av männen. Skillnaderna mellan kvinnor och män är tydligast bland personer födda på 50-talet fram till och med 90-talet.



- **Facebook:** Tre fjärdedelar av kvinnorna använder Facebook jämfört med knappt två tredjedelar av männen. De största skillnaderna mellan kvinnor och män kan vi finna bland personer födda på 50- respektive 90-talet.
- **Facebook Messenger:** 7 av 10 kvinnor använder Facebook Messenger jämfört med 6 av 10 män. Skillnaden mellan kvinnor och män är störst bland 50-talisterna.\*
- **Snapchat:** 42 procent av kvinnorna använder Snapchat jämfört med 35 procent av männen. Här är skillnaden mellan kvinnor och män som störst bland personer födda på 80-talet.\*
- **Tiktok:** Var fjärde kvinna använder Tiktok jämfört med var femte man. Den största skillnaden mellan kvinnor och män finns bland 00-talisterna.
- **Whatsapp:** Något fler kvinnor (53%) än män (50%) använder Whatsapp. Det är bland 00- och 10-talister, det vill säga bland unga, vi kan finna de största skillnaderna i användning mellan kvinnor och män.\*

## Skillnaderna mellan män och kvinnors användning av olika sociala medier har förstärkts över tid

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

MAN ÅR 2022 OCH 2026

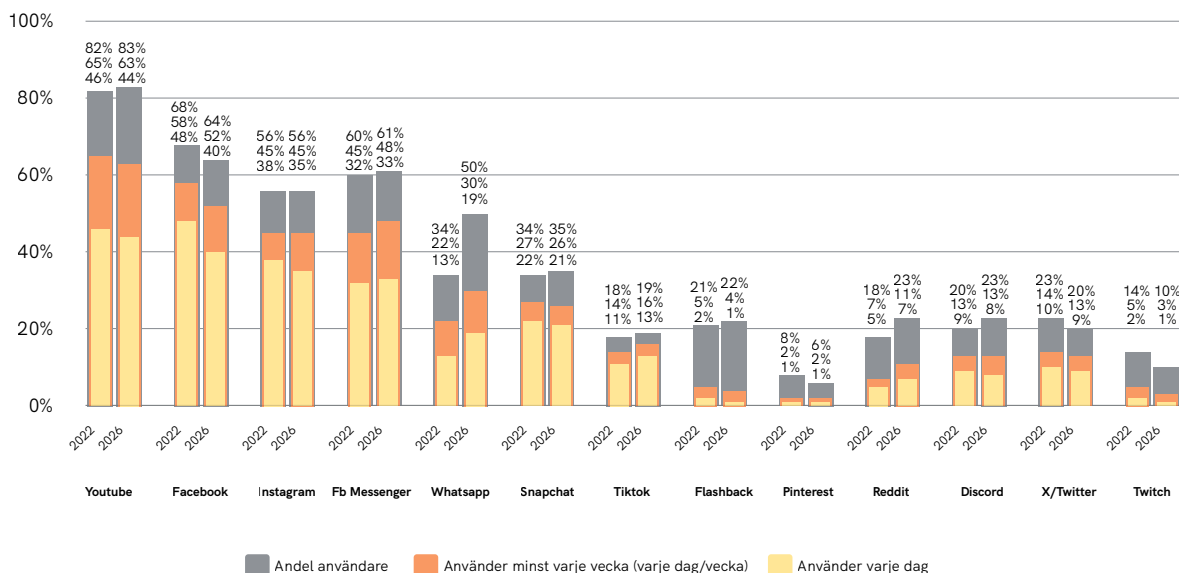


Diagram 3.8a, Bas: Man 8+ år, År 2022/2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

KVINNA ÅR 2022 OCH 2026



Diagram 3.8b, Bas: Kvinna 8+ år, År 2022/2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

### För vilka sociala medier och kommunikationsappar har skillnaderna i användning mellan män och kvinnor förändrats över tid?

För att jämföra långsiktig utveckling över tid har vi i denna del utgått från användning år 2022 och 2026. Detta för att frågan om kommunikationsappar ställdes först år 2022 till alla som är 8 år eller äldre.

- Fler män än kvinnor använde Youtube, Discord och X/Twitter redan år 2022, och skillnaderna har förstärkts ytterligare fram till år 2026.
- Även Twitch användes av fler män än kvinnor år 2022, men för denna plattform har skillnaden istället minskat fram till år 2026.
- Fler kvinnor än män använde Facebook och Instagram redan år 2022, och skillnaderna har förstärkts ytterligare fram till år 2026.

### Tabell över andel användare av sociala medier och kommunikationsappar bland män och kvinnor år 2022 och 2026

För den som vill fördjupa sig ytterligare i användningen av olika sociala medietjänster och kommunikationsappar bland män och kvinnor år 2022 och 2026 har vi inkluderat en tabell.

| Internetanvändare 8+ år. Andel användare (varje dag/varje vecka/senaste 12 mån) | Man  |      | Kvinna |      |
|---------------------------------------------------------------------------------|------|------|--------|------|
|                                                                                 | 2022 | 2026 | 2022   | 2026 |
| Youtube                                                                         | 82%  | 83%  | 75%    | 72%  |
| Facebook                                                                        | 68%  | 64%  | 74%    | 74%  |
| Instagram                                                                       | 56%  | 56%  | 72%    | 76%  |
| Facebook Messenger                                                              | 60%  | 61%  | 68%    | 71%  |
| Whatsapp                                                                        | 34%  | 50%  | 38%    | 53%  |
| Snapchat                                                                        | 34%  | 35%  | 41%    | 42%  |
| Linkedin                                                                        | 27%  | 27%  | 26%    | 28%  |
| Tiktok                                                                          | 18%  | 19%  | 21%    | 24%  |
| Flashback                                                                       | 21%  | 22%  | 18%    | 19%  |
| Pinterest                                                                       | 8%   | 6%   | 31%    | 29%  |
| Reddit                                                                          | 18%  | 23%  | 6%     | 9%   |
| Discord                                                                         | 20%  | 23%  | 7%     | 7%   |
| X/Twitter                                                                       | 23%  | 20%  | 12%    | 6%   |
| Roblox                                                                          | 7%   | 9%   | 7%     | 9%   |
| Signal                                                                          | 6%   | 10%  | 3%     | 5%   |
| Threads                                                                         | 0%*  | 7%   | 0%*    | 7%   |
| Twitch                                                                          | 14%  | 10%  | 3%     | 2%   |
| Telegram Messenger                                                              | 5%   | 6%   | 3%     | 3%   |
| Bluesky                                                                         | 0%*  | 3%   | 0%*    | 1%   |



= Signifikant FLER använder tjänsten år 2026 jämfört med 2022



= Signifikant FÄRRE använder tjänsten år 2026 jämfört med 2022

Tabell 3.9, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2022/2026 (Studie 1)

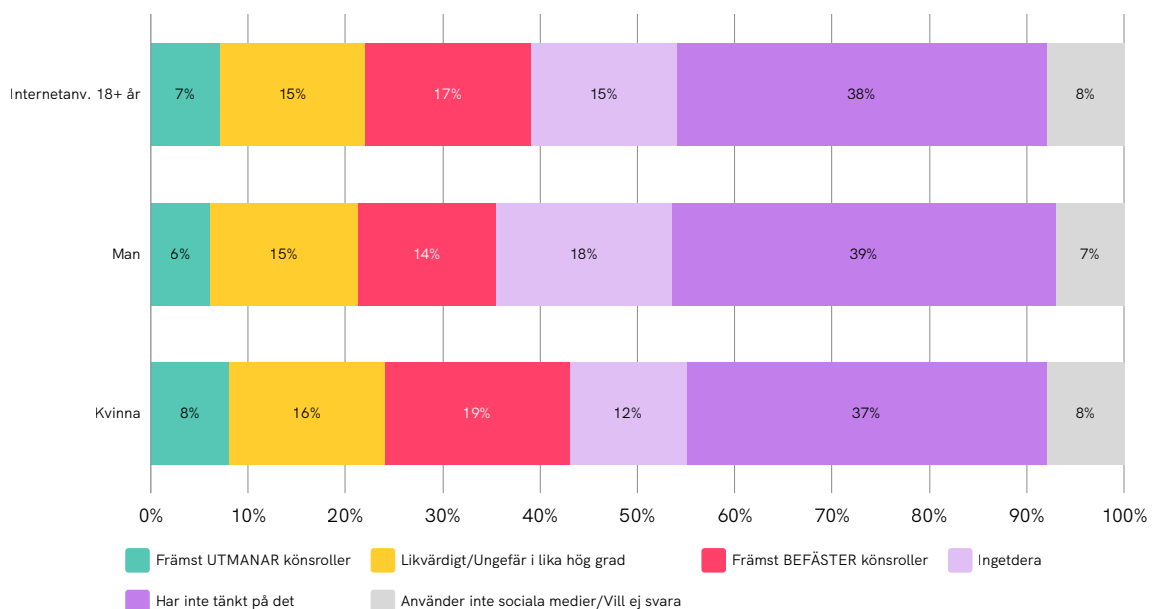
\*) Threads och Bluesky var inte lanserade år 2022

# Förstärks eller utmanas traditionella könsroller på sociala medier?

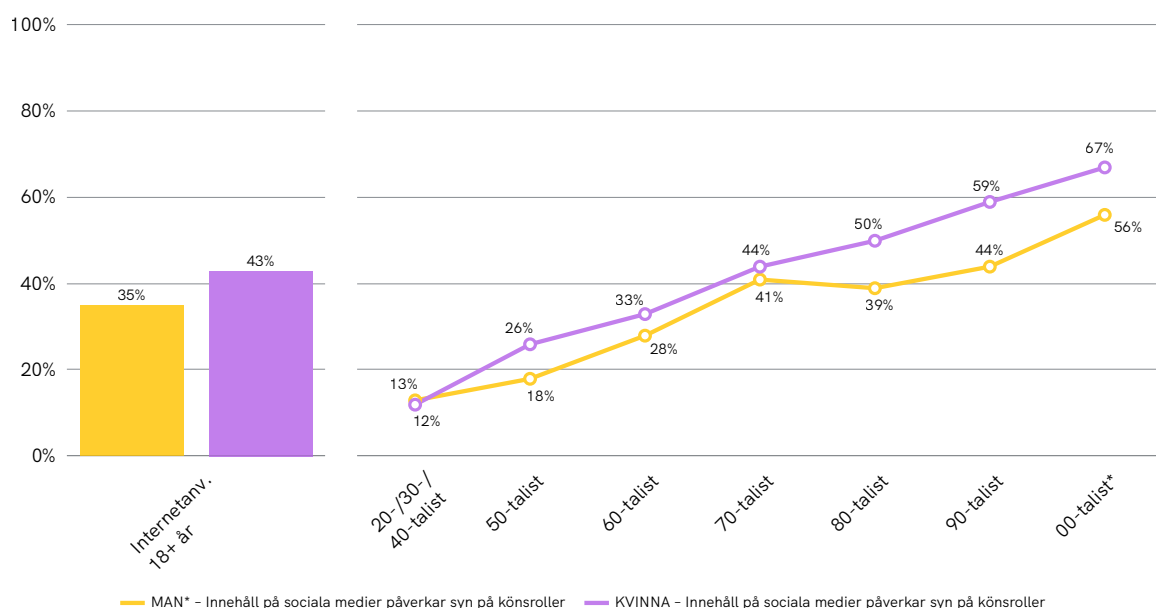
## Fler upplever att sociala medier befäster än utmanar traditionella könsroller

Fråga: Upplever du att innehållet i ditt flöde på sociala medier främst befäster eller främst utmanar traditionella könsroller eller könsnormer?

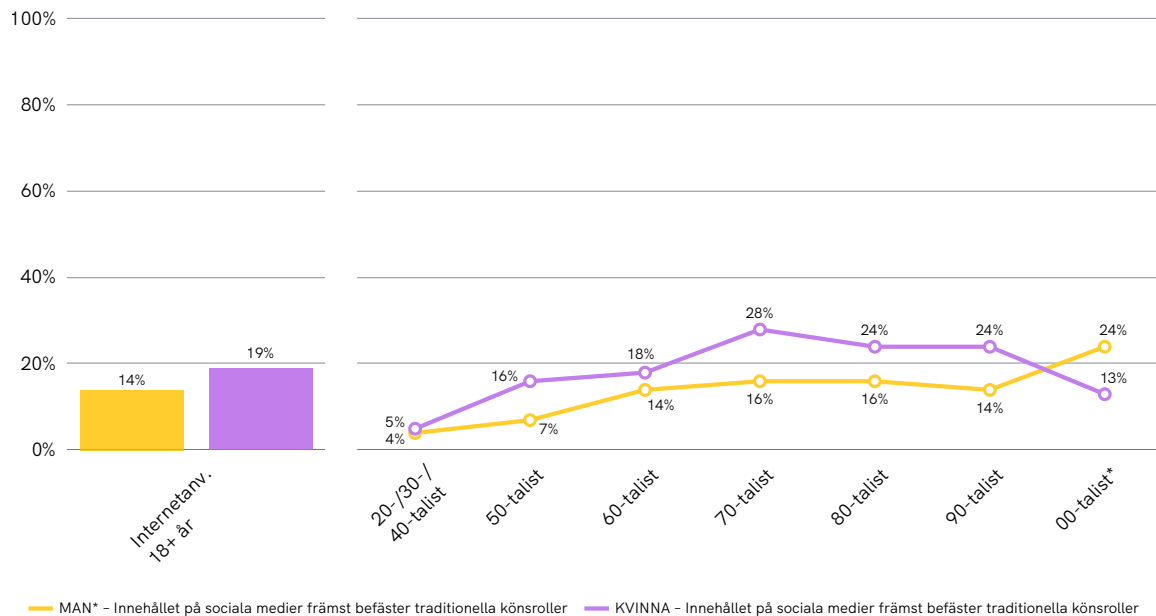
INNEHÅLLET PÅ SOCIALA MEDIER FRÄMST BEFÄSTER/UTMANAR TRADITIONELLA KÖNSROLLER OCH KÖNSNORMER



INNEHÅLLET PÅ SOCIALA MEDIER PÅVERKAR SYNEN PÅ KÖNSROLLER OCH KÖNSNORMER



### INNEHÅLLET PÅ SOCIALA MEDIER FRÄMST BEFÄSTER TRADITIONELLA KÖNSROLLER OCH KÖNSNORMER



### INNEHÅLLET PÅ SOCIALA MEDIER FRÄMST UTMANAR TRADITIONELLA KÖNSROLLER OCH KÖNSNORMER

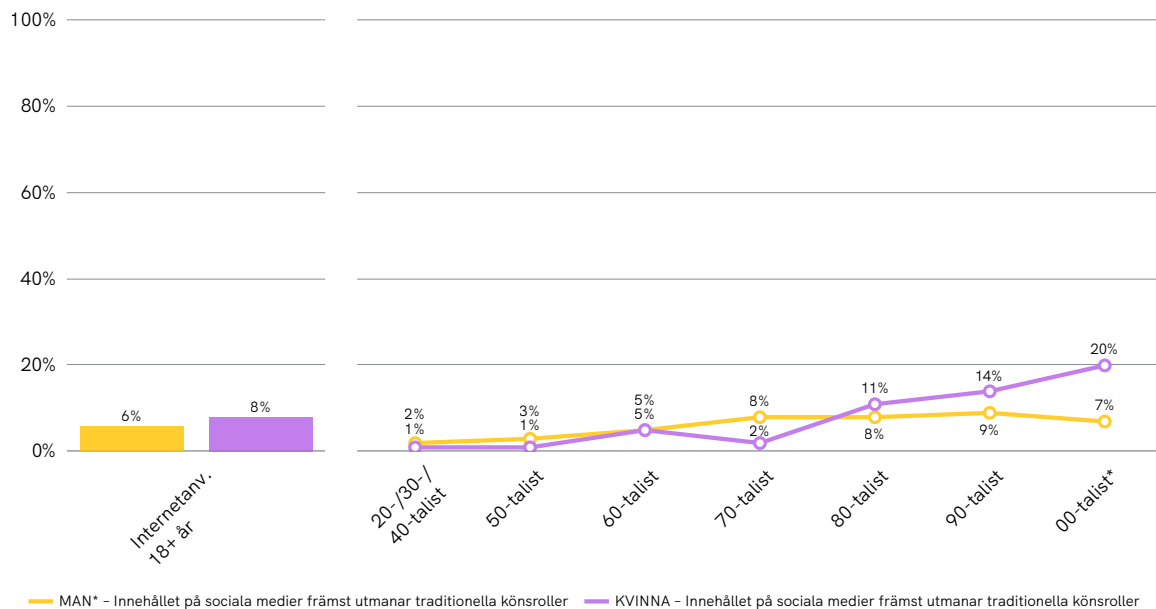


Diagram 3.10a-d, Bas: Internetanvändare 18+ år, År 2026 (Studie 1) \*) Låg bas bland män födda på 00-talet

### **Vilken effekt upplever svenskarna att sociala medier har på könsroller och könsnormer?**

Många som är 18 år eller äldre, 4 av 10, upplever att sociala medier har en påverkan på könsroller och könsnormer, det vill säga att de främst befäster, främst utmanar, eller utmanar och befäster dem i lika hög grad. Det är betydligt fler som upplever att sociala medier främst befäster könsroller än att de främst utmanar.

Detta kan jämföras med de 15 procent som upplever att sociala medier inte har någon påverkan på könsroller och könsnormer, något som är mer vanligt bland män än bland kvinnor.

Det är även en betydande andel, 4 av 10, som inte har tänkt på om sociala medier påverkar könsroller och könsnormer.

### **Hur många upplever att sociala medier påverkar könsroller och könsnormer?**

Med påverkan avses om respondenten svarat att sociala medier främst befäster, främst utmanar eller i lika hög grad befäster som utmanar traditionella könsroller och könsnormer.

- 4 av 10 upplever att sociala medier påverkar könsroller och könsnormer, det vill säga att de befäster, utmanar eller i lika hög grad befäster som utmanar traditionella könsroller och könsnormer.
- Det finns en ålderskoppling gällande om man tycker att sociala medier påverkar könsroller och könsnormer. Ju yngre man är, desto vanligare är det att tycka att sociala medier har en påverkan. Från endast 1 av 10 av de allra äldsta till 6 av 10 bland 00-talisterna.\*
- Fler kvinnor än män upplever att sociala medier påverkar könsroller och könsnormer. Skillnaden mellan kvinnor och män är som störst bland personer födda på 90-talet, även om den är stor även bland 80- och 00-talister.
- Fler med en politisk åskådning klart till vänster (61%) än klart till höger (30%) upplever att sociala medier påverkar könsroller. Det är istället fler med en politisk åskådning klart till höger (22%) än klart till vänster (10%) som upplever att sociala medier varken befäster eller utmanar traditionella könsroller.\*
- Det är fler boende i städer (42%) än på landsbygden (31%) som upplever att sociala medier påverkar könsroller och könsnormer. Denna skillnad syns både i den yngre och äldre halvan av befolkningen, även om den är mer markant i den yngre halvan.\*

### **Hur många upplever att sociala medier främst befäster traditionella könsroller och könsnormer?**

- En sjättedel upplever att sociala medier främst befäster traditionella könsroller och könsnormer.
- Fler kvinnor än män upplever att sociala medier främst befäster traditionella könsroller och könsnormer. Var femte kvinna upplever att traditionella roller och normer befästs jämfört med var sjunde man.
- Födda på 70-talet eller senare upplever i högre utsträckning att sociala medier främst befäster traditionella könsroller och könsnormer än äldre personer.

- Fler med en politisk åskådning klart till vänster (28%) än klart till höger (9%) upplever att sociala medier främst befäster traditionella könsroller och könsnormer.\*
- Det är fler boende i städer (18%) än på landsbygden (14%) som upplever att sociala medier främst befäster traditionella könsroller och könsnormer. Denna skillnad syns i den yngre halvan av befolkningen, medan andelen är densamma i den äldre halvan.\*

### **Hur många upplever att sociala medier främst utmanar traditionella könsroller och könsnormer?**

- Endast 7 procent upplever att sociala medier främst utmanar traditionella könsroller och könsnormer.
- Det är ungefär lika många män som kvinnor som upplever att sociala medier främst utmanar traditionella könsroller och könsnormer. Skillnaden ligger inom felmarginalen.
- Det är huvudsakligen den yngre halvan av befolkningen, det vill säga personer födda på 80-talet eller senare, som upplever att sociala medier främst utmanar traditionella könsroller och könsnormer.
- Fler med en politisk åskådning klart till vänster (15%) än klart till höger (6%) upplever att sociala medier främst utmanar traditionella könsroller och könsnormer.\*
- Det är ungefär en lika stor andel bland boende i städer (8%) som på landsbygden (6%) som upplever att sociala medier främst utmanar traditionella könsroller och könsnormer. Det gäller såväl i den yngre som den äldre halvan av befolkningen.\*

## “Män är starka och kvinnor inte. Män är händiga och kvinnor ska va snygga”

Fråga: Berätta gärna på vilket sätt du tycker att sociala medier främst befäster traditionella könsroller och könsnormer.

HUR KVINNOR GESTALTAS PÅ SOCIALA MEDIER ENLIGT DE SVARANDE



HUR MÄN GESTALTAS PÅ SOCIALA MEDIER ENLIGT DE SVARANDE



Diagram 3.11a-b, Bas: Svarat att sociala medier främst befäster traditionella könsroller och könsnormer 18+ år, År 2026 (Studie 1)

### På vilket sätt befäster sociala medier traditionella könsroller och könsnormer?

Vi har frågat de 17 procent av svenskarna (18+ år) som tycker att sociala medier främst befäster traditionella könsroller och könsnormer på vilka sätt de anser att detta görs (se *diagram 3.10a*). Det som majoriteten nämner är VAD de ser i sina flöden på sociala medier, alltså att innehåll de möts av befäster traditionella könsroller. En hel del tar dock också upp HUR sociala mediernas strukturer, affärsmodeller och funktioner kan befästa könsnormer. Därför är denna analys uppdelad i dessa delar.



Vi börjar med att fokusera på VAD som visas. Det är betydligt fler som tar upp att innehållet i deras flöden visar kvinnor i traditionella könsroller, än män i detsamma.

Såväl män som kvinnor beskriver att de i sina flöden möts av en stereotyp bild av att **kvinnor** ska vara vackra. Fokuset på utseende kan visa sig i allt från inlägg och reklam om smink och kläder i kvinnors flöden, till att de förväntas vara smala, tänka på vad de äter och träna.

Något annat som nämns ofta är att kvinnor visas ta hand om hemmet, göra hushållssysslor och ta hand om barnen. *Tradwives* är ett begrepp som används av en del för att beskriva detta, vilket betyder någon som aktivt identifierar sig med och förespråkar ett traditionellt hemmafru-ideal.

Ett flertal beskriver även kvinnorna på sociala medier som sexualiserade, lättklädda eller att de använder mycket smink. Några tar även upp att kvinnor visas som mer känsliga och omhändertagande än män, men också som hjälplösa och att de inte passar i ledande positioner.

Hur **män** porträtteras i sociala medier är det betydligt färre som beskriver jämfört med hur många som tar upp en stereotyp bild av kvinnor i deras flöden. Den dominerande bilden av män är att de är starka och vältränade. Ett flertal nämner även att män porträtteras som hårda och händiga och ett fåtal även att män förväntas tjäna pengar, försörja sin familj, vara kunniga och ledare.

Den stereotypa bilden av män och kvinnor upplevs generellt sett vara densamma i både män och kvinnors flöden. Dock är det något fler män som pekar på att innehållet de ser på sociala medier är mer politiskt högerdominerat, och att detta i sin tur befäster de traditionella könsrollerna.

Utöver de stereotypa bilderna av män och kvinnor tar några också upp att innehållet på sociala medier upplevs vara alltför **heteronormativt**, alltså med utgångspunkt i heterosexualitet som det "normala". Detta då mycket av innehållet de ser grundar sig i och därmed befäster heterosexuella relationer. Därför säger de sig inte få upp innehåll utifrån ett annat perspektiv, eller ha svårt att hitta sådant innehåll.

## Hur sociala medier främst BEFÄSTER traditionella könsroller och könsnormer



Figur 3.11c, Bas: Svarat att sociala medier främst utmanar traditionella könsroller och könsnormer, År 2026 (Studie 1)

Nu ska vi istället titta på HUR sociala mediernas strukturer, affärsmodeller och funktioner upplevs befästa traditionella könsroller och könsnormer. Utöver själva innehållet är det främst algoritmernas funktion och reklamen i flödena som nämns.

Många menar att algoritmerna hjälper till att befästa könsnormer, antingen genom att de lyfter fram innehåll baserat på deras eget beteende och tidigare sökningar. Eller att algoritmerna, oavsett eget beteende, riktar innehåll till dem baserat på deras kön och ålder. Några, mestadels kvinnor, nämner också att de upplever att de kan få upp ett annat innehåll i sitt flöde jämfört med personer av motsatt kön. Det ser de exempelvis när de jämför sitt flöde med sin sambos.

Det nämns även att innehållskreatörerna kan spela en roll i att befästa könsroller, då kvinnor mest lägger upp en viss typ av innehåll, medan män lägger upp en annan. Även bland influencers sägs rollerna vara tydliga, där kvinnliga influencers är typiskt kvinnliga och manliga influencers är typiskt manliga.

Reklamen som visas är ytterligare en sak som upplevs befästa könsnormer. Dels genom att kvinnor och män uppger att de får reklam för typiskt kvinnliga respektive manliga saker, men i vissa fall även genom de könsroller som visas upp i annonserna.

Ett flertal respondenter nämner också att sociala medier avspeglar ett konservativt samhälle eller ett mer konservativt samhällsklimat. Kulturen i andra länder, företrädesvis USA, upplevs påverka och att detta i sin tur innebär att traditionella könsroller visas mer och därmed befästs.

**Tips!** Vill du veta mer om hur många svenskar som tänker på vilka algoritmer som kan styra innehållet i deras flöde samt vad de tänker om detta, se [Algoritmer och scrollande](#) i kapitel 4.

Nu ska vi ta del av svenskarnas egna röster om hur de anser att sociala medier främst befäster traditionella könsroller och könsnormer fördelat på man ♂ och kvinna ♀ samt ålder.

**Hur tycker unga vuxna 18–34 år att sociala medier främst befäster traditionella könsroller och könsnormer?**



*“Tjejer pratar om smink och killar om träning och coola grejor.”*

Man, 18 år

*“Idioterna till VD:ar för sociala medierna försöker konstant slicka Trumps stövlar och ser till att konservativ skit fortsätter finnas på plattformarna. Man ser t.ex att tradwife blivit en grej.”*

Man, 23 år

*“Uppmålar män som starka och händiga medans kvinnors värde ligger i utseende och matlagning.”*

Man, 25 år

*“Jag är en ung man och det innebär att det innehållet som är riktat till mig gärna höjer upp oss istället för att rikta kritik. Innehållet försöker smeka medhårs och med det medföljer rätt mycket positivt om maskulinitet osv.”*

Man, 25 år

*“Visst innehåll trycker på ledarskap och styrka hos enbart män medan fitness och inredning riktas mer åt det kvinnliga hållet.”*

Man, 31 år

*“Mycket reels och delade inlägg handlar om mannens roll att vara hård och kvinnans roll att ta hand om barn samt vara hemma.”*

Man, 31 år

*“Eftersom jag är en vit man och 30+ så antar algoritmen att jag är mansgris och rasist, så mest sånt jag får upp.”*

Man, 34 år



*“USA har mycket makt här, och de pumpar ut stereotypa könsroller. “Kvinnor ska vara hemma o föda barn”, “Mannen är familjens överhuvud.” Farligt..”*

Kvinna, 18 år

*“Stay at home wife’s” och många amerikanska kvinnliga influencer, kvinnor som städar, tar hand om barn, handlar osv.”*

Kvinna, 20 år

*"Jag kollar på flera personer självmant som går emot könsroller - enligt min bild borde detta göra mina preferenser som tittare tydliga. Trots detta har nästan hälften av mina rekommendationer en mer traditionell vinkling. Det verkar helt enkelt lättare att få tag på sådana perspektiv. Min känsla är att sajterna själva premierar sådant innehåll."*

Kvinna, 20 år

*"Mycket utseendefixering främst. Befäster normer som smalhet, smink, att tjejer måste fixa precis allt (hår naglar rakning osv) för att va "normala"."*

Kvinna, 28 år

*"Jag är nog inte på den "manliga" sidan av internet men jag får upp väldigt mycket om utseende och hur tjejer ska se ut. Jag har också blivit mer intresserad av traditionellt kvinnliga sysslor sedan jag skaffade tiktok, får upp mycket om att sköta hemmet: städa, laga mat, baka, laga kläder och annat handarbete. Känns som detsamma gäller för kvinnor i min närhet."*

Kvinna, 28 år

*"Algoritmen fattar snabbt hur gammal man är och vad man identifierar sig som. Jag (tjej) får oftare saker som riktar sig mot tjejer, även om jag anser att mitt användande inte specifikt könat, medan min sambo (kille) får saker som är mer riktat mot killar."*

Kvinna, 28 år

*"Mycket artiklar och videor utgår från heteronormativa relationer och stereotypa manligt och kvinnligt. Även när det handlar om barn, och riktar sig till barn är det så upplever jag."*

Kvinna, 32 år

### **Hur tycker de i yngre medelåldern 35-49 år att sociala medier främst befäster traditionella könsroller och könsnormer?**



*"Mycket stereotypa och oinformerade perspektiv som sprids utifrån en stark binär könsnorm. Trots att jag har flera källor i mitt flöde som aktivt representerar andra perspektiv, är det väldigt tydligt att den traditionella normen är förhärskande och styr nyhetsvärdering, etc."*

Man, 35 år

*"Jag upplever att YouTube, som är den plattform jag främst besöker, gärna fixerar sig vid content som jag upplever som riktad till män med högervridna värderingar. Tidigare, för 10-15 år sedan så upplever jag att innehållet inte var lika styrt. Algoritmen var mer slumpartad och chansen att upptäcka något som jag inte skulle sökt mig till vara markant större. Nu så får jag rekommendationer baserade på senaste sökning. Eller inte senaste alltid, algoritmen fastnar lätt vid ämnen som antingen rör gängvåld, rappare som hotar varandra, "karens" (misogyna nidsbilder) och tja... rätt mycket högerextrem skit."*

Man, 38 år

*"Jag är queer och borde få anpassningar till min sökhistorik, men annonsanpassning vet inte vad den skall göra med mig i en binär värld."*  
Man, 39 år

*"Kvinnor ska visa tuttar och hitta män. Män ska gå på gym."*  
Man, 43 år

*"Män är starka och kvinnor inte. Män är händiga och kvinnor ska va snygga."*  
Man, 46 år



*"Jag får mycket i mitt flöde som handlar om skönhet, smink och kläder."*  
Kvinna, 35 år

*"Videos om vad män vs kvinnor kan och inte kan göra, hur majoriteten av influencers tänker och pratar om könsroller."*  
Kvinna, 36 år

*"Bilvård presenteras av män, sminkvideos och hur man klär sig snyggt av kvinnor. T.ex. Kvinnor presenterar mer mjuka, intonade frågeställningar, mindfulness, män mer träning på ett sätt som "gör-så-här"."*  
Kvinna, 39 år

*"Anmälningar om sexism och liknande avslås, anmälningar när det sparkas uppåt går igenom. Kommentarsfält är hemska. Algoritmer verkar ge fördel åt det som befäster normen."*  
Kvinna, 41 år

*"Det är få klipp/bilder som inte innehåller exempelvis yrken som är klassiskt manliga eller kvinnliga, kvinnor tipsar om mat, inredning och håruppsättningar, medan män tipsar om motorer och träning eller träning med stora "farliga" hundar. Jag matas med "tjeigrejer"."*  
Kvinna, 45 år

### **Hur tycker de i övre medelåldern 50–64 år att sociala medier främst befäster traditionella könsroller och könsnormer?**



*"Ofta ser jag på X inlägg som är anti-feministiska och där man tycker att HBTQ+ och woke är omoraliskt."*  
Man, 53 år

*"Reagerar ofta på att kvinnor beskrivs som antingen vackra, sansade och kloka, ffa lyckade om de är vackra och moderliga, eller som trashiga och slampiga, särskilt om de är berusade och / eller fula. Män ses dock som manligt skojiga om de är fulla, feta, fula och gör idiotiska saker. Helst muskulösa och starka. Ofta beskrivs män också som att de är konstant kåta, presumtivt otrogna och*

*att det är något skojigt. Och den vackra, kloka kvinnan ler överseende åt sin tokrolige man, men är hon "trashig" så förtjänar hon att mannen är otrogen mot henne osv."*

Man, 57 år

*"Youtube mm trycker ut de traditionella könsrollerna i allt. Inte blir det bättre när AI blir inblandat."*

Man, 59 år

*"Männen framhäver muskler och kvinnorna bröstet."*

Man, 62 år

*"Det är sällan familjeliv och relationer utom den heteronormativa visas i sociala medier om man inte aktivt söker efter dem."*

Man, 64 år



*"När budskap ska komma fram snabbt och enkelt är det lätt att hamna i stereotyper. Främst vi kvinnor som kommunicerar överdrivet mycket via utseende och synliggör en tydlig könsrollsindelning."*

Kvinna, 53 år

*"Innehållet blir riktat. Råkar jag kolla ngt tex smink väller annonser för smink, behandlingar, fitness mm in. Tolkas som att tjejer vill veta allt om hur man håller sig snygg och fräsch."*

Kvinna, 54 år

*"Mycket som handlar om kvinnor som visar hur de tar hand om sitt utseende, sitt hem och sina barn. Männen de ska lära andra det de är experter i. Eller berätta hur duktiga de är på att skydda sin familj. Mycket homofoba och transfoba kommentarer."*

Kvinna, 54 år

*"Mycket riktad reklam avseende kön, kvinnligt/manligt. Mycket kvinnligt naket. Sexuell anspelning av kvinnor. Normativ reklam, Mycket smink/lättklädda kvinnor/unga tjejer. Muskulösa/tuffa/hårda män/pojkar. M.m."*

Kvinna, 58 år

*"Tjejer ska vara snygga tänka på vad de äter och hur de ser ut. Killar ska vara stora starka och förminskar tjejer."*

Kvinna, 59 år

### Hur tycker pensionärer 65+ år att sociala medier främst befäster traditionella könsroller och könsnormer?



*"Många muskelberg till karlar och unga vältränade snygga och lättklädda kvinnor som gör häftiga saker."*

Man, 67 år

*"Styrka, kunnighet, makt är oftast män."*

Man, 68 år

*"Genom att algoritmerna "belönar" redan etablerade strukturer och åsikter och låser in oss alla i våra "åsiktsbubblor"."*

Man, 71 år

*"Memes och liknande med föråldrade värderingar, politiska deklarationer från auktoritativa forum, nationer, politiker."*

Man, 77 år

*"Instagram visar ofta kvinnor som sexobjekt."*

Man, 79 år



*"Bilder/foton på framförallt tjejer som är smala, med mycket make up, tips på hur du på olika sätt blir snygg/vacker. Killar ska vara muskulösa, ha hård blick, vara macho."*

Kvinna, 66 år

*"Utan att jag bett om det kommer det snyfthistorier som påminner om dåliga noveller. Oftast med en stackars kvinna som tar sig ur ett elände som en normalt funtad person inte ens skulle ha hamnat i. De är våp."*

Kvinna, 66 år

*"Utseende för kvinnor. Högerbubbla för män."*

Kvinna, 71 år

*"I reklam t ex. i fäntiga reels från andra länder/kontinenter med mer traditionella könsstereotyper."*

Kvinna, 75 år

*"Kvinnor ska vara smala/sminkade/fnissiga/pluta med munnen. Män ska vara starka/ snygga/ våghalsiga och ha en kvinna enligt ovan hängande på sig."*

Kvinna, 79 år

## “Generellt utmanar sociala medier inte könsnormer, men min egna anpassade feed gör det”

Fråga: Berätta gärna på vilket sätt du tycker att sociala medier främst utmanar traditionella könsroller och könsnormer.

### HUR SOCIALA MEDIER FRÄMST UTMANAR TRADITIONELLA KÖNSROLLER OCH KÖNSNORMER



Figur 3.12, Bas: Svarat att sociala medier främst utmanar traditionella könsroller och könsnormer, År 2026 (Studie 1)

### På vilket sätt utmanar sociala medier traditionella könsroller och könsnormer?

Vi har frågat de 7 procent av svenskarna (18+ år) som tycker att sociala medier främst utmanar traditionella könsroller och könsnormer på vilka sätt de anser att detta görs (se *diagram 3.10a*). Det är ungefär lika många som nämner VAD som visas i deras flöden som HUR sociala mediers strukturer och funktioner, samt deras egna val utmanar traditionella könsnormer. Därför är denna analys uppdelad i dessa delar.

Vi börjar med att fokusera på VAD som visas. Många, såväl män som kvinnor, nämner alltså att det är typen av innehåll de får upp i sitt flöde som utmanar traditionella könsroller. Det kan exempelvis röra sig om innehåll som handlar om eller är gjort av HBTQI-personer. Ett fåtal anser rentav att innehållet på sociala medier är opinionsbildande mot traditionella könsroller eller “propaganda för att vara HBTQI”.

Flera lyfter även att de kan ta del av liberalt eller progressivt innehåll och diskussioner, som också utmanar traditionella könsroller och könsnormer. Någon nämner att detta kan väcka tankar och nya diskussioner, en annan att det kan uppmuntra personer att finna sig själva och acceptera andra omkring sig. Det är även flera kvinnor som berättar att de får upp inlägg om feminism och jämställdhet eller innehåll som visar personer göra saker eller ha beteenden som traditionellt sett förknippas med motsatt kön.

Det finns även ett fåtal män som ser dessa frågor som att de har ett politiskt vänsterfokus och en del av dem vänder sig mot detta. Det finns även ett fåtal, fler män än kvinnor, som nämner att de ogillar att få upp innehåll som utmanar könsnormer och anser det vara problematiskt att de traditionella könsrollerna utmanas.

Vi fortsätter med att titta på HUR sociala mediers strukturer och funktioner påverkar. Det som flest nämner är att de genom sina egna val – sitt eget anpassade flöde och vilka de följer – ser den typ av material som de är intresserade av och som utmanar könsroller. Det kan till exempel röra sig om konton och inlägg som har ett fokus på jämställdhet, feminism eller HBTQI-frågor.



Det är även många som nämner att de sociala mediernas algoritmer har "uppfostrats" gällande vilken typ av material som de vill se. Därmed har flödet anpassats till att mer material som utmanar traditionella könsroller visas. Detta leder även till att det visas förslag på nytt material eller nya konton att följa som har detta innehåll.

**Tips!** Vill du veta mer om hur många svenskar som tänker på vilka algoritmer som kan styra innehållet i deras flöde samt vad de tänker om detta, se [Algoritmer och skrollande](#) i kapitel 4.

Nu ska vi ta del av svenskarnas egna röster om hur de anser att sociala medier främst utmanar traditionella könsroller och könsnormer fördelat på ålder.

### **Hur tycker unga vuxna 18–34 år att sociala medier främst utmanar traditionella könsroller och könsnormer?**



*"Jag ser i regel vinklar från queera influencers. Detta gör att min konsumtion av sociala medier blir utmanande mot de traditionella könnormerna och rollerna."*  
Man, 20 år

*"Ja, alltså. Det svämmar över med massa HBTQ och sånt. Och då det typ är normen idag blir tradwifes o dyl i sig utmanande av normer."*  
Man, 30 år

*"Jag som queer har via mina intressen och följare bidragit till att mitt flöde främst domineras av könsuttryck som ibland utmanar de rent traditionella eller normativa könsrollerna."*  
Man, 31 år

*"Media jag tar del av är oftast icke konservativ. Så om man tänker att med "utmanar" tar med att folk bara är som dom är och gör media som jag tar del av."*  
Man, 32 år

*"Propagandan för att vara böglbtq."*  
Man, 34 år



*"Skapar positiv stämning som uppmuntrar att hitta sig själv och acceptera andra omkring sig. Hjälper att förstå sig själv och andra och bli en bättre människa. Könsroller och normer spelar ingen roll, vad som betyder något är den man är som person. Lära sig att upptäcka och bryta onda spiraler och utmana tänkande som kan vara skadande. Lära sig att tänka kritiskt."*  
Kvinna, 18 år

*"Eftersom mina algoritmer är specifikt för vad jag brukar kolla på kan det komma videor där en person säger ett påstående som främjar traditionella könsroller och en annan person kritiserar detta påståendet."*

Kvinna, 20 år

*"Generellt utmanar sociala medier inte könsnormer, men mitt egna anpassade feed gör det."*

Kvinna, 23 år

*"'I'm a feminist, watch me cook' - videor. Make-up videor där män/killar sminkar sig."*

Kvinna, 27 år

*"I mitt flöde får jag ofta upp filmer om familj där de utmanar traditionella roller t.ex. pappor som är mer emotionellt medvetna eller mammor med karriärer och barn."*

Kvinna, 30 år

### **Hur tycker de i yngre medelåldern 35–49 år att sociala medier främst utmanar traditionella könsroller och könsnormer?**



*"Tänker mig att det beror till stor del på vilka man följer och vad algoritmen tycker att du borde titta på, men upplevelsen jag har av mina feeds är att de utmanas mer än befästs."*

Man, 35 år

*"De olika tjänsternas algoritmer ser att jag interagerat med konton som utmanar traditionella könsroller och anpassat mina flöden därefter. Funkar väl på det sättet som de är tänkta. Och jag slipper reaktionärt dravel."*

Man, 42 år

*"Mitt flöde anpassas efter mina värderingar och åsikter och därför visas mycket som kan anses vara liberalt."*

Man, 46 år

*"Jag lever i en sinnessjuk tid, när etablissemangen exempelvis driver tesen att män kan föda barn och kvinnor ha penisar. För att inte tala om dess narrativ att män samtidigt är sämre än kvinnor och måste tryckas ner och tillbaka. Agendan sprids på sociala medier och mina försök att nyansera debatten klassas som hat."*

Man, 47 år



*"Pratas mycket mer om jämställdhet. Kvinnor vågar ta mer plats än innan."*

Kvinna, 36 år

*"Jag följer mest feminister och vänsterfolk som utmanar traditionella ideer."*  
Kvinna, 40 år

*"Jag tycker inte att sociala medier utmanar könsroller, men mitt flöde och de konton jag följer gör det."*  
Kvinna, 42 år

*"Jag följer många kvinnor som arbetar aktivt med att förändra samhället till ett mer jämställt samhälle. Gissar att algoritmerna sedan styr in mig på liknande innehåll."*  
Kvinna, 43 år

### Hur tycker de i övre medelåldern 50–64 år att sociala medier främst utmanar traditionella könsroller och könsnormer?



*"Mer kontroversiella inlägg som dyker upp när man inte ses i verkligheten, lättare att gömma sig vid digital kommunikation."*  
Man, 53 år

*"Algoritmerna ser att jag agerar med den typen av flöde och därmed kommer den mer frekvent. Typen av innehåll som jag gärna visar för min dotter om att kvinnor kan och det är bara de själva som begränsar sig."*  
Man, 54 år

*"Det är orimligt stor del av dessa frågor. Lika som vänstervridet. Dessa frågor har en politisk dimension åt vänster."*  
Man, 54 år



*"Ett evigt tjat om trans, hen, vad man inte ska/får säga kring detta med kön. Att man ska tycka på ett visst sätt..."*  
Kvinna, 50 år

*"I MITT flöde handlar det mkt om kvinnor som gör allt själv (DIY, räddar hästar, tränar mm)."*  
Kvinna, 57 år

*"Skulle tro att det beror på min egen inställning och att jag får spegling av detta i mina flöden. Som feminist så får jag därmed inlägg i flödet som utmanar/ifrågasätter traditionella könsroller/normer."*  
Kvinna, 57 år

*"Mycket hbtqia+ i mitt flöde och positiv inställning till att vara ensamstående, särskilt som kvinna."*  
Kvinna, 62 år

### Hur tycker pensionärer 65+ år att sociala medier främst utmanar traditionella könsroller och könsnormer?



*"Beror mycket på vilka kretsar man själv har utbyte med. Själv gillar jag det när anti-rasister, feminister, HBTQI-aktivister, funkisaktivister, utmanar reaktionärer och högerspöken."*

Man, 66 år

*"Mycket om: Är man eller kvinna/ trans/ bisexuell mm."*

Man, 74 år



*"Det beror väl på de konton jag följer, respektive gillar. Algoritmerna ger sen liknande inlägg i mitt flöde."*

Kvinna, 70 år

*"Visas mycket som är provocerande, även nedlåtande, om "vanliga" människor."*

Kvinna, 75 år

## Barn och ungdomars användning av sociala medier

I den här delen tittar vi närmare på hur barn och ungdomar i olika åldrar använder sociala medier. Klicka i listan nedan för att komma direkt till respektive avsnitt.

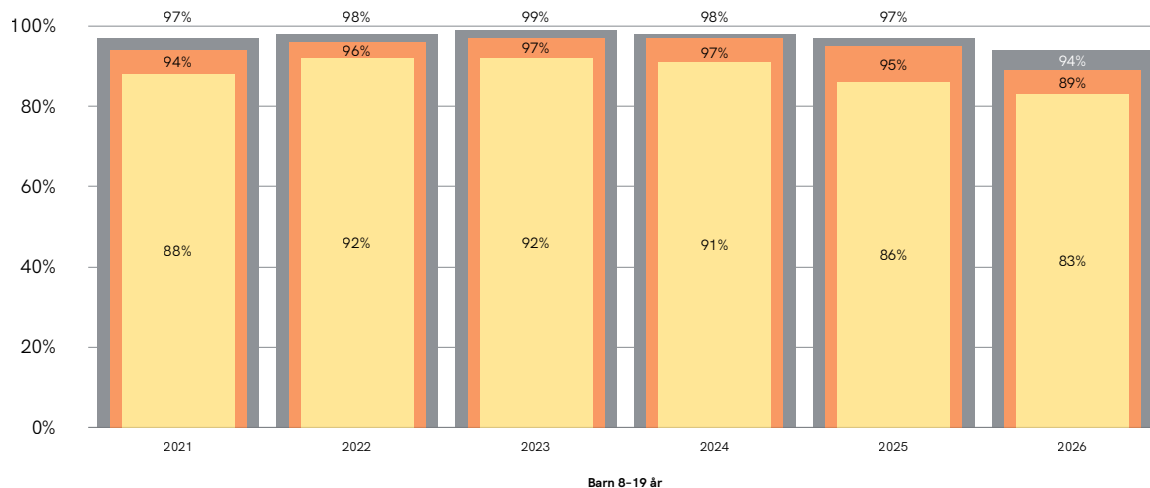
- [Hur många barn och ungdomar använder sociala medier?](#)
- [Vilka sociala medier och kommunikationsappar använder barn och ungdomar?](#)
- [Vilka sociala medier har ökat eller minskat bland barn och ungdomar år 2026?](#)
- [Barn och ungdomars användning av kommunikationsappar:  
Facebook Messenger, Whatsapp, Discord, Signal och Telegram](#)
- [Är pojkar och flickor på samma plattformar?](#)

## Barn och ungdomars användning av sociala medier

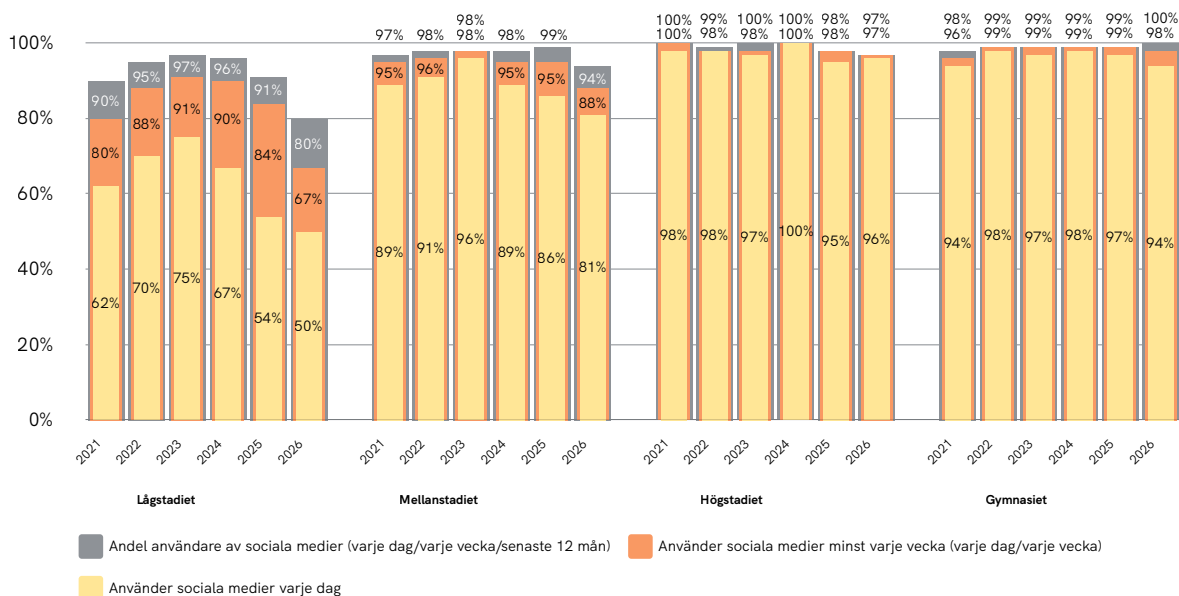
### - Hur många barn och ungdomar använder sociala medier?

#### Användningen av sociala medier minskar bland barn

Fråga: Vilka sociala nätverksplatser/sociala medier har du använt de senaste 12 månaderna? Netto - Har använt något socialt medium



■ Andel användare av sociala medier (varje dag/varje vecka/senaste 12 mån) ■ Använder sociala medier minst varje vecka (varje dag/varje vecka)  
■ Använder sociala medier varje dag



■ Andel användare av sociala medier (varje dag/varje vecka/senaste 12 mån) ■ Använder sociala medier minst varje vecka (varje dag/varje vecka)  
■ Använder sociala medier varje dag

Diagram 3.13a-b, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2021-2026 (Studie 1)

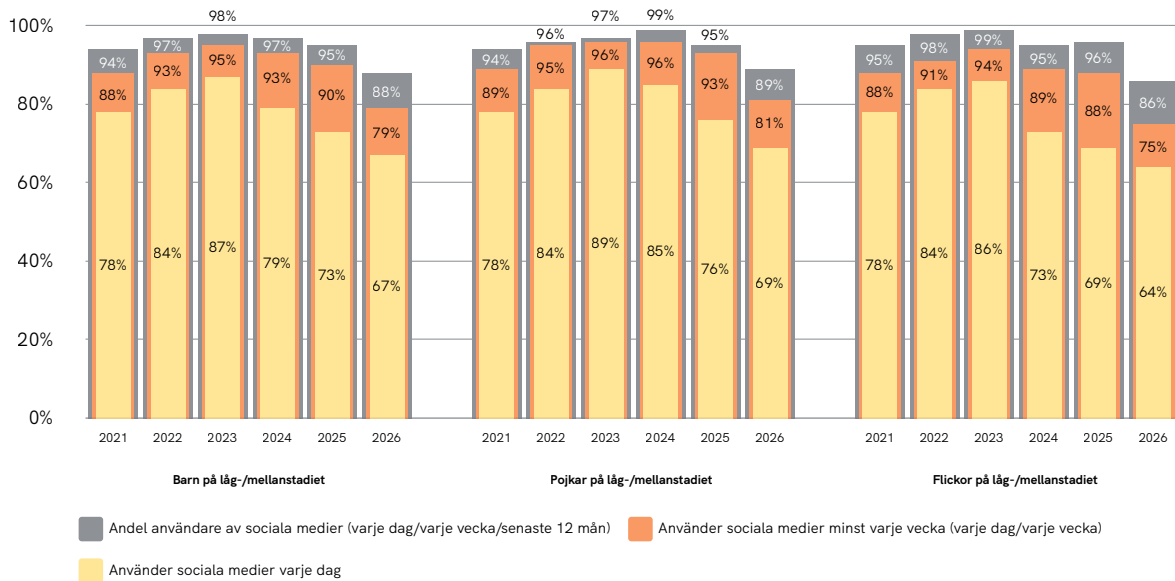


Diagram 3.13c, Bas: Barn på låg- och mellanstadiet, År 2021–2026 (Studie 1)

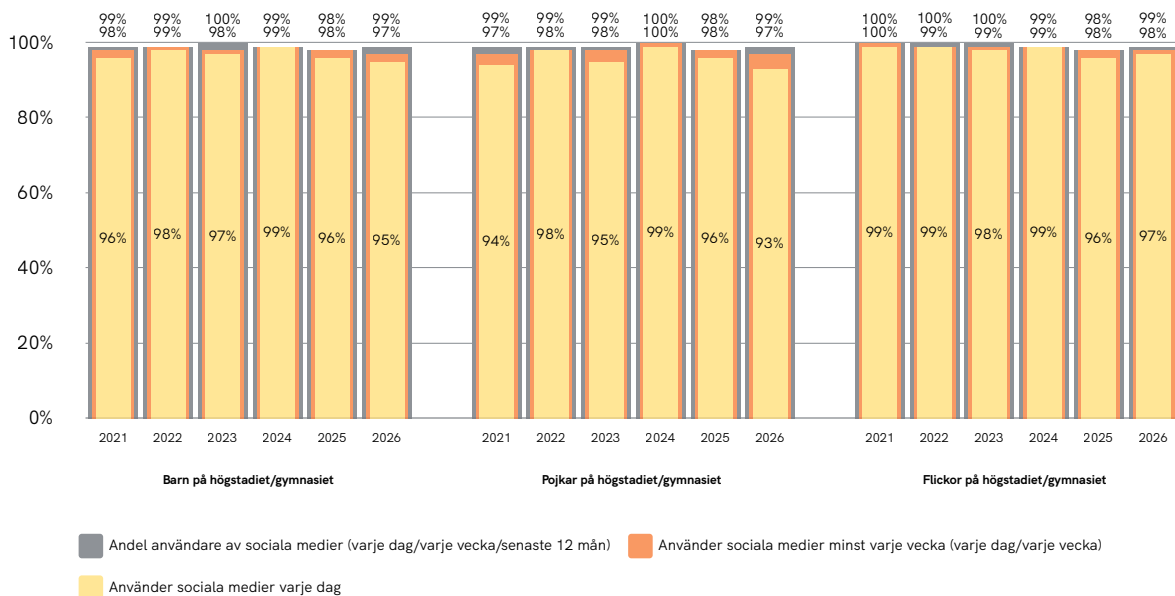


Diagram 3.13d, Bas: Barn på högstadiet/gymnasiet, År 2021–2026 (Studie 1)

### Hur många barn och ungdomar använder sociala medier år 2026?

- Nästan alla barn och ungdomar i åldern 8–19 år använder sociala medier år 2026. 94 procent av barnen använder sociala medier, 89 procent minst varje vecka och 83 procent dagligen.
- Användningen av sociala medier ökar med barnets ålder. 80 procent av lågstadiebarnen använder sociala medier och bland mellanstadiebarnen är det 94 procent. I princip alla från högstadieåldern och uppåt använder sociala medier.

- Hälften (50%) av lågstadiebarnen använder sociala medier dagligen. Bland mellanstadiebarnen så är det 8 av 10 (81%) som är dagliga användare. Nästan alla från högstadieåldern och uppåt använder sociala medier varje dag.
- Totalt sett är det ungefär lika många pojkar och flickor som använder sociala medier. Bland yngre barn, i låg- och mellanstadieåldern, tenderar det vara fler pojkar än flickor som använder sociala medier både totalt sett och mer frekvent. Bland tonåringar tenderar det vara fler flickor än pojkar som använder sociala medier dagligen.

### Ökar eller minskar användningen av sociala medier bland barn och ungdomar?

- **Barn 8–19 år:** Färre barn och ungdomar 8–19 år använder sociala medier år 2026 än 2025. Även andelen som använder sociala medier minst varje vecka och dagligen minskar. Bland yngre barn handlar det sannolikt om att de inte har fått börja använda sociala medier än, snarare än att de skulle ha slutat.
- **Lågstadiet:** Det har gradvis blivit färre lågstadiebarn som använder, eller som har börjat använda, sociala medier från år 2023 (97%) till 2026 (80%). Detta gäller den totala användningen såväl som andelen som använder sociala medier minst varje vecka och dagligen. Den mest markanta förändringen i den totala användningen skedde mellan år 2025 och 2026.
- **Mellanstadiet:** Det är färre barn i mellanstadieåldern som använder sociala medier år 2026 jämfört med 2025, det gäller även andelen som använder sociala medier minst varje vecka. Även andelen dagliga användare tenderar vara lägre.
- **Högstadiet:** På högstadiet finns en trend där en minskande andel ungdomar använder sociala medier sedan år 2024.
- **Gymnasiet:** På gymnasiet är det färre ungdomar som använder sociala medier dagligen år 2026 jämfört med 2024. Den totala användningen ligger dock kvar på samma nivå.

**Tips!** Vill du se vilka sociala medier det är som bidrar till de övergripande förändringarna i användningen av sociala medier bland barn och ungdomar, se avsnittet *Vilka sociala medier har ökat eller minskat bland barn och ungdomar år 2026?*



## Barn och ungdomars användning av sociala medier – Vilka sociala medier och kommunikationsappar använder barn och ungdomar?

### Snapchat och Youtube toppar daglig användning bland barn och ungdomar

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

#### ÖVERSIKT SOCIALA MEDIER OCH KOMMUNIKATIONSAPPAR ÅR 2026

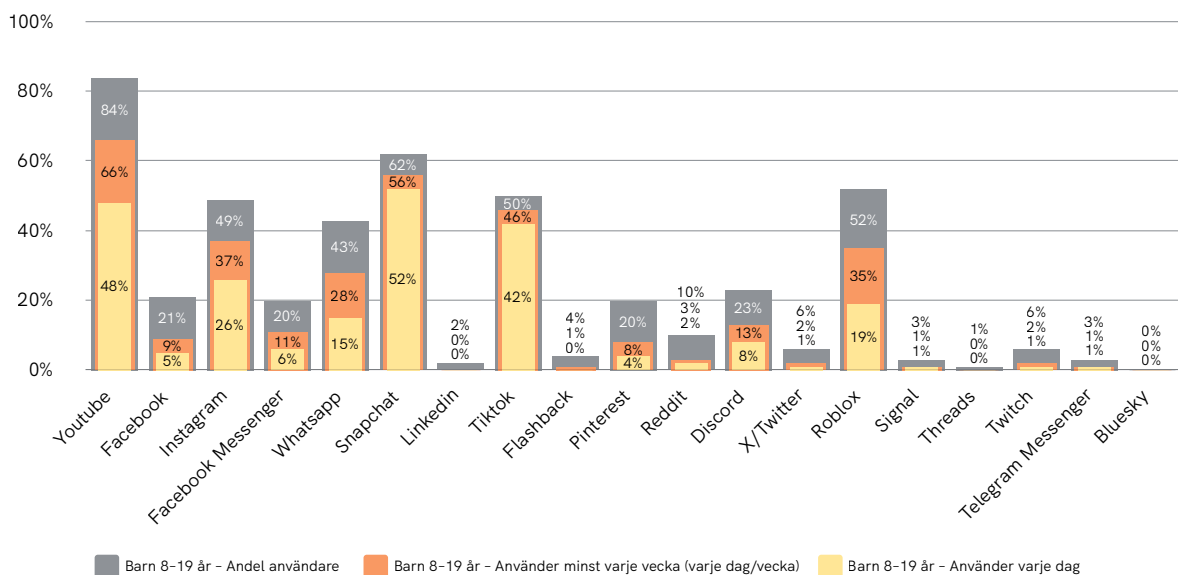


Diagram 3.14, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

### Vilka sociala medier och kommunikationsappar är störst bland barn och ungdomar år 2026?

Här ger vi en översiktsbild över både vilka sociala medier och kommunikationsappar som barn och ungdomar 8-19 år använder.

- De fem tjänster som används mest bland barn och ungdomar år 2026 är Youtube, Snapchat, Roblox, Tiktok och Instagram. Därmed har Roblox passerat både Tiktok och Instagram sedan föregående år.
- Sett till daglig nivå är ordningen lite annorlunda; Snapchat, Youtube, Tiktok, Instagram och Roblox. År 2025 låg istället kommunikationsappen Whatsapp på femte plats.
- Whatsapp är den kommunikationsapp som används mest av barn 8-19 år. Dubbelt så många barn använder Whatsapp jämfört med Facebook Messenger.

Endast några enstaka procent av barnen använder LinkedIn, Flashback, Threads, Bluesky, Signal och Telegram. När vi jämför de sociala medietjänsterna över tid kommer vi av utrymmesskäl inte ta med LinkedIn, Threads och Bluesky i diagrammen, men alla resultat finns vid behov att ta del av i [tabellbilagan](#).

I efterföljande diagram kommer vi också att redovisa de sociala medietjänsterna respektive de digitala kommunikationstjänsterna separat. För att se resultatet för kommunikationsapparna Facebook Messenger, Whatsapp, Discord, Signal och Telegram bland barn och ungdomar, se [diagram 3.16a-d](#).

## Barn och ungdomars användning av sociala medier – Vilka sociala medier har ökat eller minskat bland barn och ungdomar år 2026?

### De flesta sociala medier minskar över tid bland barn och unga

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

#### BARN OCH UNGDOMAR 8-19 ÅR

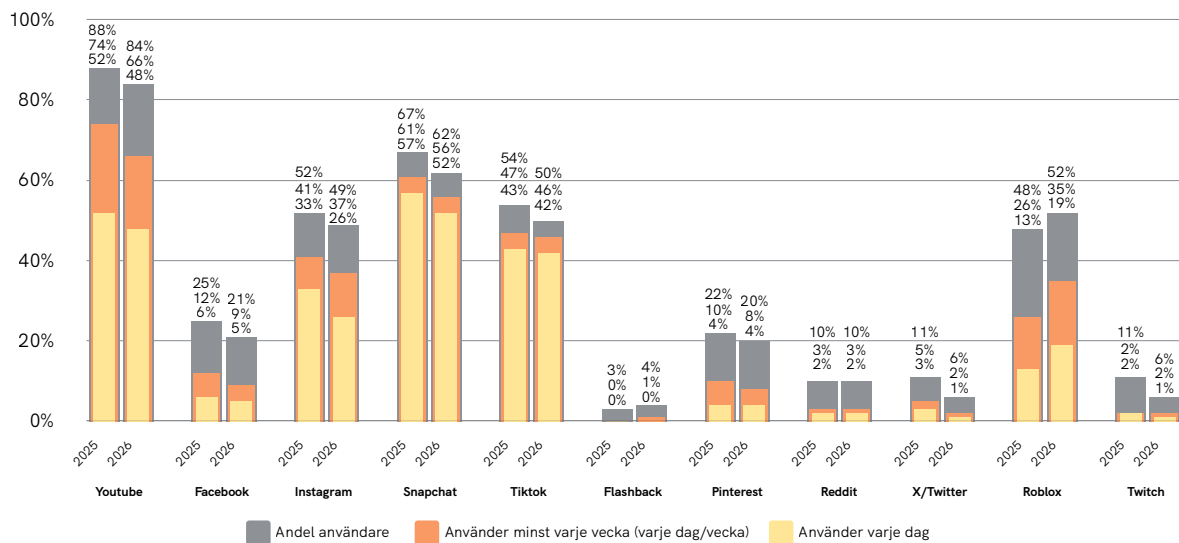


Diagram 3.15a, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2025-2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

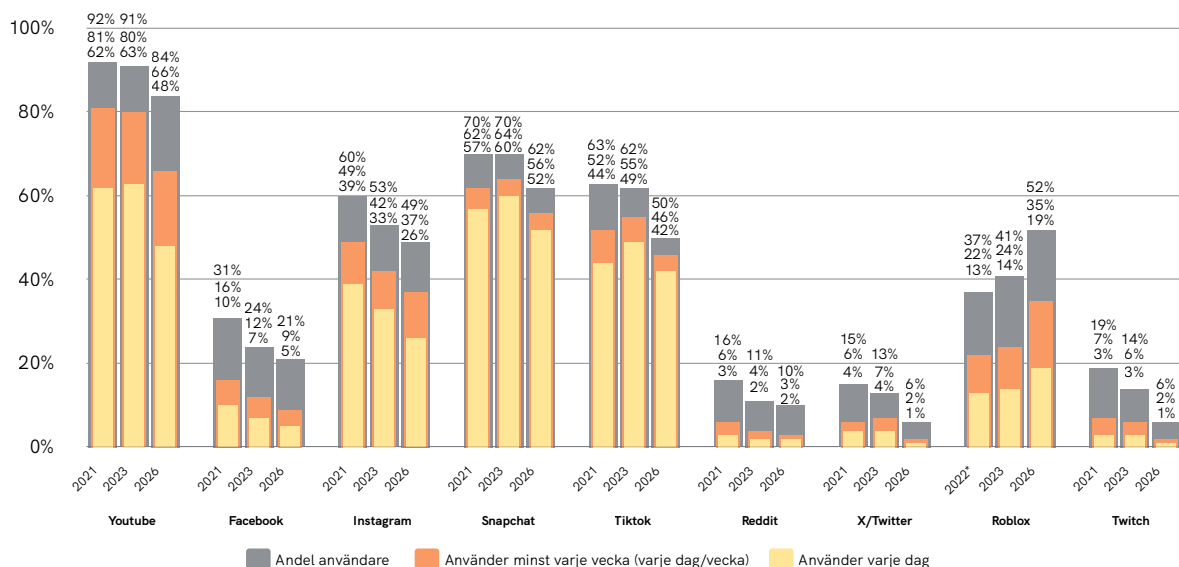


Diagram 3.15b, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2021, 2023 och 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

\*) År 2022 var första gången Roblox inkluderades i studien, därför inkluderas detta resultat.

### Vilka sociala medier har ökat eller minskat bland barn och ungdomar mellan år 2025–2026?

- Bland barn och ungdomar 8–19 år minskar tre sociala medier mellan år 2025–2026, Youtube, X/Twitter och Twitch. Dessutom tenderar Snapchat, Facebook, Tiktok och Instagram att minska, skillnaderna ligger dock inom felmarginalen.
- Roblox tenderar öka bland barn och ungdomar mellan år 2025–2026, men skillnaden ligger inom felmarginalen.

### Vilka sociala medier har ökat eller minskat långsiktigt bland barn och ungdomar?

Förändringar i användningen av de olika sociala medieplattformarna sker oftast långsamt och blir inte tydliga under en period av endast ett år. Tittar vi på utvecklingen bland unga 8–19 år på längre sikt kan vi se flera förändringar. Faktum är att uppemot ett tiotal plattformar minskar och bara en ökar. Nedan listas plattformar som i ett längre tidsperspektiv visar väsentliga eller långsiktigt successiva förändringar bland barn och ungdomar 8–19 år under åren 2021–2026.

#### Följande plattformar har långsiktigt minskat i användning bland barn och ungdomar

- **Youtube:** Det har successivt blivit färre barn och ungdomar 8–19 år som använder Youtube mellan år 2024 (91%) och 2026 (84%).
- **Facebook** har minskat successivt bland barn och ungdomar 8–19 år mellan år 2024 (28%) och 2026 (21%).
- **Instagram:** Betydligt färre barn och ungdomar 8–19 år använder Instagram år 2026 (49%) än år 2022 (60%). Den största minskningen skedde mellan år 2022 och 2023.
- **Snapchat** används år 2026 (62%) av betydligt färre barn och ungdomar 8–19 år än år 2022 (71%).
- **Tiktok:** Det har successivt blivit färre barn och ungdomar 8–19 år som använder Tiktok mellan år 2022 (64%) och 2026 (50%).
- **Reddit:** Färre barn och ungdomar 8–19 år använder Reddit år 2026 (10%) än år 2021 (16%). Den största minskningen skedde mellan år 2022 och 2023.
- **X/Twitter** har minskat successivt bland barn och ungdomar 8–19 år mellan år 2024 (14%) och 2026 (6%).
- **Twitch** har minskat successivt bland barn och ungdomar 8–19 år mellan år 2021 (19%) och 2026 (6%).

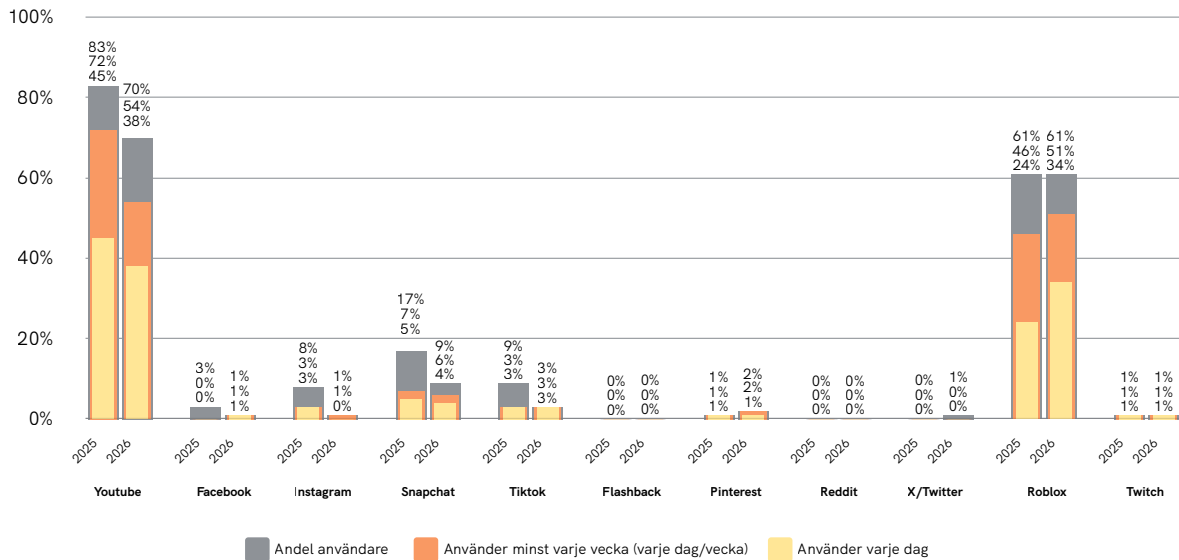
#### Följande plattformar har långsiktigt ökat i användning bland barn och ungdomar

- **Roblox** har ökat successivt bland barn och ungdomar 8–19 år mellan år 2022 (37%) och 2026 (52%). År 2022 var första gången Roblox inkluderades i studien.

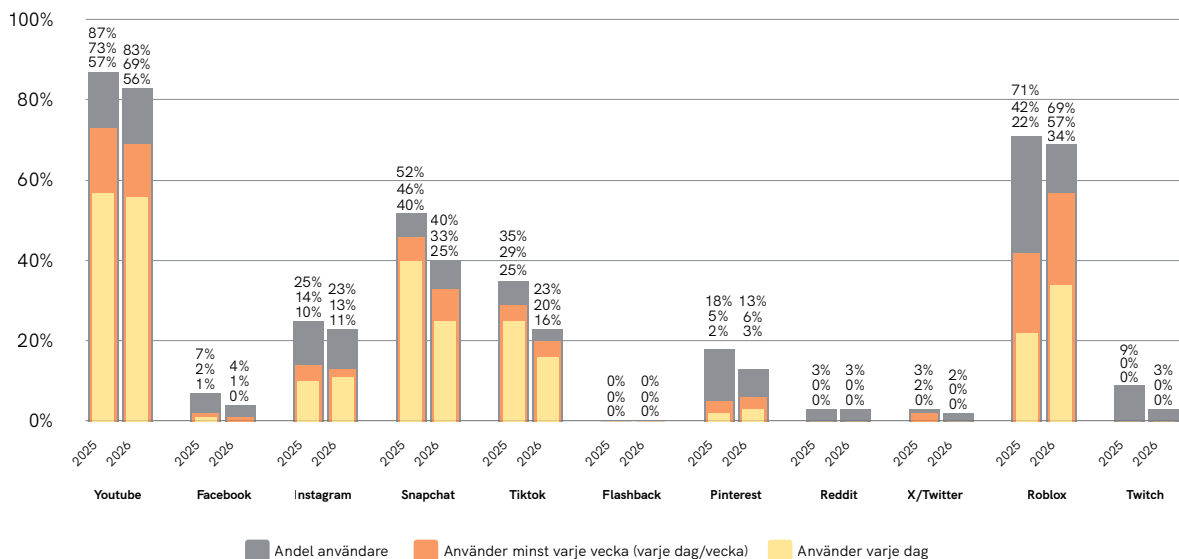
## Färre lågstadiebarn använder Youtube, Snapchat och Instagram år 2026

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

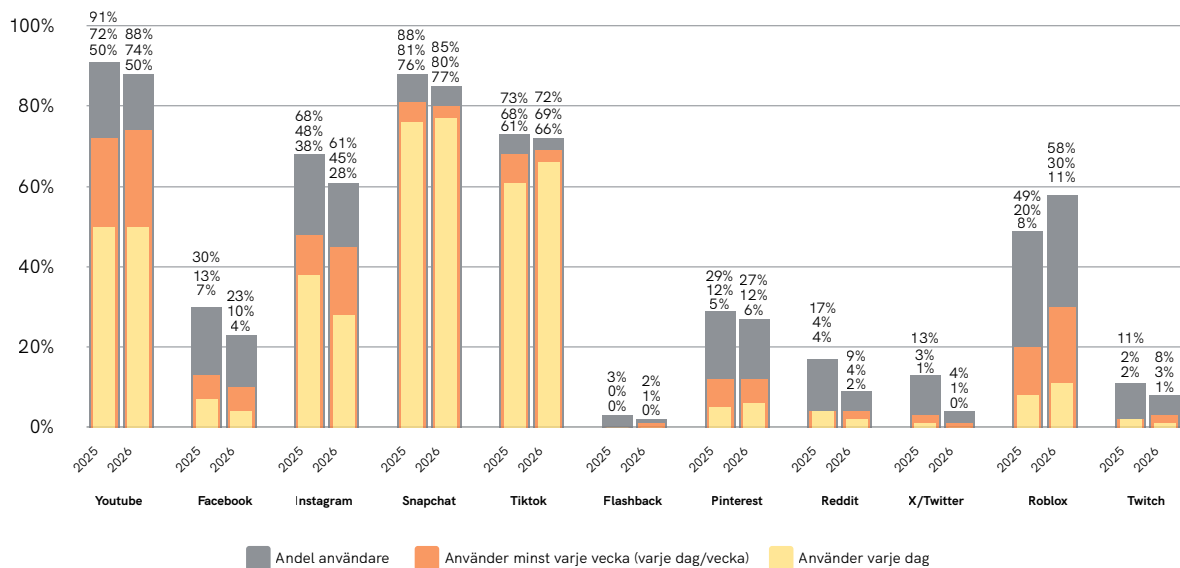
### LÅGSTADIET



### MELLANSTADIET



## HÖGSTADIET



## GYMNASIET

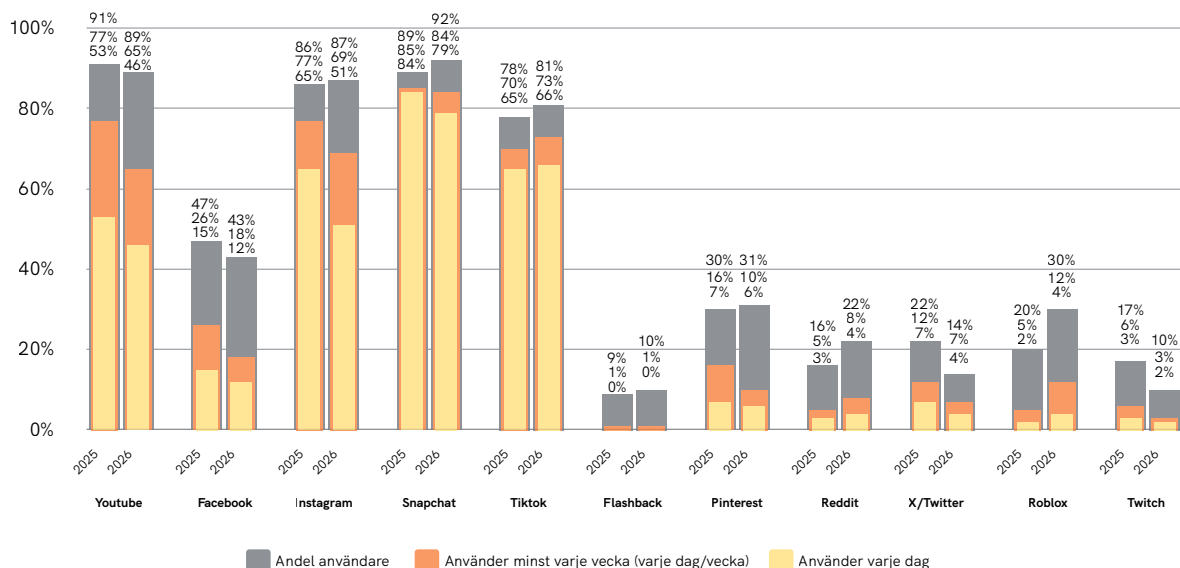


Diagram 3.15c-f, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2025-2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

## Vilka sociala medier använder barn på lågstadiet?

- Barn på lågstadiet använder framför allt Youtube och Roblox. I viss mån används även Snapchat. Användningen av övriga sociala medier är på en mycket låg nivå.
- Den tjänst som flest lågstadiebarn använder är Youtube, 7 av 10 använder plattformen. Mer än 5 av 10 använder Youtube minst varje vecka och knappt 4 av 10 dagligen.
- Den näst mest använda sociala medieplattformen bland lågstadiebarn är Roblox, 6 av 10 använder tjänsten år 2026. Hälften använder Roblox minst varje vecka, och en tredjedel varje dag.

- Snapchat används av vart tionde lågstadiebarn.
- Bland lågstadiebarn **minskar** tre tjänster signifikant mellan år 2025–2026; Youtube, Snapchat och Instagram. Tiktok tenderar minska, men skillnaden är inom felmarginalen. År 2025 var Instagram och Tiktok tjänster som användes av nära vart tionde lågstadiebarn, men år 2026 är användningen av dessa tjänster på en mycket låg nivå.
- Inga sociala medier ökar signifikant bland barn på lågstadiet mellan år 2025–2026.

### Vilka sociala medier använder barn på mellanstadiet?

- Mellanstadiebarn använder framför allt Youtube, Roblox, Snapchat, Tiktok och Instagram. I viss utsträckning används även Pinterest.
- Youtube är den tjänst som flest mellanstadiebarn använder. Drygt 8 av 10 använder plattformen.
- På andra plats kommer Roblox. Roblox når sin toppnivå på 69 procent år 2026 bland barn på mellanstadiet.
- Snapchat används av 4 av 10 barn på mellanstadiet. En tredjedel använder Snapchat minst varje vecka och en fjärdedel dagligen.
- Nästan en fjärdedel av mellanstadiebarnen använder Tiktok och Instagram. Dagligen använder dock fler Tiktok än Instagram.
- Bland mellanstadiebarn **minskar** tre tjänster signifikant mellan år 2025–2026; Snapchat, Tiktok och Twitch. Pinterest och Youtube tenderar minska, men skillnaderna är inom felmarginalen.
- Inga sociala medier ökar bland barn på mellanstadiet mellan år 2025–2026.

### Vilka sociala medier använder ungdomar på högstadiet?

- Ungdomar i högstadieåldern använder i princip alla sociala medier utom Flashback. De tjänster som används mest är Youtube, Snapchat, Tiktok, Instagram och Roblox.
- Youtube och Snapchat är de två tjänster som är störst bland högstadieungdomar, de används av uppemot 9 av 10. Användningen minst varje vecka och dagligen är högre för Snapchat än för Youtube, speciellt den dagliga användningen.
- På tredje plats bland högstadieungdomar kommer Tiktok. Drygt 7 av 10 använder tjänsten.
- Cirka 6 av 10 högstadieungdomar använder Instagram och Roblox. Dagligen använder dock fler Instagram än Roblox.
- Bland högstadieungdomar **minskar** två tjänster signifikant mellan år 2025–2026; X/Twitter och Reddit. Facebook och Instagram tenderar minska, men skillnaderna är inom felmarginalen.
- Inga sociala medier har ökat signifikant bland högstadieungdomar mellan år 2025–2026. Roblox tenderar öka, men skillnaden är inom felmarginalen.

### Vilka sociala medier använder ungdomar på gymnasiet?

- Ungdomar i gymnasieåldern använder i princip alla sociala medier i olika grad. De använder också de flesta av plattformarna i högre grad än de yngre barnen gör. Den enda plattform som de inte använder i lika hög grad som yngre är Roblox.
- De mest använda sociala medierna bland gymnasieungdomar är Snapchat, Youtube, Instagram och Tiktok.
- Cirka 9 av 10 gymnasieungdomar använder Snapchat, Youtube och Instagram. Snapchat är den plattform som klart toppar den dagliga användningen bland gymnasisterna.
- Tiktok når sin toppnivå på 81 procent år 2026 bland gymnasieungdomar.
- Bland gymnasieungdomar **minskar** två tjänster signifikant mellan år 2025–2026; X/Twitter och Twitch. Facebook tenderar minska, men skillnaden är inom felmarginalen.
- Roblox **ökar** signifikant bland gymnasieungdomar mellan år 2025–2026. Reddit och Tiktok tenderar öka, men skillnaderna är inom felmarginalen.



# Barn och ungdomars användning av sociala medier

## – Barn och ungdomars användning av kommunikationsappar: Facebook Messenger, Whatsapp, Discord, Signal och Telegram

### Varannan flicka 8–19 år använder Whatsapp

Fråga: Vilka av följande appar och tjänster har du använt de senaste 12 månaderna?

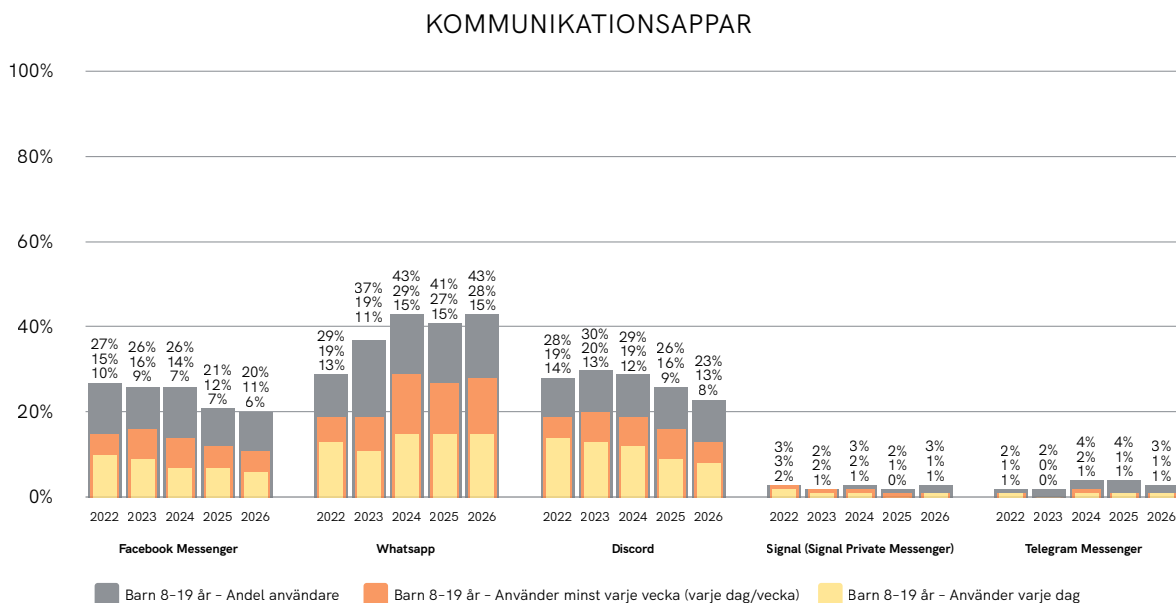


Diagram 3.16a, Bas: Barn och ungdomar 8–19 år, År 2022–2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

### FACEBOOK MESSENGER, WHATSAPP, DISCORD – ANDEL ANVÄNDARE ÅR 2022, 2025 OCH 2026

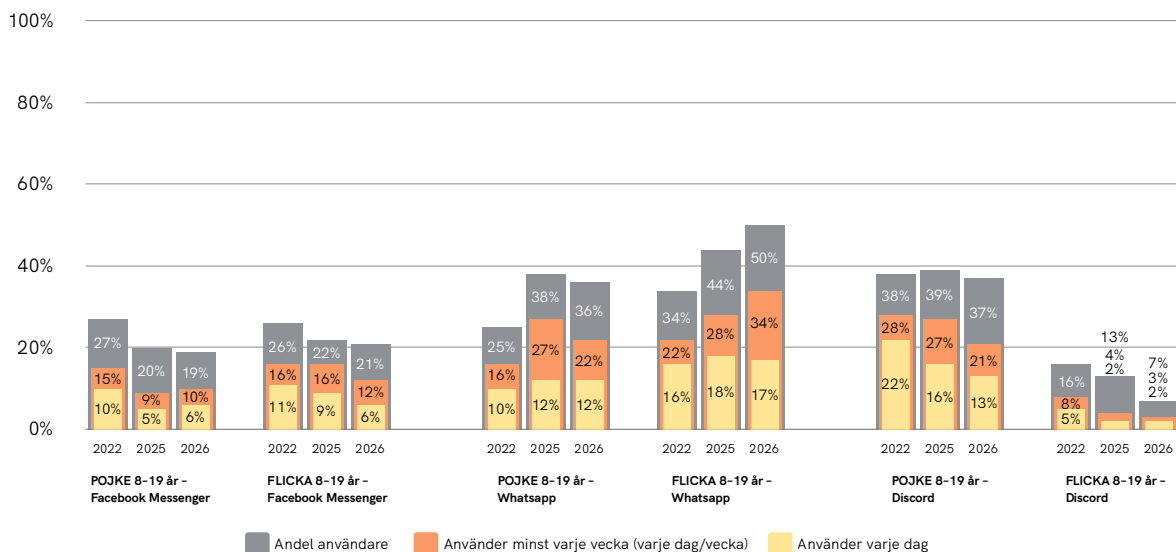


Diagram 3.16b, Bas: Barn och ungdomar 8–19 år, År 2022, 2025 och 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

## ANVÄNDARE AV RESPEKTIVE KOMMUNIKATIONSAPP ÅR 2026

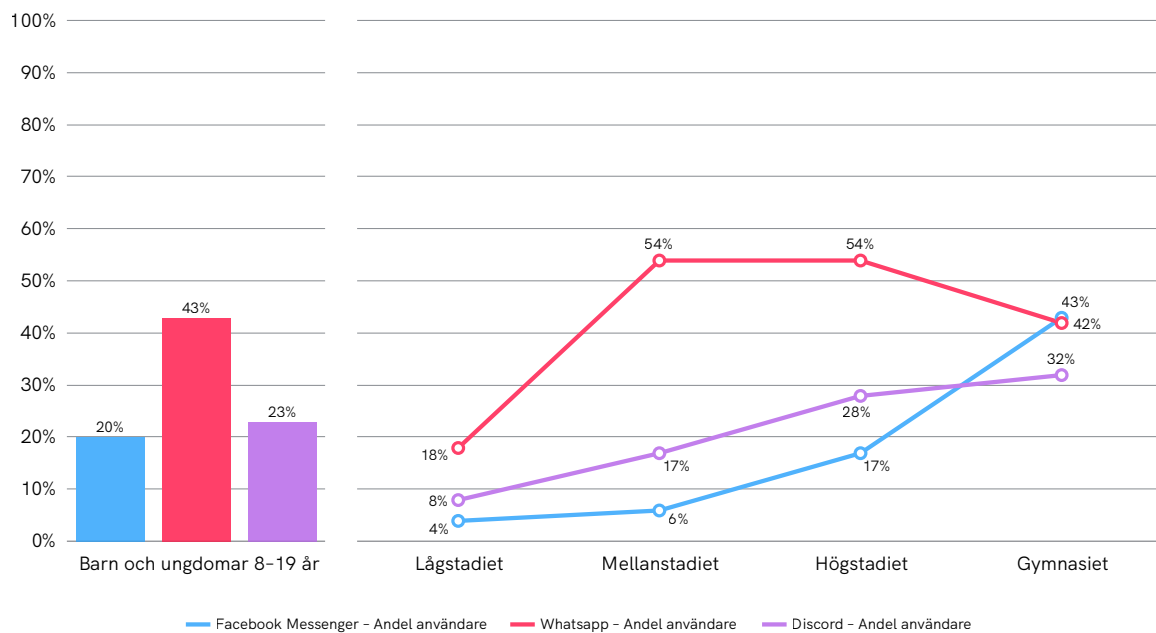


Diagram 3.16c, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

## ANVÄNDER VARJE DAG

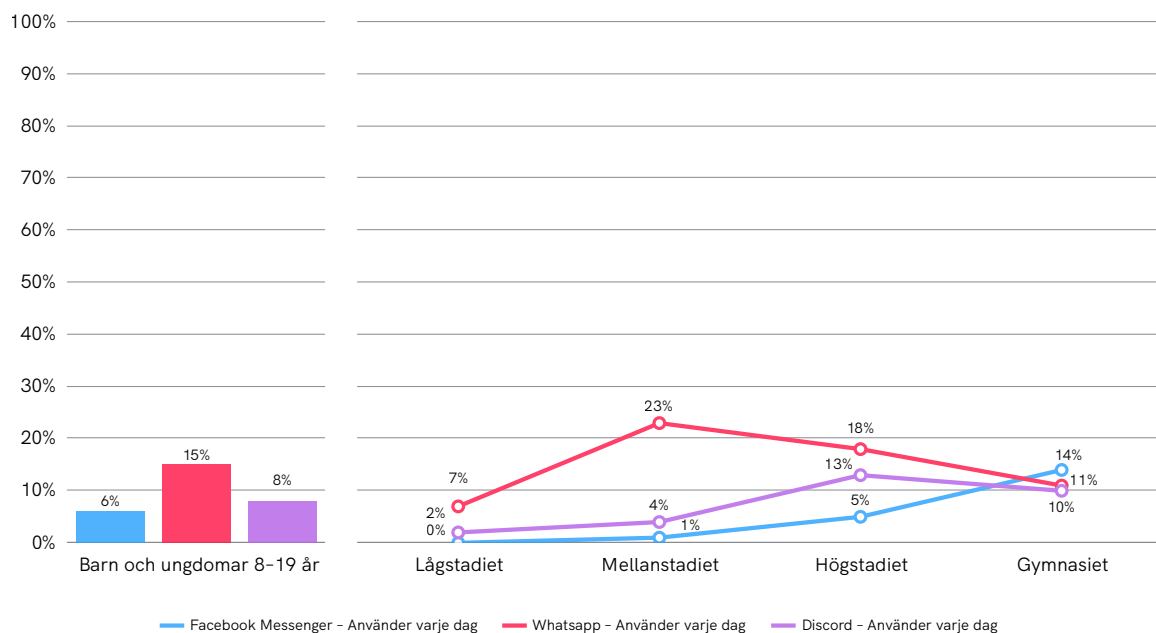


Diagram 3.16d, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2026 (Studie 1)

**Vilka kommunikationsappar använder barn och ungdomar år 2026?**

WhatsApp är den kommunikationsapp som flest barn och ungdomar använder. Discord följer sedan och tätt därefter kommer Facebook Messenger. Det är få barn och ungdomar som använder Signal eller Telegram.

Vad gäller digitala kommunikationstjänster har vi undersökt användningen av några kommunikationsappar som är intressanta att följa som komplement till övriga sociala medier. Definitionen av kommunikationsapp är dock flytande och många sociala medier med chattfunktioner kan också betraktas som kommunikationsappar. I denna del visar vi resultaten bland barn och ungdomar.

Jämförbara data för år 2021 saknas eftersom frågan detta år ställdes till personer i åldern från 12 år och uppåt. De efterföljande åren har frågan ställts till personer som är 8 år eller äldre. För resultaten från år 2021, se [\*Svenskarna och internet 2021\*](#).

### **Hur många barn och ungdomar använder Facebook Messenger år 2026?**

- Facebook Messenger, som är den mest använda kommunikationsappen bland svenskar överlag, är mindre använd bland barn och unga. En femtedel av barnen använder tjänsten, medan andelen bland vuxna 20 år eller äldre är nästan fyra gånger så hög.\*
- Ungefär lika många pojkar som flickor 8–19 år använder Facebook Messenger.
- Användningen av Facebook Messenger ökar med barnens ålder. Gymnasieungdomar använder Facebook Messenger i klart högst utsträckning.
- Användningen av Facebook Messenger bland barn 8–19 år ligger år 2026 på ungefär samma nivå som föregående år. Det gäller både pojkar och flickor.
- Ur ett långsiktigt perspektiv har det blivit färre barn och ungdomar som använder Facebook Messenger under de senaste 5 åren, det gäller både pojkar och flickor. Den största förändringen skedde mellan år 2024 och 2025.

### **Hur många barn och ungdomar använder Whatsapp år 2026?**

- Whatsapp är den kommunikationsapp som flest barn och ungdomar använder. Drygt 4 av 10 barn använder Whatsapp. Användningen är dock fortfarande lägre än bland vuxna som är 20 år eller äldre, varav drygt hälften använder Whatsapp.\*
- Varannan flicka 8–19 år använder Whatsapp, vilket är betydligt fler än bland pojkarna (36%).
- Barn på mellanstadiet och högstadiet är de som i högst utsträckning använder Whatsapp.
- Användningen av Whatsapp ligger på samma nivå bland barn år 2026 som år 2025. Eventuella skillnader ligger inom felmarginalen.
- I ett långsiktigt perspektiv har det blivit fler barn som använder Whatsapp under de senaste 5 åren. Skillnaden är störst bland flickor, även om det också blivit fler pojkar som använder Whatsapp.

### **Hur många barn och ungdomar använder Discord år 2026?**

- Nästan en fjärdedel av barn och unga använder Discord. Användningen är därmed högre än bland vuxna som är 20 år eller äldre, där den är 14 procent.\*
- Mer än var tredje pojke 8–19 år använder Discord, vilket är betydligt fler än bland flickorna (7%).

- Högstadië- och gymnasieungdomar är de som i högst utsträckning använder Discord.
- Det tenderar vara färre barn 8-19 år som använder Discord år 2026 än 2025, skillnaden ligger dock inom felmarginalen. Det beror till stor del på att färre flickor använder Discord år 2026.
- I ett långsiktigt perspektiv har det blivit färre barn som använder Discord under de senaste 5 åren. Det beror främst på att det har blivit färre flickor som använder Discord.

#### **Hur många barn och ungdomar använder Signal år 2026?**

- Få barn och ungdomar i åldern 8-19 år har använt Signal, endast 3 procent. Användningen är lägre än bland vuxna som är 20 år eller äldre, varav 9 procent använder Signal.\*
- Användningen av Signal bland barn och ungdomar har inte förändrats nämnvärt mellan år 2025 och 2026 och inte heller under de senaste 5 åren.

#### **Hur många barn och ungdomar använder Telegram år 2026?**

- Få barn och ungdomar 8-19 år har använt Telegram, endast 3 procent. Även bland vuxna som är 20 år eller äldre är användningen låg (5%).\*
- Användningen av Telegram bland barn och ungdomar har inte förändrats nämnvärt mellan år 2025 och 2026 och inte heller under de senaste 5 åren.

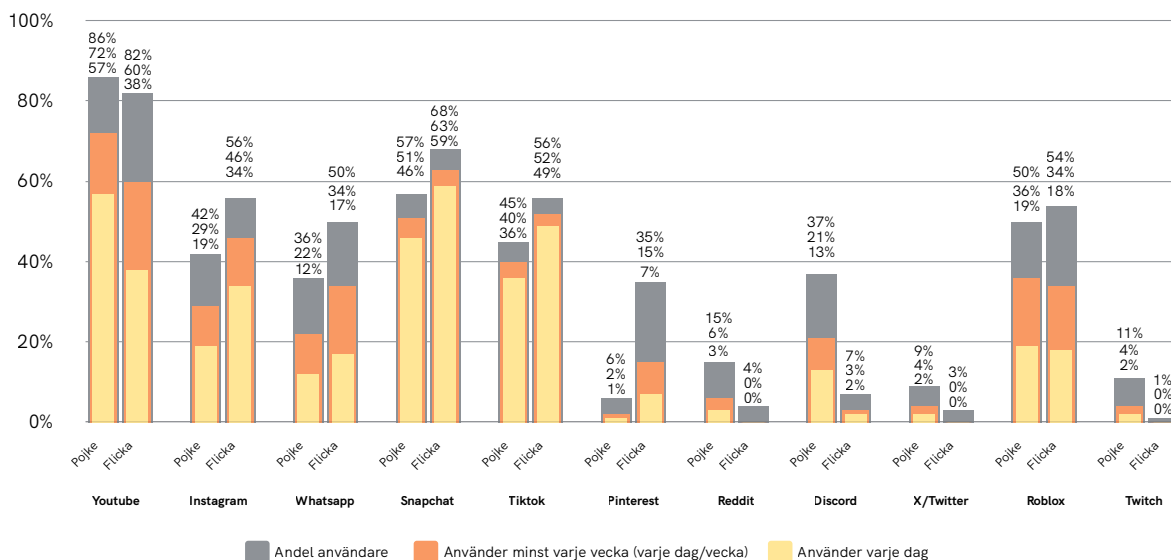
# Barn och ungdomars användning av sociala medier

## - Är pojkar och flickor på samma plattformar?

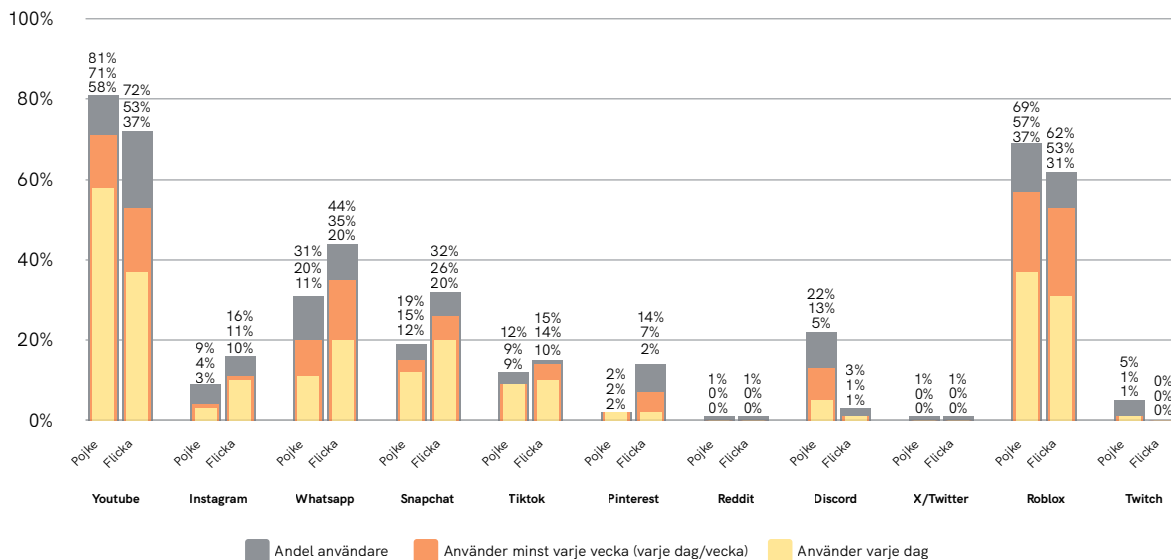
### Flickor dominerar på Pinterest och pojkar på Discord

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

ANVÄNDNING POJKAR OCH FLICKOR ÅR 2026



BARN PÅ LÅGSTADIET OCH MELLANSTADIET ÅR 2026



### UNGDOMAR PÅ HÖGSTADIET OCH GYMNASIET ÅR 2026

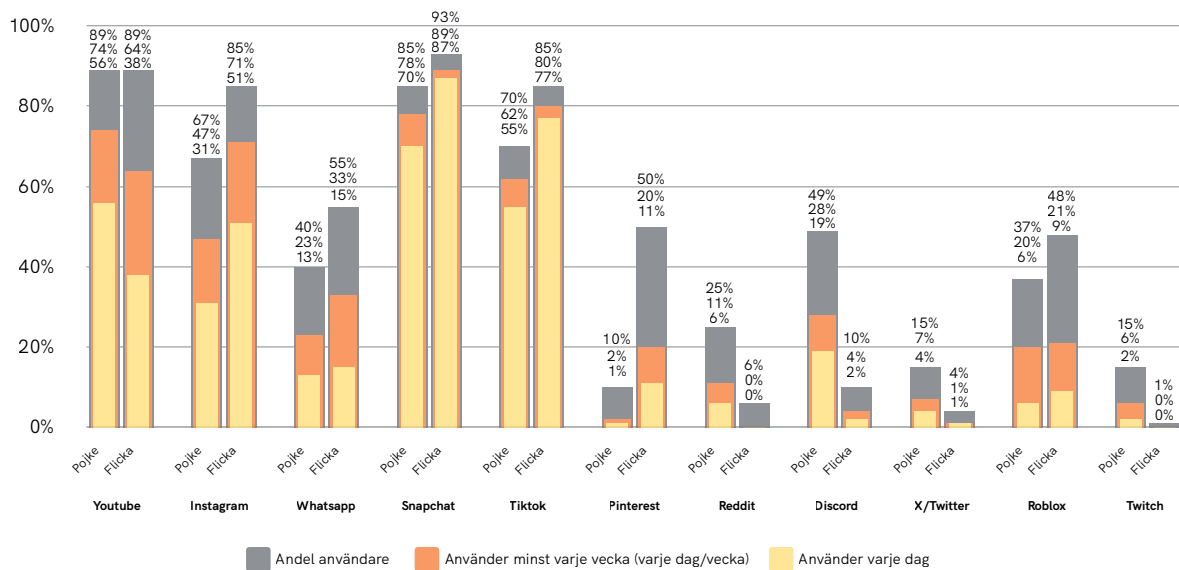


Diagram 3.17a-c, Bas: Barn 8-19 år, År 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

### Tio-i-topp mest använda sociala medier och kommunikationsappar bland flickor respektive pojkar år 2026

|    | Pojkar<br>Låg-/Mellanstadiet | %   | Flickor<br>Låg-/Mellanstadiet | %   | Pojkar<br>Högstadiet/ Gymnasiet | %   | Flickor<br>Högstadiet/ Gymnasiet | %   |
|----|------------------------------|-----|-------------------------------|-----|---------------------------------|-----|----------------------------------|-----|
| 1  | Youtube                      | 81% | Youtube                       | 72% | Youtube                         | 89% | Snapchat                         | 93% |
| 2  | Roblox                       | 69% | Roblox                        | 62% | Snapchat                        | 85% | Youtube                          | 89% |
| 3  | Whatsapp                     | 31% | Whatsapp                      | 44% | Tiktok                          | 70% | Instagram                        | 85% |
| 4  | Discord                      | 22% | Snapchat                      | 32% | Instagram                       | 67% | Tiktok                           | 85% |
| 5  | Snapchat                     | 19% | Instagram                     | 16% | Discord                         | 49% | Whatsapp                         | 55% |
| 6  | Tiktok                       | 12% | Tiktok                        | 15% | Whatsapp                        | 40% | Pinterest                        | 50% |
| 7  | Instagram                    | 9%  | Pinterest                     | 14% | Roblox                          | 37% | Roblox                           | 48% |
| 8  | <b>Twitch</b>                | 5%  | Facebook Messenger            | 8%  | Facebook                        | 34% | Facebook                         | 34% |
| 9  | Facebook Messenger           | 2%  | Discord                       | 3%  | Facebook Messenger              | 32% | Facebook Messenger               | 30% |
| 10 | Pinterest                    | 2%  | <b>Facebook</b>               | 3%  | <b>Reddit</b>                   | 25% | Discord                          | 10% |



= Signifikant FLER än andra gruppen i motsvarande ålder



= Signifikant FÄRRE än andra gruppen i motsvarande ålder

Tabell 3.17d, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2026 (Studie 1)

### Använder pojkar och flickor olika sociala medier och kommunikationsappar?

Ja, vilka sociala medier och kommunikationsappar som används och i vilken omfattning skiljer sig åt mellan pojkar och flickor. I denna del vill vi belysa dessa kontraster.

Även om det finns stora likheter mellan vilka sociala medier och kommunikationsappar som finns bland de tio mest använda bland flickor respektive

pojkar, skiljer sig ordningen och nivåerna åt i hög utsträckning. Följande tjänster finns med bland de tio mest använda för endast pojkar respektive flickor fördelat på ålder.

**I topp tio för yngre pojkar men inte flickor:** Twitch

**I topp tio för yngre flickor men inte pojkar:** Facebook

**I topp tio för tonårspojkar men inte flickor:** Reddit

**I topp tio för tonårsflickor men inte pojkar:** Pinterest

### **Vilka sociala medier och kommunikationsappar används mer av pojkar än flickor?**

- Betydligt fler pojkar än flickor 8–19 år använder Discord, Reddit, Twitch, X/Twitter och i viss mån Youtube.
- **Discord:** Knappt 4 av 10 pojkar 8–19 år använder Discord jämfört med knappt 1 av 10 flickor. Det är en stor skillnad i användning mellan pojkar och flickor och det gäller alla åldrar.
- **Reddit:** 15 procent av pojkarna 8–19 år använder Reddit jämfört med 4 procent av flickorna. Skillnaden mellan pojkar och flickor finns bland tonåringarna, eftersom Reddit i princip inte används av yngre barn.
- **Twitch:** Twitch används av 11 procent av pojkarna 8–19 år medan det är väldigt få flickor, 1 procent, som är användare. Det är en stor skillnad i användning mellan pojkar och flickor och det gäller alla åldrar.
- **X/Twitter:** 9 procent av pojkarna 8–19 år använder X/Twitter jämfört med endast 3 procent av flickorna. Skillnaden mellan pojkar och flickor finns bland tonåringarna, då X/Twitter i princip inte används av yngre barn.
- **Youtube:** Pojkar 8–19 år (86%) tenderar att använda Youtube mer än flickor 8–19 år (82%), skillnaden ligger dock inom felmarginalen. Bland yngre barn är det dock en noterbar skillnad i användning mellan pojkar (81%) och flickor (72%), medan användningen är helt jämn bland tonåringar. Den dagliga användningen av Youtube är däremot betydligt högre bland pojkar än bland flickor, det gäller både bland tonåringar och yngre barn.

### **Vilka sociala medier och kommunikationsappar används mer av flickor än pojkar?**

- Betydligt fler flickor än pojkar 8–19 år finns på tjänster som Pinterest, Instagram och Whatsapp och i viss mån även på Snapchat och Tiktok. Det tenderar även vara fler flickor som använder Roblox totalt sett men det varierar med åldern.
- **Pinterest:** 35 procent av flickorna 8–19 år använder Pinterest jämfört med endast 6 procent av pojkarna. Skillnaden mellan pojkar och flickor är som störst bland tonåringar, även om den är stor också bland yngre.
- **Instagram:** Knappt 6 av 10 flickor 8–19 år använder Instagram jämfört med drygt 4 av 10 pojkar. Det är bland tonåringar skillnaden mellan pojkar och flickor är som störst, även om den är stor även bland yngre barn.
- **Whatsapp:** Hälften av flickorna 8–19 år använder Whatsapp jämfört med drygt en tredjedel av pojkarna. Det är en stor skillnad i användning mellan flickor och pojkar och det gäller alla åldrar.

- **Snapchat:** Knappt 7 av 10 flickor 8–19 år använder Snapchat jämfört med knappt 6 av 10 pojkar. Skillnaden mellan pojkar och flickor är som störst bland yngre barn, även om det också finns en skillnad bland tonåringar.
- **Tiktok:** 56 procent av flickorna 8–19 år använder Tiktok jämfört med 45 procent av pojkarna. Skillnaden mellan pojkar och flickor är tydligast bland tonåringar, även om det också finns en skillnad bland yngre barn.
- **Roblox:** Det tenderar vara fler flickor (54%) än pojkar 8–19 år (50%) som använder Roblox totalt sett. Det finns dock stora skillnader i användning beroende på ålder. Det är betydligt fler flickor än pojkar som använder Roblox bland tonåringarna, medan det bland yngre barn istället är fler pojkar än flickor.

### Tabell över andel användare av sociala medier och kommunikationsappar bland pojkar och flickor år 2022 och 2026

För den som vill fördjupa sig ytterligare i användningen av olika sociala medietjänster och kommunikationsappar bland pojkar och flickor år 2022 och 2026 har vi inkluderat en tabell. Vi har utgått från dessa år då frågan om kommunikationsappar ställdes först år 2022 till alla som är 8 år eller äldre.

Tabell över användning pojkar och flickor år 2022 och 2026

| Barn och ungdomar 8–19 år. Andel användare (varje dag/varje vecka/senaste 12 mån) | Pojkar 8–19 år |      | Flickor 8–19 år |      |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------|------|-----------------|------|
|                                                                                   | 2022           | 2026 | 2022            | 2026 |
| Youtube                                                                           | 91%            | 86%  | 89%             | 82%  |
| Facebook                                                                          | 29%            | 20%  | 27%             | 21%  |
| Instagram                                                                         | 54%            | 42%  | 65%             | 56%  |
| Facebook Messenger                                                                | 27%            | 19%  | 26%             | 21%  |
| Whatsapp                                                                          | 25%            | 36%  | 34%             | 50%  |
| Snapchat                                                                          | 66%            | 57%  | 77%             | 68%  |
| Linkedin                                                                          | 3%             | 3%   | 4%              | 1%   |
| Tiktok                                                                            | 56%            | 45%  | 73%             | 56%  |
| Flashback                                                                         | 8%             | 6%   | 6%              | 1%   |
| Pinterest                                                                         | 7%             | 6%   | 34%             | 35%  |
| Reddit                                                                            | 19%            | 15%  | 7%              | 4%   |
| Discord                                                                           | 38%            | 37%  | 16%             | 7%   |
| X/Twitter                                                                         | 16%            | 9%   | 12%             | 3%   |
| Roblox                                                                            | 38%            | 50%  | 37%             | 54%  |
| Signal                                                                            | 2%             | 3%   | 4%              | 2%   |
| Threads                                                                           | 0%*            | 1%   | 0%*             | 2%   |
| Twitch                                                                            | 26%            | 11%  | 7%              | 1%   |
| Telegram Messenger                                                                | 2%             | 5%   | 1%              | 0%   |



= Signifikant FLER använder tjänsten år 2026 jämfört med 2022



= Signifikant färre använder tjänsten år 2026 jämfört med 2022

Tabell 3.18, Bas: Barn och ungdomar 8–19 år, År 2022/2026 (Studie 1) \*) Threads var inte lanserad år 2022.



## Fokus på utvalda sociala medier:

I detta avsnitt riktar vi strålkastarljuset mot åtta utvalda sociala medier; Youtube, Facebook, Instagram, Snapchat, Tiktok, X/Twitter, Roblox och LinkedIn. Vi tittar närmare på vilka som använder plattformarna och hur ofta de används. Vi analyserar också hur användningen har utvecklats över tid – både under det senaste året och i ett längre perspektiv. Den långsiktiga jämförelsen utgår från år 2021, när mätningarna började genomföras enligt nuvarande metod. För Roblox görs jämförelsen i stället från år 2022, eftersom plattformen började mätas först då.

För samtliga plattformar, med undantag för LinkedIn, gör vi även en översiktlig jämförelse av användningen bland vuxna 20+ år respektive barn och ungdomar 8–19 år. För en djupare analys av barn och ungdomars användning av sociala medier och dess utveckling, se *Barn och ungdomars användning av sociala medier*.

Utöver detta gör vi även en översiktlig jämförelse av mäns och kvinnors användning av respektive plattform. För en mer djuplodande analys av vilka sociala medier män och kvinnor använder och hur användningen skiljer sig åt, se *Är män och kvinnor på samma plattformar?*

I webbversionen kan du klicka i listan nedan för att komma direkt till analysen för respektive socialt medium.

- [Youtube](#)
- [Facebook](#)
- [Instagram](#)
- [Snapchat](#)
- [Tiktok](#)
- [X/Twitter](#)
- [Roblox](#)
- [LinkedIn – Special 2026](#)

**Tips!** Vill du veta vilka sociala medier som svenskarna använder för att ta del av politisk information? Se då vår rapport *Svenskarna och internet – Valspecial 2026* som vi lanserade i april i år.

**Tips!** Vill du veta vad svenskarna tycker om åldersgränser på sociala medier? Se då *Svenskarna och internet – Åldersgränser på sociala medier* från juni i år.

## Fokus på: Youtube

### Youtube minskar gradvis sedan 2021

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

YOUTUBE ÅR 2021-2026

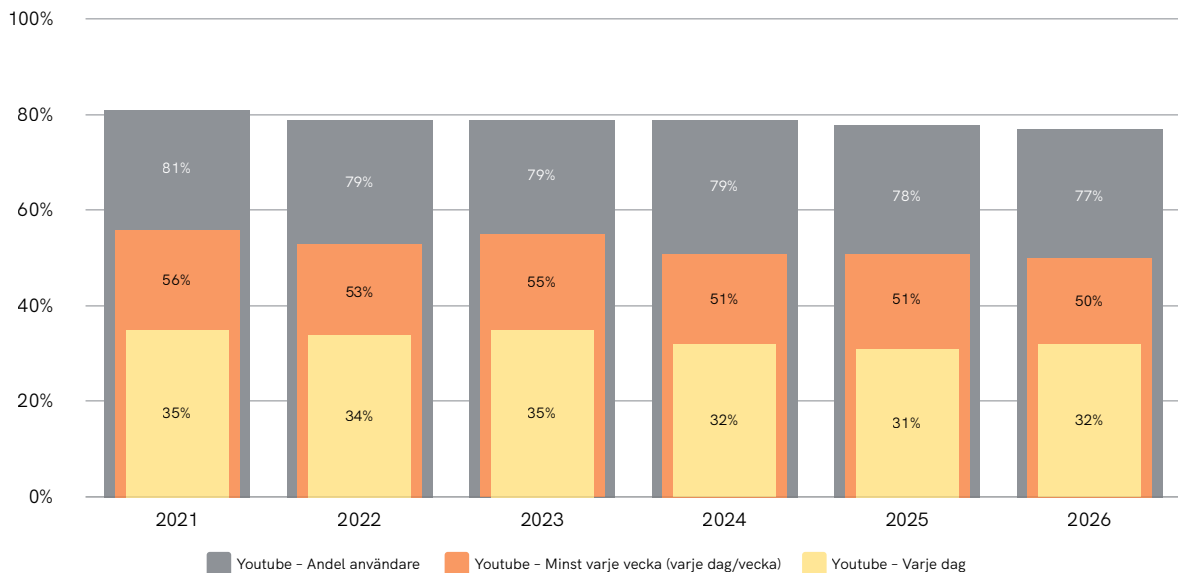


Diagram 3.19a, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2021-2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

YOUTUBE ÅR 2021, 2025-2026

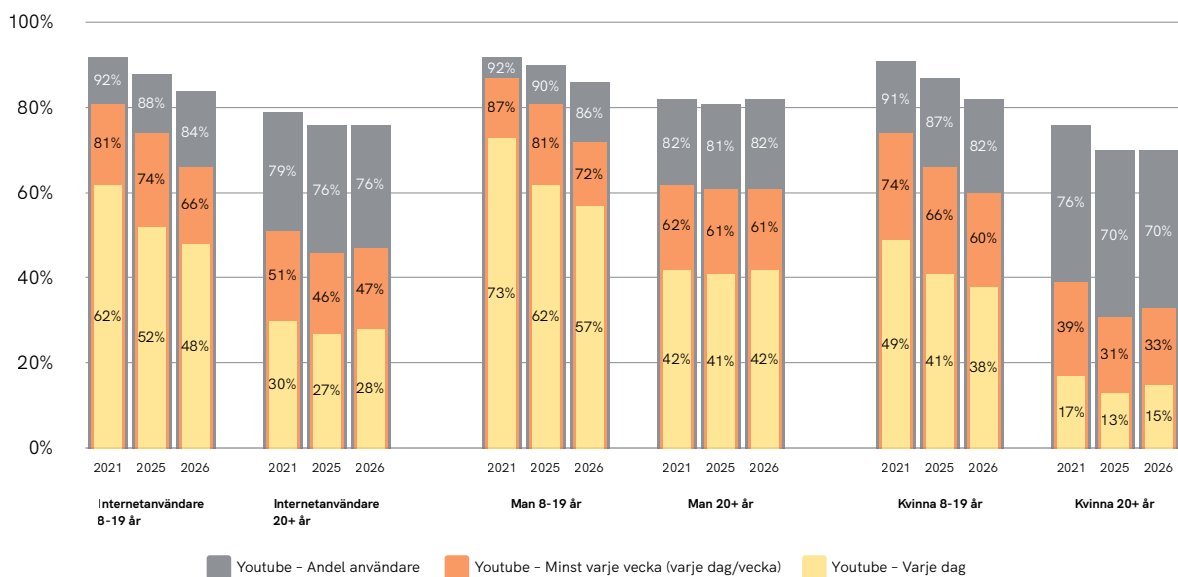


Diagram 3.19b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2021, 2025 och 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

## YOUTUBE ÅR 2026

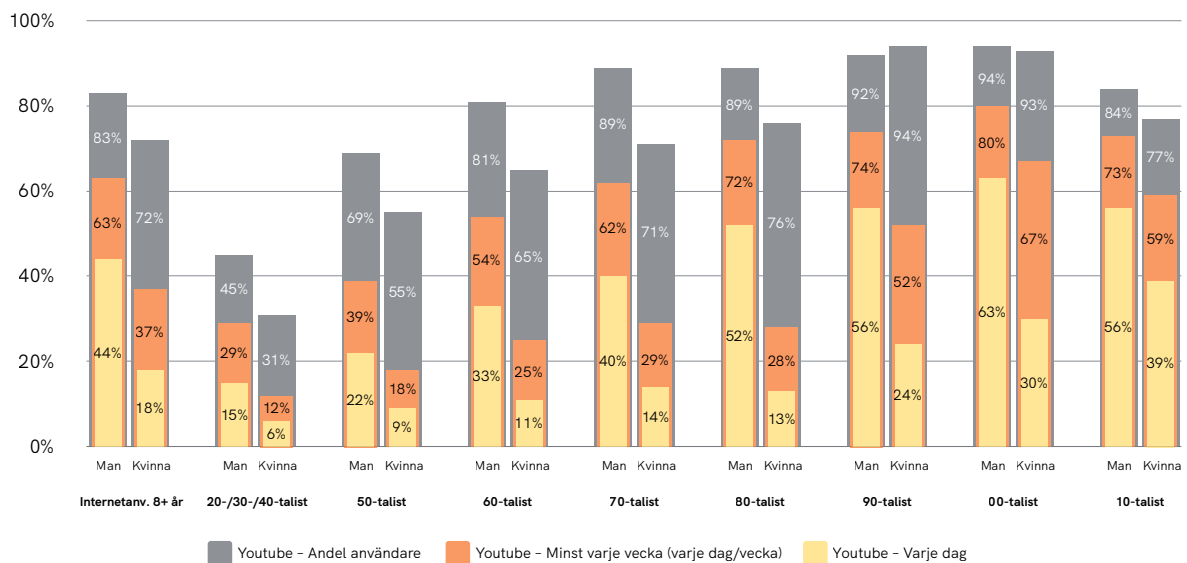


Diagram 3.19c, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

### Hur många och vilka använder Youtube år 2026?

- År 2026 har knappt 8 av 10 svenskar använt Youtube. Hälften av svenskarna använder Youtube minst varje vecka och en tredjedel dagligen.
- Andelen som är på Youtube är större bland barn 8–19 år än bland vuxna.
- Män använder Youtube i betydligt högre utsträckning än kvinnor.
- De som använder Youtube mest är 90- och 00-talister. Den totala användningen bland män och kvinnor i dessa generationer ligger på en jämnhög nivå, men det är betydligt fler män som använder Youtube minst varje vecka och dagligen.

### Ökar eller minskar användningen av Youtube?

- I *Svenskarna och internet 2025* visades en gradvis minskning i användning av Youtube sedan år 2021. Denna trend har fortsatt. År 2021 använde 81 procent Youtube jämfört med 77 procent år 2026.
- Bland vuxna 20+ år har användningen av Youtube minskat något under perioden år 2021–2026, främst drivet av att färre kvinnor använder plattformen. Nivån bland vuxna är dock densamma år 2026 som 2025, medan färre barn 8–19 år, där 10-talister ingår, använder Youtube i år. Barnen har minskat sin användning av Youtube även sett i ett längre tidsperspektiv. För mer information se *Barn och ungdomars användning av sociala medier*.
- Det är färre bland de allra äldsta och fler 50-talister som använder Youtube år 2026 jämfört med år 2025. Under åren har användningen i dessa grupper dock varierat mycket. Om det är temporära förändringar eller begynnande trender är givetvis något vi kommer att följa upp över tid.\*

**Tips!** Vill du se en fördjupad analys av vilka plattformar, inklusive Youtube, män respektive kvinnor använder och kontrasterna dem emellan, se avsnittet *Är män och kvinnor på samma plattformar?*

## Fokus på: Facebook

### Daglig användning av Facebook minskar över tid

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

FACEBOOK ÅR 2021-2026

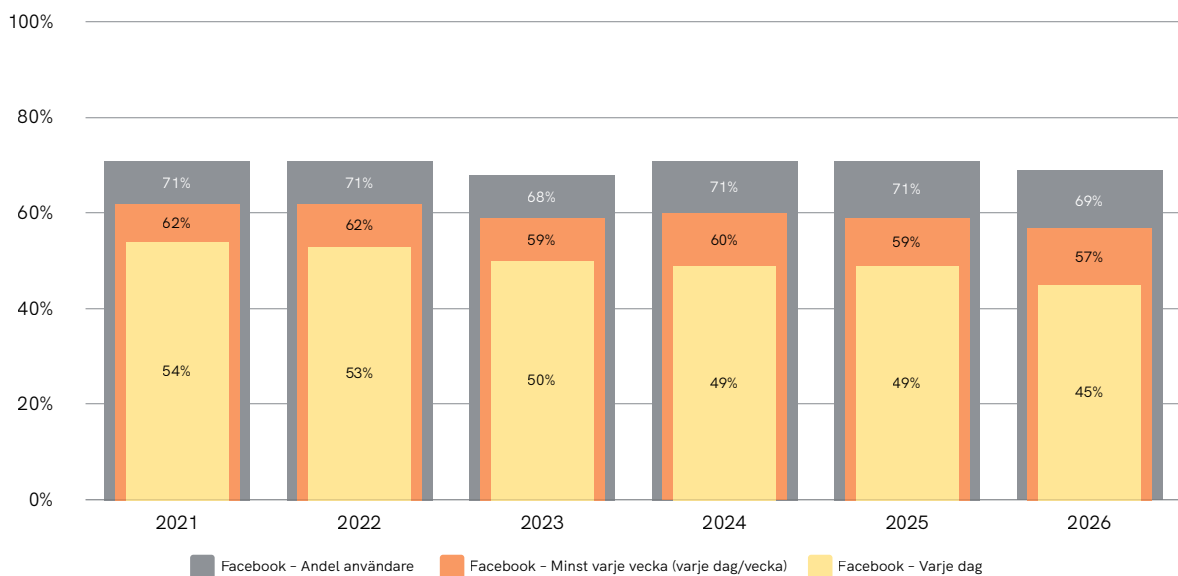


Diagram 3.20a, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2021-2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

FACEBOOK ÅR 2021, 2025-2026

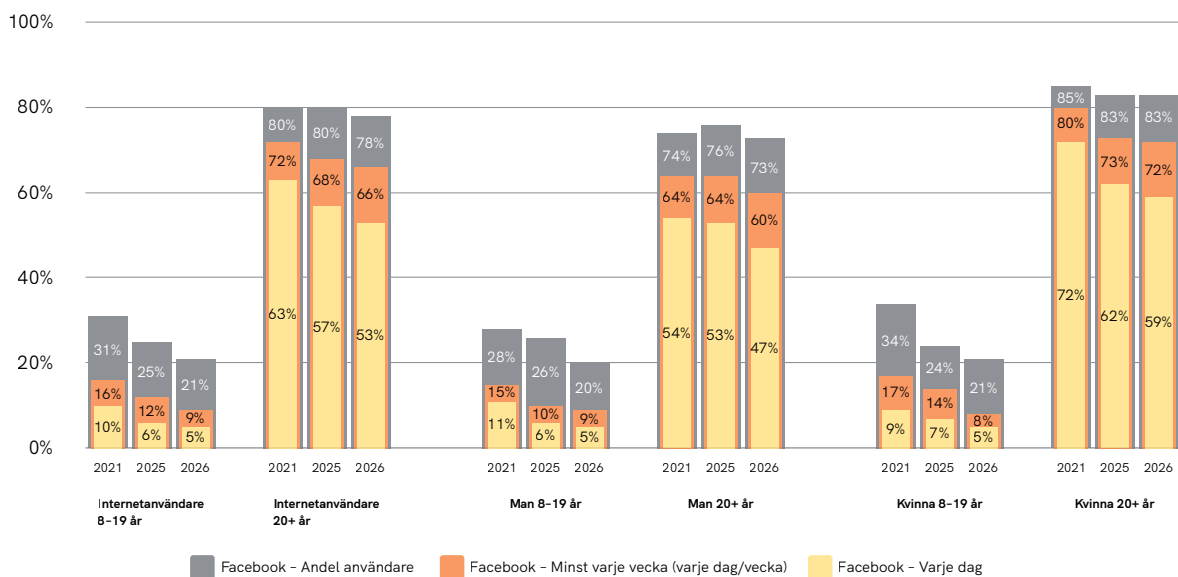


Diagram 3.20b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2021, 2025 och 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

## FACEBOOK ÅR 2026

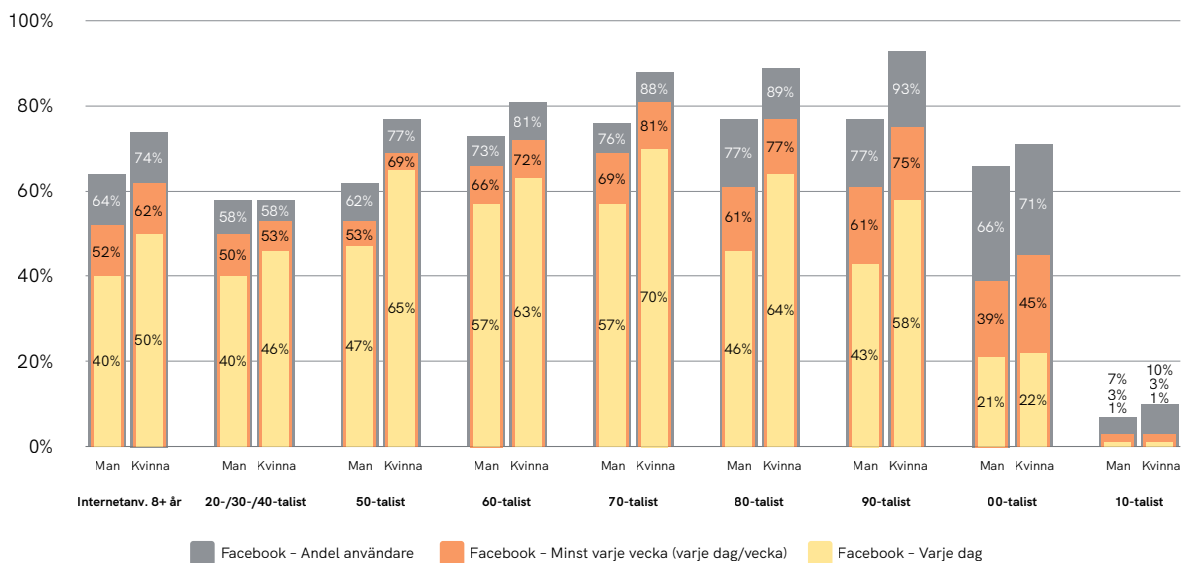


Diagram 3.20c, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

### Hur många och vilka använder Facebook år 2026?

- 7 av 10 svenskar har använt Facebook under det senaste året. Knappt 6 av 10 använder tjänsten minst varje vecka och knappt hälften är dagliga användare.
- Andelen som är på Facebook är betydligt större bland vuxna än bland barn 8–19 år.
- Facebook används i större utsträckning av kvinnor än av män.
- Facebook är störst bland kvinnor födda på 70-, 80- och 90-talet, varav cirka 9 av 10 använder Facebook.

### Ökar eller minskar användningen av Facebook?

- Den totala användningen av Facebook ligger på ungefär samma nivå år 2026 som år 2025. Ser man till utvecklingen över en längre tidsperiod har den dagliga användningen minskat sedan 2021, medan den totala användningen hållit sig mer stabil.
- Bland vuxna 20+ år har det långsiktigt inte skett någon större förändring i användning under perioden år 2021 till 2026, den dagliga användningen har dock minskat gradvis. Över tid är det färre barn 8–19 år som använder Facebook, såväl flickor som pojkar. För mer information se [Barn och ungdomars användning av sociala medier](#).
- Bland de allra äldsta minskar användningen av Facebook år 2026 jämfört med år 2025. Under åren har användningen i denna grupp varierat mycket. Om det är en temporär förändring eller en begynnande trend kommer vi följa upp över tid.\*

**Tips!** Vill du se en fördjupad analys av vilka plattformar, inklusive Facebook, män respektive kvinnor använder och kontrasterna dem emellan, se avsnittet Är män och kvinnor på samma plattformar?

Vill du istället veta hur många som använder Facebooks AI-tjänst Meta AI, se Vilka AI-tjänster använder svenskarna? i kapitel 2.

## Fokus på: Instagram

### Instagram ökar bland kvinnor, men inte bland män

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

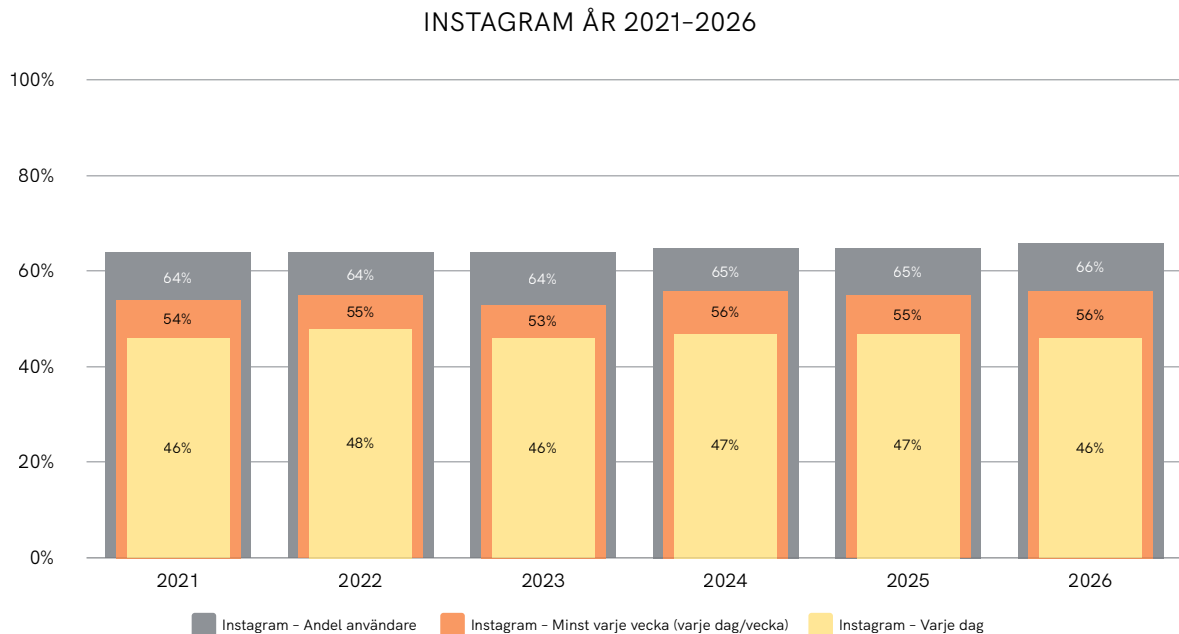


Diagram 3.21a, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2021-2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

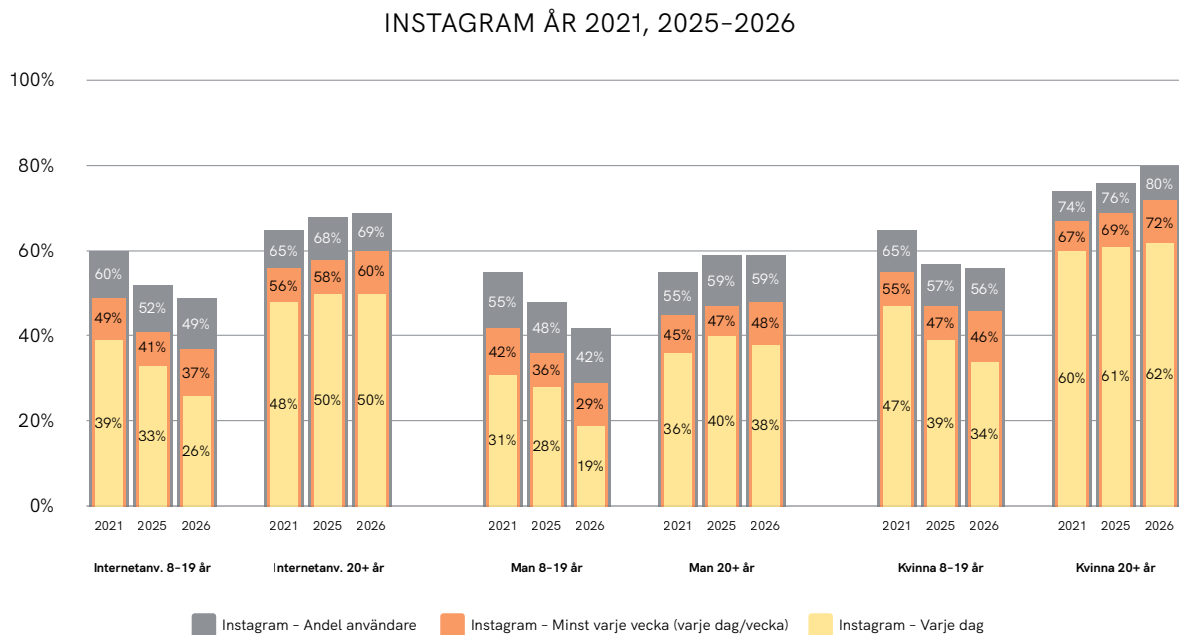


Diagram 3.21b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2021, 2025 och 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.



## INSTAGRAM ÅR 2026

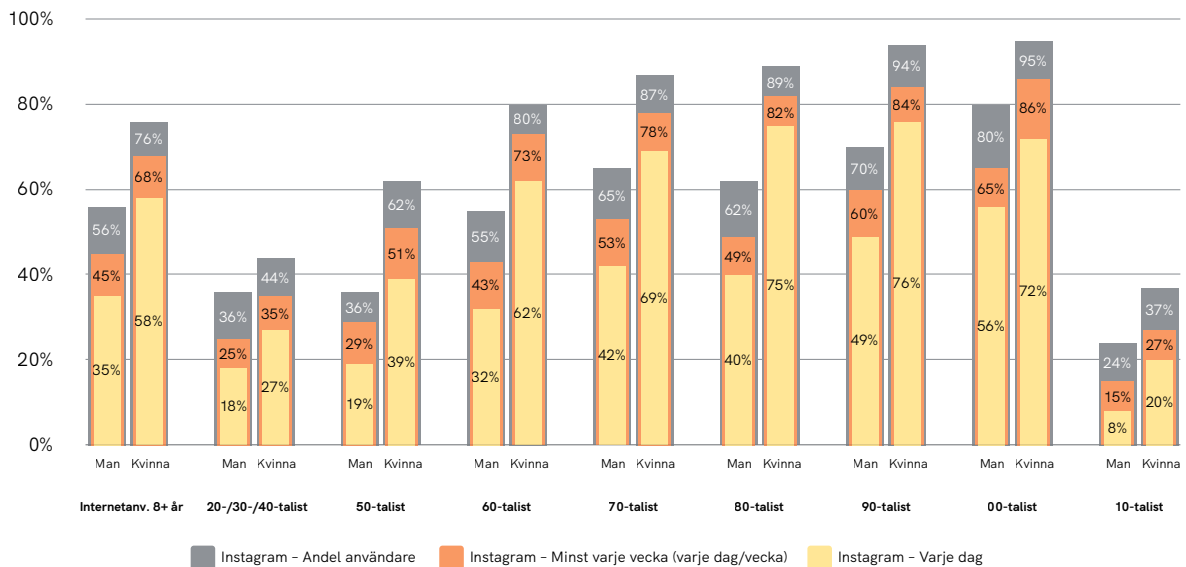


Diagram 3.21c, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

### Hur många och vilka använder Instagram år 2026?

- Nära två tredjedelar av svenskarna har använt Instagram år 2026. Över hälften har använt tjänsten minst varje vecka, medan den används dagligen av färre än hälften.
- Andelen som är på Instagram är betydligt större bland vuxna än bland barn 8–19 år.
- Kvinnor använder Instagram i betydligt högre utsträckning än män.
- De som använder Instagram mest är kvinnor födda på 90- och 00-talet.

### Ökar eller minskar användningen av Instagram?

- Långsiktigt har det under perioden år 2023 till 2026 skett en liten ökning av användningen av Instagram på befolkningsnivå. Ökningen sker nästan uteslutande bland vuxna 20+ år.
- Bland barn 8–19 år är det istället färre som använder, eller färre som har börjat använda, Instagram sett över tid. För mer information se [Barn och ungdomars användning av sociala medier](#).
- Användningen av Instagram ökar bland kvinnor år 2026 (76%) jämfört med 2025 (73%), medan den ligger kvar på i princip samma nivå bland män. Den största ökningen ses bland kvinnor födda på 60-talet, även om användningen också tenderar öka bland kvinnor i praktiskt taget alla övriga generationer.\*

**Tips!** Vill du se en fördjupad analys av vilka plattformar, inklusive Instagram, män respektive kvinnor använder och kontrasterna dem emellan, se avsnittet [År män och kvinnor på samma plattformar?](#)

## Fokus på: Snapchat

### Snapchat ökar bland vuxna, men minskar bland barn

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

SNAPCHAT ÅR 2021-2026

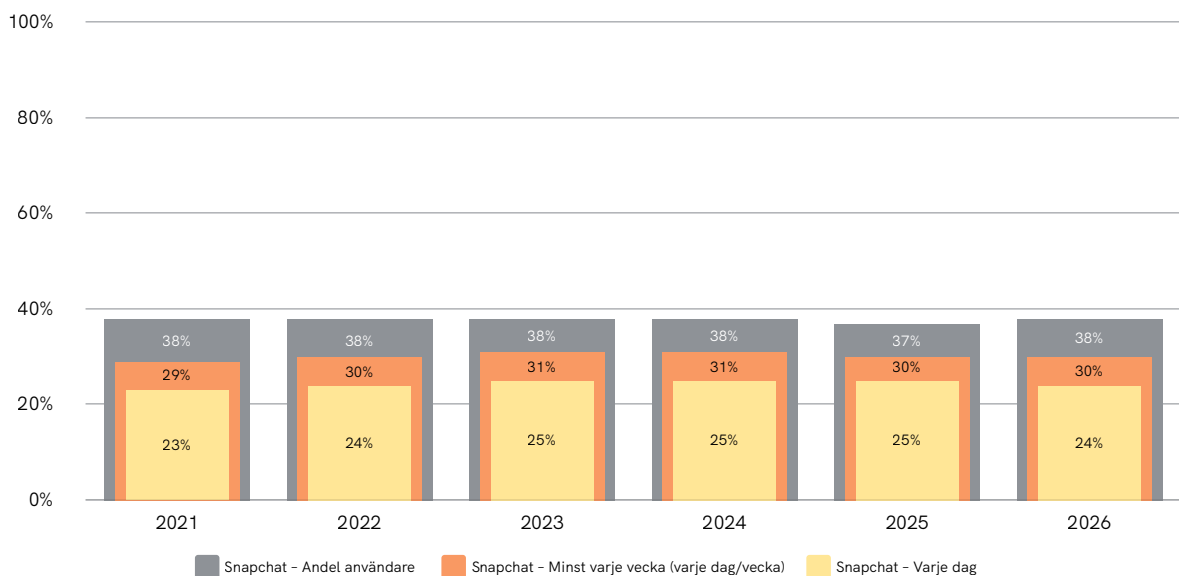


Diagram 3.22a, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2021-2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

SNAPCHAT ÅR 2021, 2025-2026

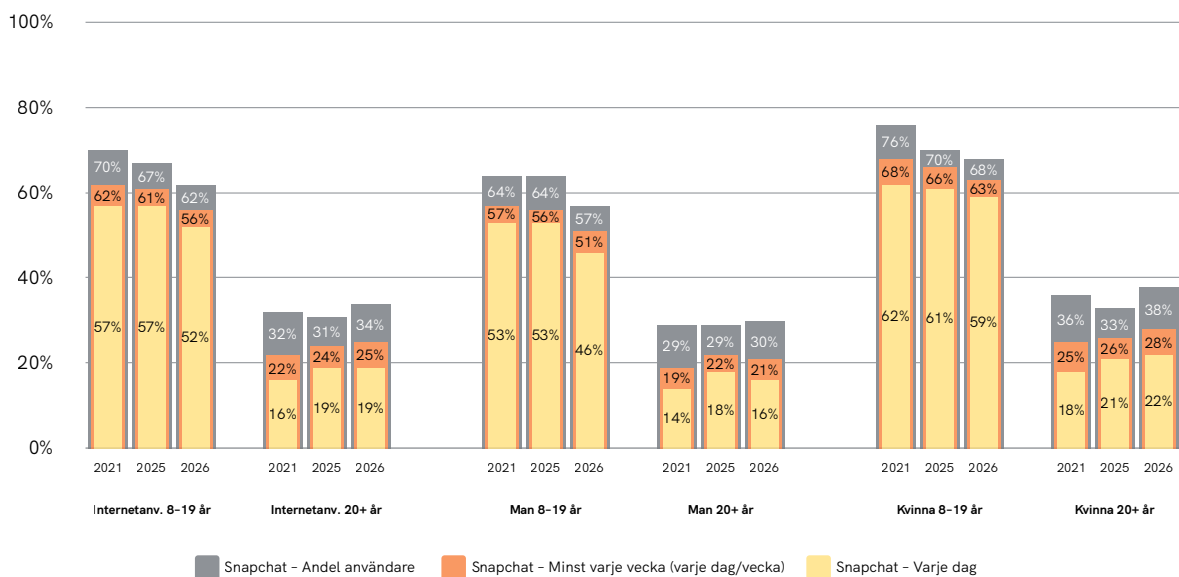


Diagram 3.22b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2021, 2025 och 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

## SNAPCHAT ÅR 2026

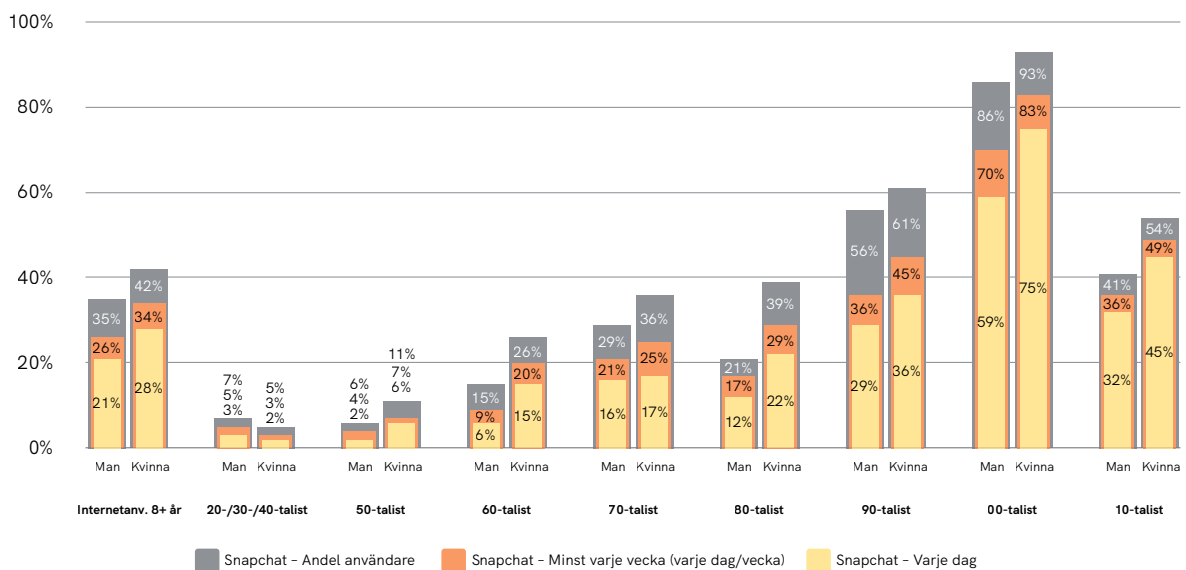


Diagram 3.22c, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

### Hur många och vilka använder Snapchat år 2026?

- Nästan 4 av 10 använder Snapchat år 2026, 3 av 10 använder Snapchat minst varje vecka medan en fjärdedel använder det varje dag.
- Andelen som är på Snapchat är betydligt större bland barn 8–19 år än bland vuxna.
- Det är fler kvinnor än män som använder Snapchat.
- De som använder Snapchat i särklass mest är 00-talisterna. Bland dem är 9 av 10 på Snapchat, knappt 8 av 10 använder Snapchat varje vecka och nästan 7 av 10 varje dag.\*

### Ökar eller minskar användningen av Snapchat?

- Det har på befolkningsnivå inte skett några förändringar vad gäller användningen av Snapchat under åren 2021–2026.
- Bland vuxna 20+ år tenderar användningen av Snapchat ha ökat under perioden år 2021–2026. Det kan, åtminstone delvis, bero på att de som i sin ungdom använde Snapchat fortsätter att använda tjänsten även i vuxen ålder. Bland barn 8–19 år är det istället färre som använder, eller har börjat använda, Snapchat sett över tid. För mer information se [Barn och ungdomars användning av sociala medier](#).
- Bland 90-talister har användningen av Snapchat minskat successivt från år 2021 (69%) till år 2026 (58%). Även andelen som använder Snapchat minst varje vecka och dagligen minskar under samma tidsperiod.\*

- Användningen av Snapchat ökar bland kvinnor som är 20 år eller äldre år 2026 jämfört med 2025, medan den ligger kvar på i princip samma nivå bland män. Den största ökningen ses bland kvinnor födda på 60-talet.\*

**Tips!** Vill du se en fördjupad analys av vilka plattformar, inklusive Snapchat, män respektive kvinnor använder och kontrasterna dem emellan, se avsnittet Är män och kvinnor på samma plattformar?

Vill du istället veta hur många som använder Snapchats AI-tjänst My AI, se Vilka AI-tjänster använder barn och ungdomar? i kapitel 2.

## Fokus på: Tiktok

### Hela 8 av 10 kvinnor födda på 00-talet använder Tiktok

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

TIKTOK ÅR 2021-2026

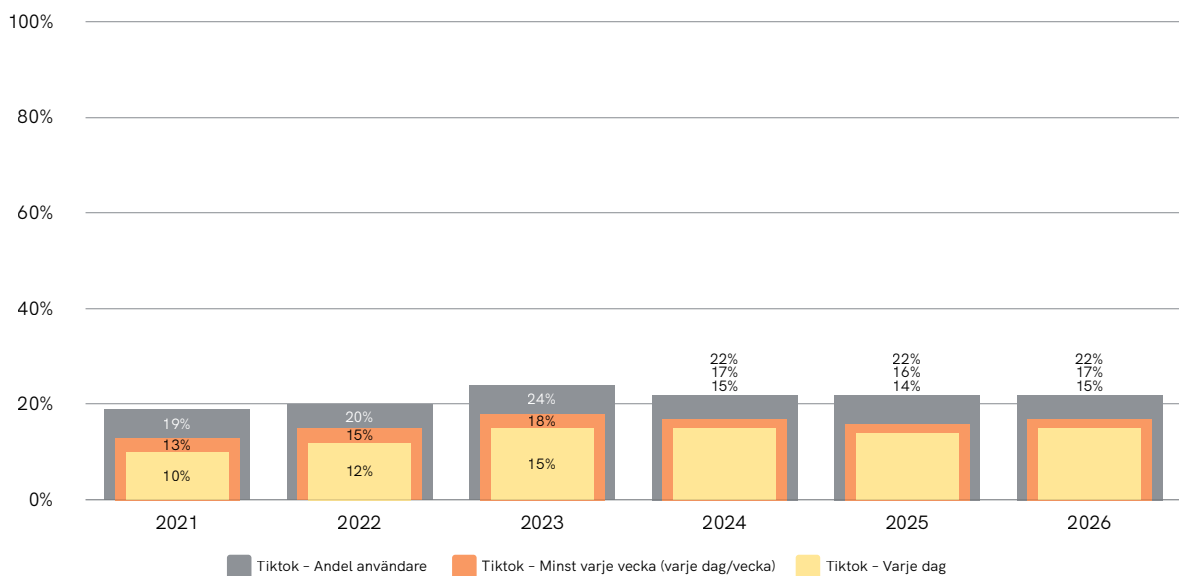


Diagram 3.23a, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2021-2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

TIKTOK ÅR 2021, 2025-2026

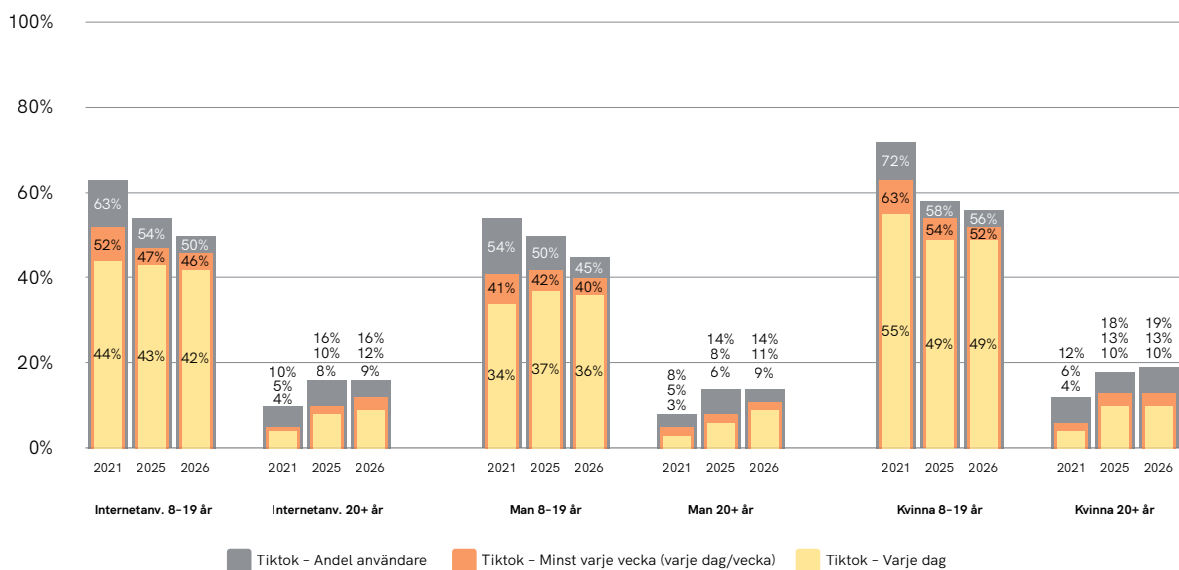


Diagram 3.23b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2021, 2025 och 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

## TIKTOK ÅR 2026

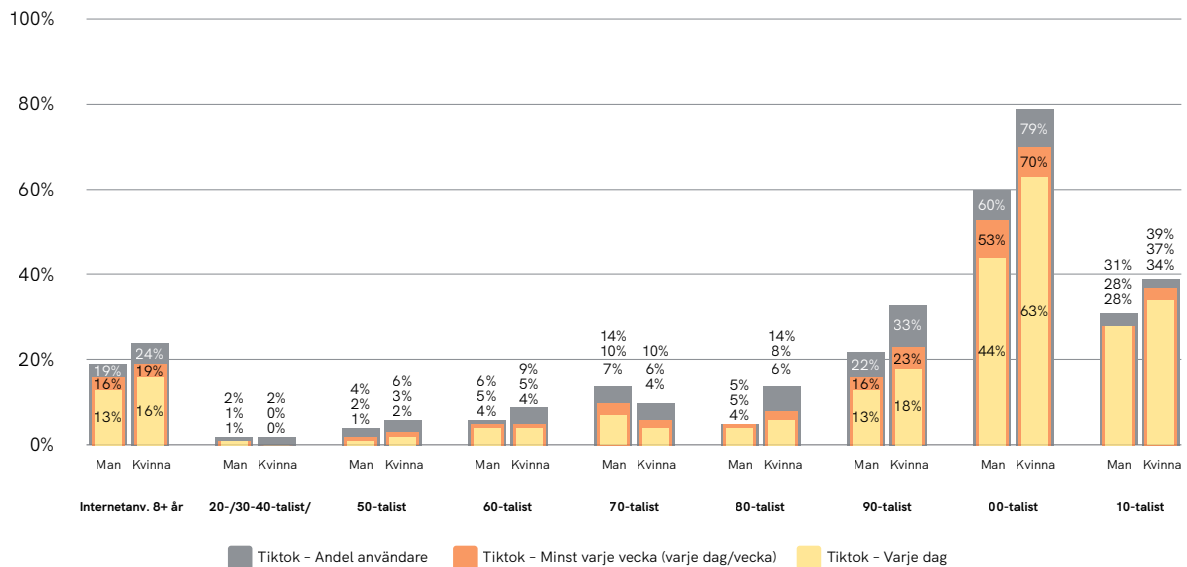


Diagram 3.23c, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

### Hur många och vilka använder Tiktok år 2026?

- Drygt var femte svensk har använt Tiktok år 2026, var sjätte minst varje vecka och var sjunde varje dag.
- Andelen som är på Tiktok är betydligt större bland barn 8–19 år än bland vuxna.
- Det är fler kvinnor än män som använder Tiktok.
- De som använder Tiktok mest är 00-talister, och framförallt kvinnor. Hela 4 av 5 kvinnor födda på 00-talet använder tjänsten.

### Ökar eller minskar användningen av Tiktok?

- Det är lika många svenskar som använder Tiktok år 2026 som år 2025. Efter en toppnotering år 2023 har användningen legat på samma nivå under perioden år 2024–2026.
- Bland vuxna 20+ år har användningen av Tiktok ökat bland både män och kvinnor under perioden år 2021–2026. Ökningen skedde fram till år 2023 och nivån har sedan dess varit i princip densamma. Bland barn 8–19 år är det istället färre som använder, eller har börjat använda, Tiktok sett över tid. För mer information se [Barn och ungdomars användning av sociala medier](#).

- Det är fler kvinnor födda på 50-talet som använder Tiktok år 2026 (6%) jämfört med år 2025 (1%). Under åren har användningen i denna grupp varierat mycket. Om det är en temporär förändring eller en begynnande trend, bland exempelvis mormödrar och farmödrar, är givetvis något vi kommer att följa upp över tid.\*

**Tips!** Vill du se en fördjupad analys av vilka plattformar, inklusive Tiktok, män respektive kvinnor använder och kontrasterna dem emellan, se avsnittet Är män och kvinnor på samma plattformar?

## Fokus på: X/Twitter

### X/Twitter har minskat gradvis sedan 2023

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

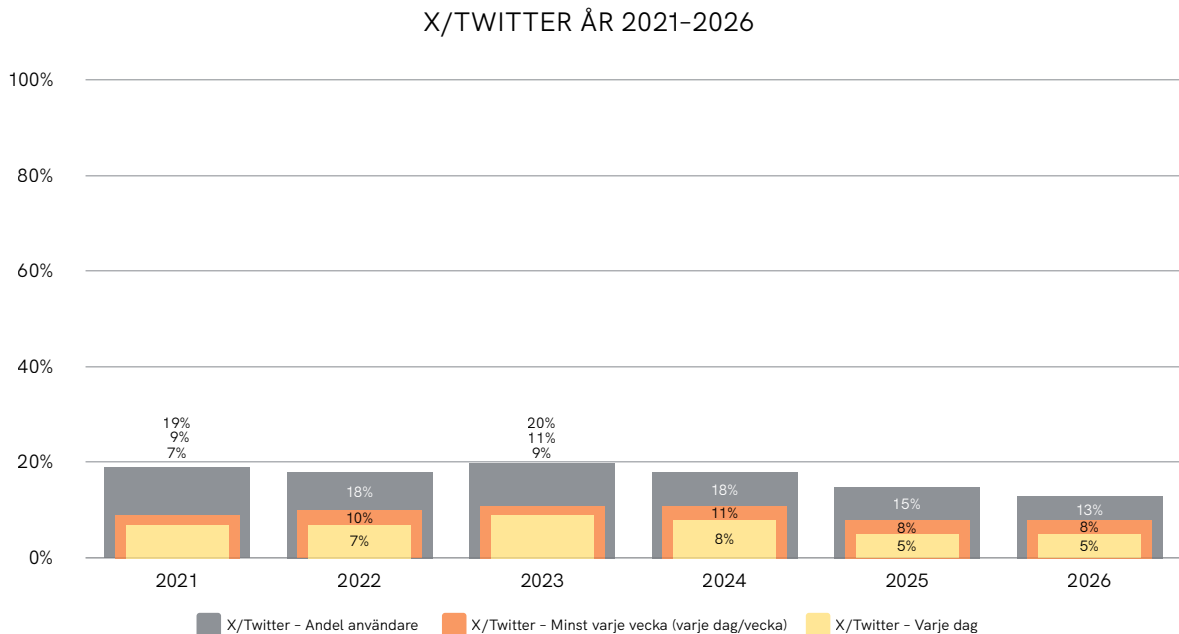


Diagram 3.24a, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2021-2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

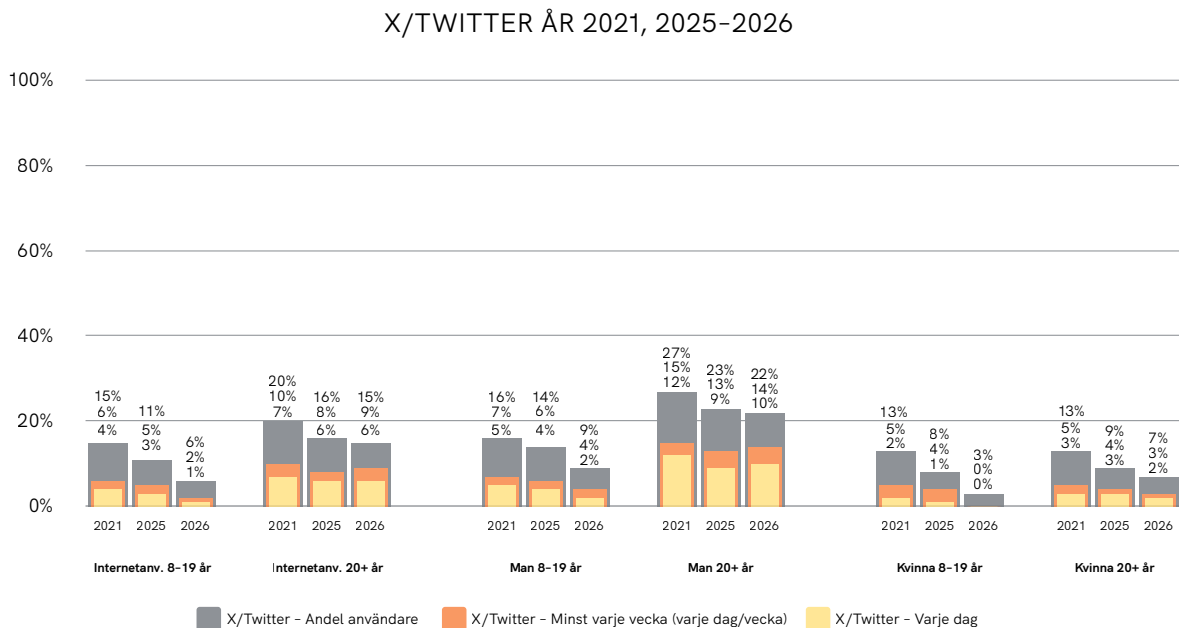


Diagram 3.24b, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2021, 2025 och 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.



## X/TWITTER ÅR 2026

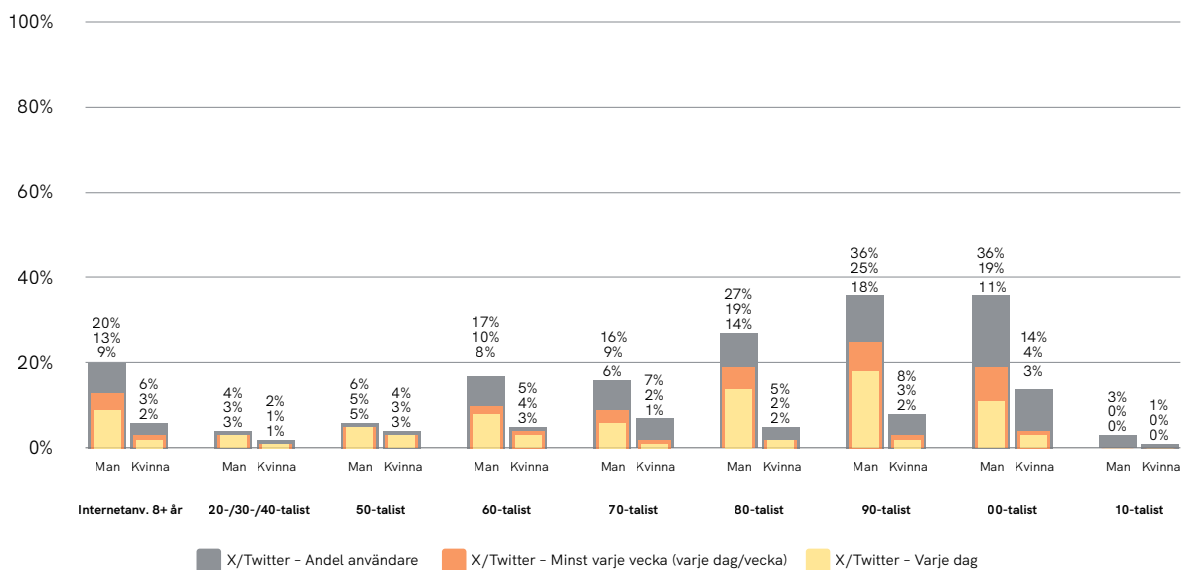


Diagram 3.24c, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

### Hur många och vilka använder X/Twitter år 2026?

- Var åttonde svensk (13%) använder X/Twitter år 2026. Nästan var tionde (8%) använder tjänsten varje vecka, medan var tjugonde (5%) använder X/Twitter varje dag.
- Andelen som är på X/Twitter är betydligt större bland vuxna än bland barn 8–19 år.
- Män dominerar på X/Twitter, nära fyra gånger fler män än kvinnor är användare. Män födda på 90- och 00-talet är de som använder X/Twitter allra mest.
- Det är fler med en politisk åskådning klart till höger (23%) än klart till vänster (14%) som använder X/Twitter.\*

### Ökar eller minskar användningen av X/Twitter?

- Den totala användningen av X/Twitter har minskat kontinuerligt sedan år 2023. Den mer frekventa användningen, minst varje vecka eller varje dag, ligger dock stabil mellan år 2025–2026.
- Bland vuxna 20+ år har användningen av X/Twitter minskat under perioden år 2021–2026, minskningen är ungefär lika stor bland kvinnor som bland män. Även bland barn 8–19 år är det färre som använder, eller har börjat använda, X/Twitter sett över tid. För mer information se [Barn och ungdomars användning av sociala medier](#).
- Användningen av X/Twitter har minskat bland kvinnor mellan år 2025 (8%) och år 2026 (6%).\*

**Tips!** Vill du se en fördjupad analys av vilka plattformar, inklusive X/Twitter, män respektive kvinnor använder och kontrasterna dem emellan, se avsnittet Är män och kvinnor på samma plattformar?

Vill du istället veta hur många som använder X/Twitter AI-tjänst Grok, se Vilka AI-tjänster använder svenskarna? i kapitel 2.

## Fokus på: Roblox

### Roblox har ökat bland barn och ungdomar sedan 2022

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

ROBLOX ÅR 2022-2026

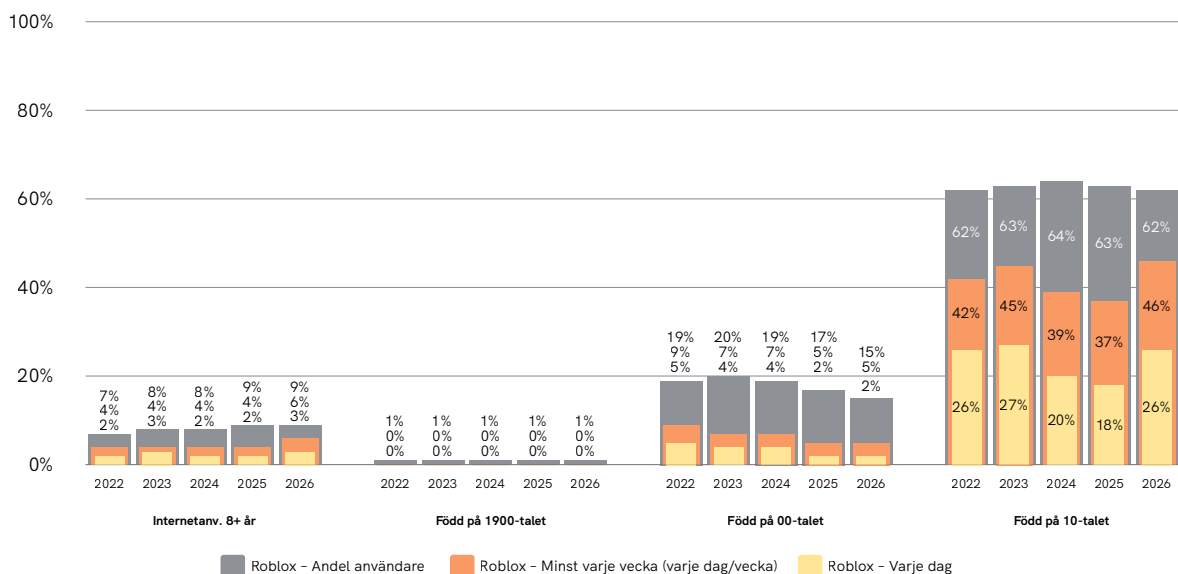


Diagram 3.25a, Bas: Internetanvändare 8+ år, År 2022-2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

ROBLOX ÅR 2022-2026

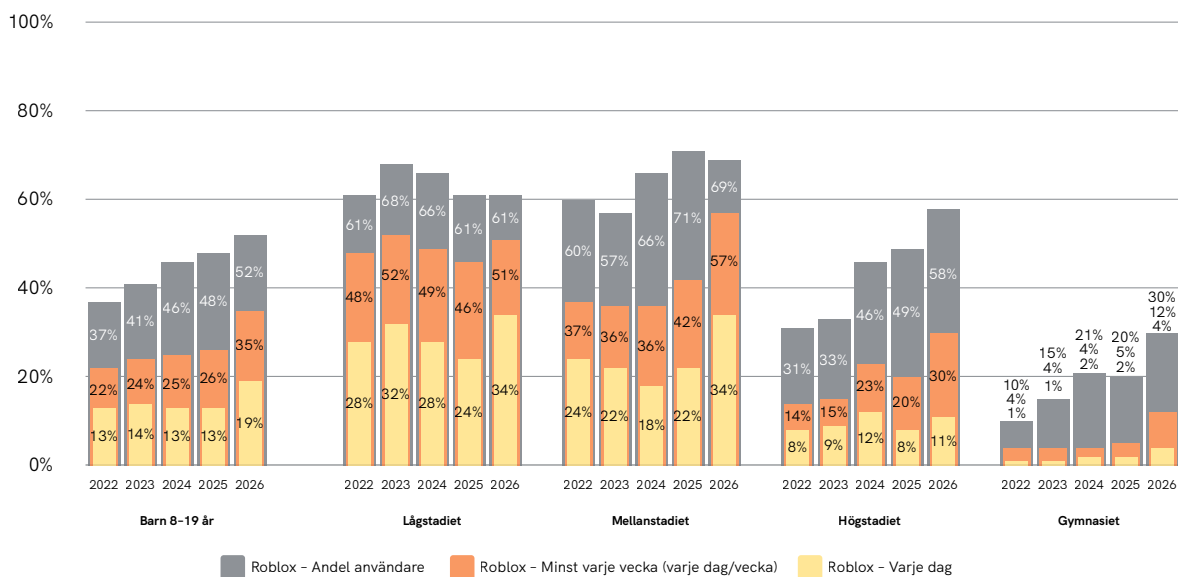


Diagram 3.25b, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2022-2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

## ROBLOX ÅR 2022, 2025-2026

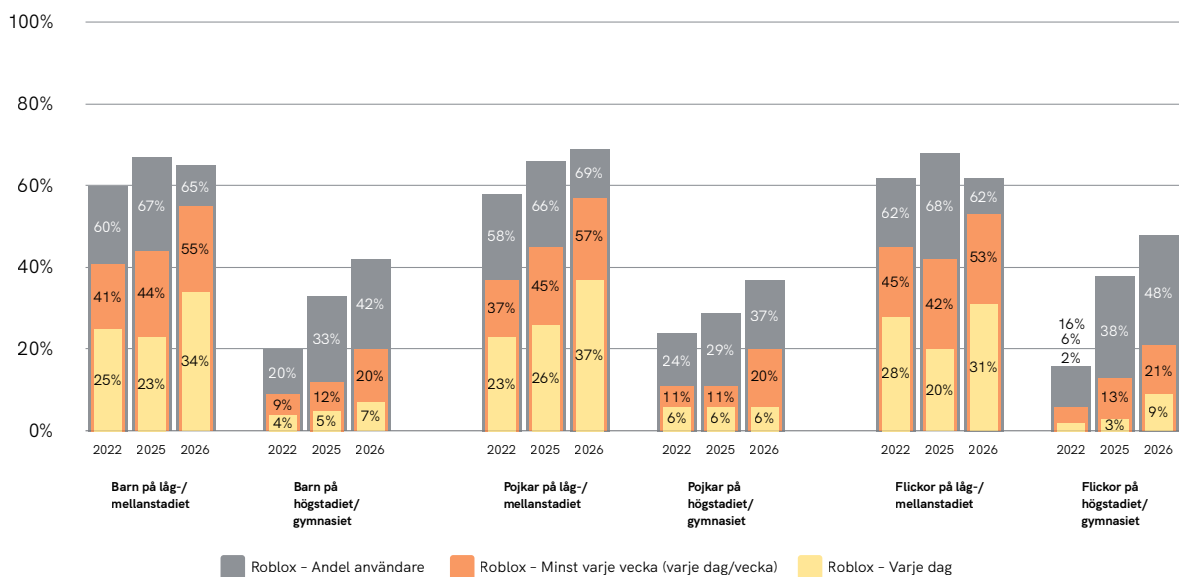


Diagram 3.25c, Bas: Barn och ungdomar 8-19 år, År 2022, 2025 och 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

### Hur många använder Roblox år 2026?

- Det är endast 9 procent av svenskarna 8+ år som använder Roblox år 2026. 6 procent använder Roblox minst varje vecka och 3 procent dagligen.
- Roblox används nästan uteslutande av barn och ungdomar 8-19 år (52%). I princip ingen som är 20 år eller äldre (1%) använder Roblox.\*
- Användningen är som högst bland mellanstadiebarn där 7 av 10 använder Roblox, följt av högstadiebarn där 6 av 10 använder plattformen.
- Bland tonåringar är det fler flickor än pojkar som använder Roblox, medan situationen tenderar vara den omvända bland yngre barn.

### Ökar eller minskar användningen av Roblox?

- Användningen av Roblox bland barn och ungdomar 8-19 år har en långsiktig ökande trend mellan år 2022 (37%) och år 2026 (52%). Det är framförallt fler högstadie- och gymnasieungdomar som använder Roblox, men även i mellanstadiet syns en uppgång. Ökningen, speciellt bland tonåringar, kan bero på att många fortsätter att använda Roblox när de blir äldre, snarare än att de börjar.
- Om man ser på den senaste ettårsperioden, mellan år 2025 och 2026, har det blivit fler högstadie- och gymnasieungdomar som använder Roblox. Ökningen är ungefär lika stor både bland flickor och pojkar. Även andelen tonåringar som använder Roblox minst varje vecka har ökat. Den dagliga användningen har däremot inte ökat i samma utsträckning totalt sett, även om den har ökat bland flickor.
- Bland yngre barn, i låg- och mellanstadiet, är det i princip lika många som använder Roblox år 2026 som 2025. Den mindre skillnaden i mellanstadiet ligger

inom felmarginalen. Den totala användningen tenderar öka bland pojkar, och minska bland flickor. Däremot ökar den mer frekventa användningen, minst varje vecka eller dagligen, bland både yngre pojkar och yngre flickor mellan år 2025 och 2026.

**Tips!** Vill du se en fördjupad analys av vilka plattformar, inklusive Roblox, flickor respektive pojkar använder och kontrasterna dem emellan, se avsnittet Är pojkar och flickor på samma plattformar?

Om vill veta mer om vilka användarna umgås med på Roblox, hur många som köper Roblox digitala valuta Robux eller vad användarna anser vara det bästa eller sämsta med Roblox, läs mer i Svenskarna och internet 2025 – Fokus på Roblox.

## Fokus på: LinkedIn – Special 2026

### Fler kvinnor än män i privat sektor använder LinkedIn

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

LINKEDIN ÅR 2026

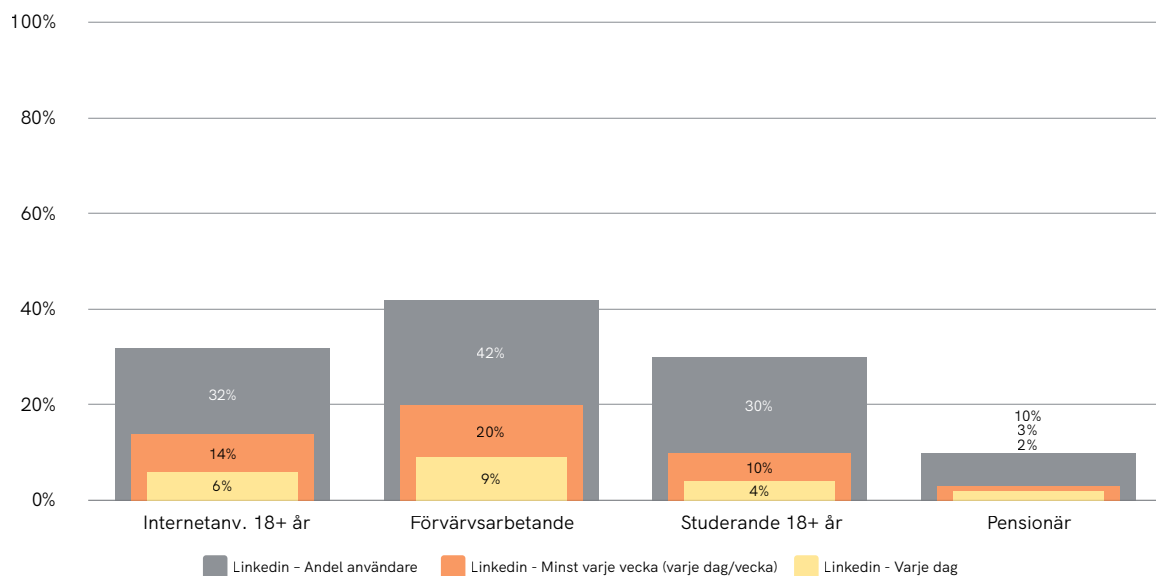


Diagram 3.26a, Bas: Internetanvändare 18+ år, År 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

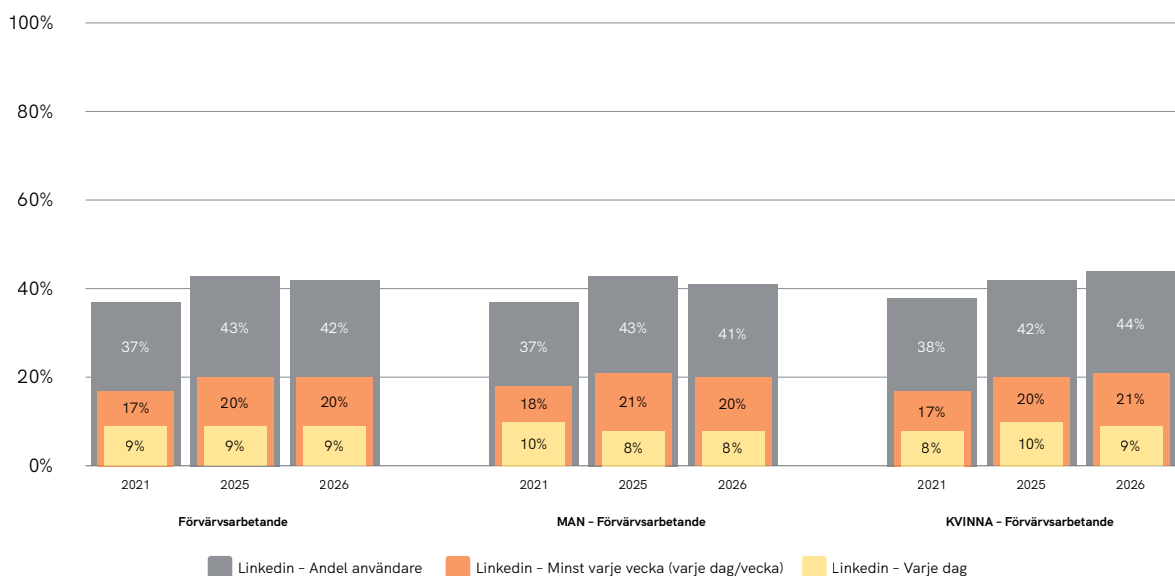


Diagram 3.26b, Bas: Förvärvsarbetande, År 2021, 2025 och 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

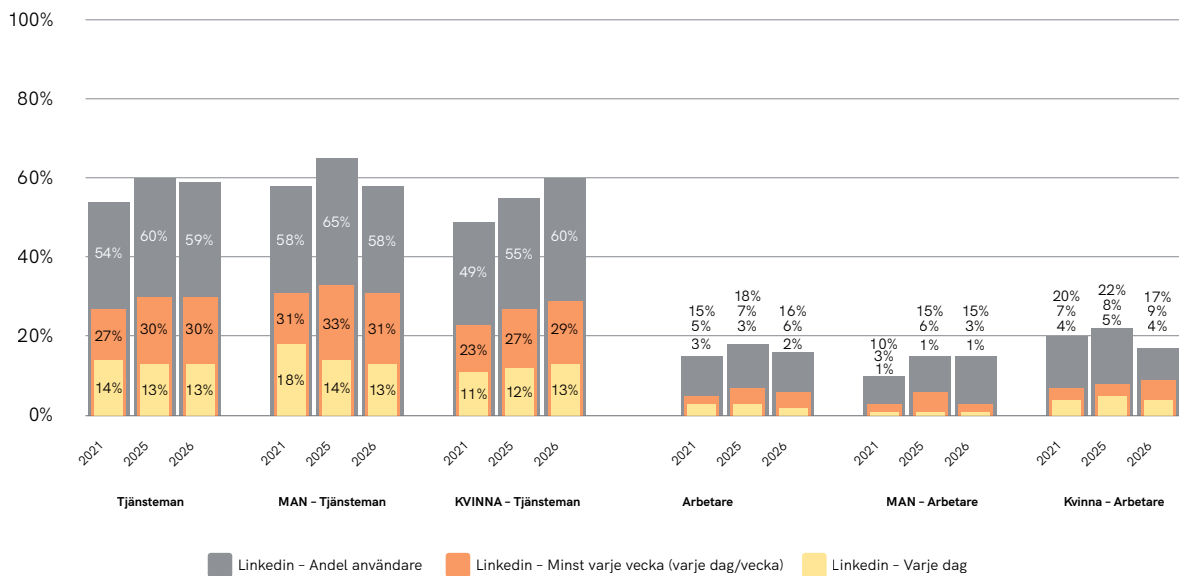


Diagram 3.26c, Bas: Förvärvsarbetande, År 2021, 2025 och 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

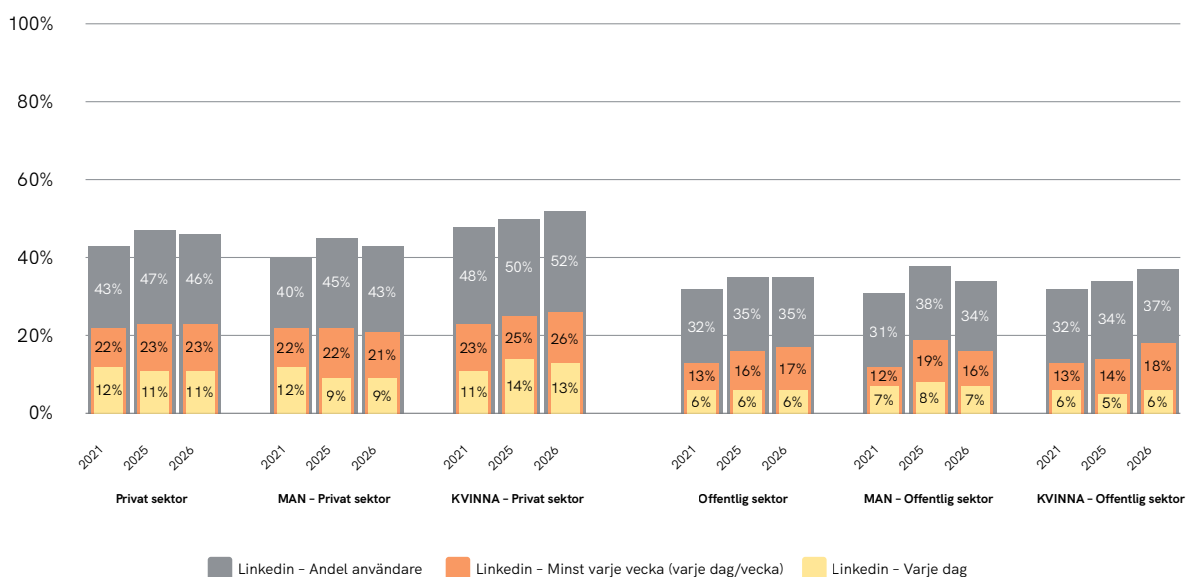


Diagram 3.26d, Bas: Förvärvsarbetande, År 2021, 2025 och 2026 (Studie 1)

Andel användare = Använt varje dag/varje vecka/senaste 12 månaderna.

### Vilka använder LinkedIn år 2026?

LinkedIn är främst en plattform som riktar sig till yrkesaktiva. Därför har vi i denna del valt att fokusera på svenskarnas sysselsättning istället för olika generationer. För resultat bland befolkningen i stort, exempelvis per generation eller kön, vänligen se *tabellbilagan*.

Det är i första hand förvärvsarbetande män och kvinnor som använder LinkedIn och i ungefär lika hög grad. Bland studerande som är 18 år eller äldre är användningen lägre och ungefär lika vanlig bland män och kvinnor. Bland pensionärer är användningen mer begränsad än bland både arbetande och studerande. Samtidigt

finns en tydlig skillnad mellan män och kvinnor som är pensionärer, där vi ser att männen använder plattformen i ungefär dubbelt så hög utsträckning som kvinnorna.\*

### **Hur många FÖRVÄRVSARBETANDE använder LinkedIn?**

- Mer än 4 av 10 förvärvsarbetande använder LinkedIn, 2 av 10 använder plattformen minst varje vecka och nära 1 av 10 gör det dagligen.
- Det tenderar vara fler förvärvsarbetande kvinnor än män som använder LinkedIn. Skillnaden är som störst bland de som arbetar inom privat sektor där drygt 5 av 10 kvinnor använder LinkedIn jämfört med drygt 4 av 10 män.
- Användningen av LinkedIn har ökat bland förvärvsarbetande under perioden år 2021–2026, speciellt bland kvinnor.
- Under den senaste ettårsperioden, mellan år 2025 och 2026, har ingen signifikant förändring skett av hur många förvärvsarbetande som använder LinkedIn.

### **Hur många i yrkesrollerna ARBETARE respektive TJÄNSTEMÄN använder LinkedIn?**

- LinkedIn domineras av tjänstemän. Nära fyra gånger fler tjänstemän än personer med arbetaryrken använder LinkedIn. Hela 6 av 10 tjänstemän använder LinkedIn, 3 av 10 gör det minst varje vecka och 13 procent varje dag.
- En sjättedel (16%) av svenskar med arbetaryrken använder LinkedIn.
- Oavsett om man är tjänsteman eller har ett arbetaryrke tenderar det vara fler kvinnor än män som använder LinkedIn, skillnaderna ligger dock inom felmarginalen.
- Sammantaget har användningen av LinkedIn ökat bland tjänstemän under perioden år 2021–2026 och det beror främst på att fler kvinnor använder tjänsten. Bland personer med arbetaryrken ligger användningen på ungefär samma nivå år 2026 som 2021.
- Under den senaste ettårsperioden, mellan år 2025 och 2026, har ingen signifikant förändring av hur många som använder LinkedIn skett, vare sig bland tjänstemän eller personer med arbetaryrke totalt sett. Dock verkar användningen ha minskat bland män i tjänstemannayrken – om det är en tillfällig svängning eller början på en trend kommer vi givetvis att följa upp framöver.

### **Hur många i PRIVAT SEKTOR respektive OFFENTLIG SEKTOR använder LinkedIn?**

- Privatanställda använder LinkedIn i högre utsträckning än anställda i offentlig sektor. Nästan hälften av privatanställda använder LinkedIn, knappt en fjärdedel gör det varje vecka och 1 av 10 dagligen.
- Bland offentliganställda använder en tredjedel LinkedIn.
- Kvinnor inom privat sektor använder LinkedIn i högre utsträckning än män, medan det inom offentlig sektor är en ungefär lika stor andel män som kvinnor.



- Användningen av LinkedIn bland såväl privatanställda som offentliganställda tenderar vara högre år 2026 än 2021, skillnaderna ligger dock inom felmarginalen. Det gäller både kvinnor och män.
- Under den senaste ettårsperioden, mellan år 2025 och 2026, har totalt sett ingen signifikant förändring av hur många som använder LinkedIn skett, vare sig bland privatanställda eller offentliganställda.

## Vad gillar och ogillar vi med LinkedIn?

**“Gillar nätverkandet och den goda tonen men hatar skrytet och de snyftande martyrerna”**

Fråga till frekventa användare av LinkedIn: Berätta gärna vad du gillar eller ogillar med LinkedIn.

### GILLAR MED LINKEDIN



### OGILLAR MED LINKEDIN

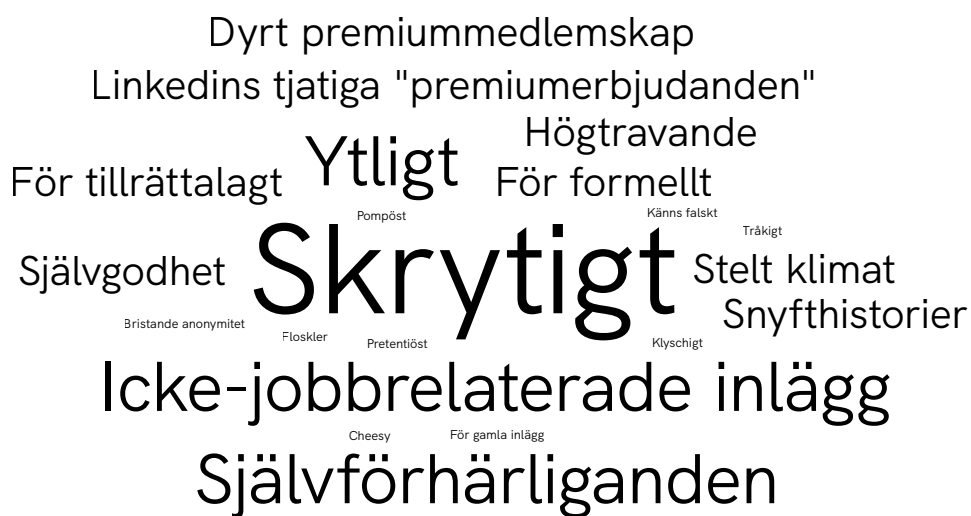


Diagram 3.27a-b, Bas: Använder LinkedIn frekvent (varje dag/varje vecka), År 2026 (Studie 1)

### Vilka är de frekventa användarna av LinkedIn?

De frekventa användarna av LinkedIn har vi definierat som de som använder LinkedIn antingen varje dag eller varje vecka. De utgör 14 procent av internetanvändarna som är 18 år eller äldre.

LinkedIn är dock främst ett professionellt, socialt nätverk som framför allt används av de som är yrkesverksamma och i synnerhet tjänstemän. Bland tjänstemännen är det dubbelt så många – 30 procent – som är frekventa användare av LinkedIn, se *diagram 3.26a–d*.

### Vad gillar de frekventa användarna med LinkedIn?

Det som de allra flesta berättar att de gillar med LinkedIn är att det är en plattform för nätverkande. Att man kan hålla kontakten med tidigare arbetskamrater, se var branschkollegor, vänner och bekanta arbetar idag, knyta nya kontakter och utvidga sitt professionella nätverk. Några menar att det till och med är lättare att få nya kontakter på LinkedIn än "i verkligheten" – både professionellt och privat.

Likaså uppskattas LinkedIn av många för att det just är ett yrkesnätverk med platsannonser och jobbmöjligheter. Några säger att LinkedIn är "bättre än Arbetsförmedlingen" när det gäller att hitta en ny anställning.

Innehållet på LinkedIn kan även kännas mer relevant i form av artiklar och rapporter som inspirerar och underlättar i arbetet. En del använder LinkedIn som en nyhetsplattform eller för omvärldsbevakning. Många följer exempelvis företagsledare, forskare, journalister, myndigheter, organisationer eller andra som bidrar med intressant information – eller är potentiella arbetsgivare.

LinkedIn upplevs också av många ha en trevlig ton och mindre "hat och hot", där människor interagerar öppet och uppmärksammar sina kollegor och arbetsgivare. Plattformen beskrivs som pålitlig och seriös med tydliga avsändare och färre bluffannonser.

Flödet av inlägg får ros för att det inte automatiskt uppdateras som på andra plattformar vilket gör det lättare att hitta tillbaka till inlägg. Några uppskattar också de dagliga "tankenötterna" i form av spel och pussel som LinkedIn tillhandahåller.

### Vad ogillar de frekventa användarna med LinkedIn?

Den trevliga tonen i all ära, men myntets baksida är att LinkedIn kan upplevas som skrytigt, "som en klubb för inbördes beundran". Många berättar att de ogillar alla självförhärliganden och tillrättalagda inlägg. Plattformen beskrivs med ord som ytlig, högtravande, klyschig, pompös, pretentiös, tråkig och för formell vilket ger ett "stelt klimat".

Många stör sig också på att det börjar bli vanligare med icke-jobbrelaterade inlägg på en plattform var syfte är att vara professionell. Flera ondgör sig även över "de snyfthistorier" som dyker upp i flödet.

En del ogillar även att LinkedIn "tjatar" om sitt premiererbjudande och att premiummedlemskapet är så dyrt, det gör framför allt de som studerar eller är arbetssökande. Några tycker också att LinkedIn, till skillnad från andra sociala nätverk, ger användarna en "bristande anonymitet" genom att man "inte kan besöka någons profil utan att bli avslöjad". Flödet av inlägg får också ris för att det kan visa "flera veckor eller månader gamla inlägg".

### Vad säger de med olika sysselsättning om LinkedIn?

Nu ska vi få ta del av de frekventa användarnas egna tankar om LinkedIn. Vi har fördelat svaren utifrån sysselsättning, närmare bestämt:

- Studerande
- Yrkesroll Tjänsteman
- Yrkesroll Arbetare
- Arbetssökande
- Pensionär

### Fem tankar om LinkedIn från studerande:

*"Jag gillar att spela de dagliga spelen som är stimulerar problemlösningss-förmågan. Kollar ganska sällan flödet o har typ sju kontakter, är dock inte heller aktivt jobbsökande."*

Kvinna, 20 år

*"Gillar- nätverkandet och att det inte är något hat och hot jmf med andra ställen. Ogillar- så stressigt att läsa om alla som är så amazed och humbled över minsta lilla."*

Man, 21 år

*"Gillar att man lättare kan knyta kontakter än i verkligheten och får uppdateringar om kontakters arbetsliv. Ogillar att det är väldigt formellt."*

Kvinna, 21 år

*"Känns meningslöst om man inte redan har ett brett nätverk. Funkar smidigt med jobb-sök dock och det gillar jag. Lätt att kolla vilket företag som står bakom annons etc. Mindre AI-genererat skit."*

Kvinna, 28 år

*"Gillar deras dagliga pussel. Ogillar hur de försöker sälja betalt LinkedIn medlemskap hela tiden och att det är sjukt dyrt."*

Man, 29 år

### Tio tankar om LinkedIn från tjänstemän:

*"Gillar hela idén att det ska vara ett socialt nätverk för arbetsmarknaden. Ogillar att det kan bli för "smörigt" och att saker ska överdrivas."*

Man, 24 år

*"Jag gillar att det är en plattform specifikt för yrkeslivet. Jag ogillar människor som inte förstår det och respekterar syftet med plattformen. På linkedin fullkomligt skiter jag i om du är stolt över dina barn. E.g."*

Man, 27 år

*"Gillar att det är som ett Digitalt CV, och hålla kontakten med sitt professionella nätverk och vad som händer i min bransch. Hittat och delat många jobb både till mig själv och vänner via linkedin. Tycker det rent funktionellt funkar sådär, med onödiga aviseringar som är svåra att stänga av + visar orelevanta inlägg från 3 veckor sen."*

Kvinna, 32 år

*"Värdefullt för omvärldsbevakning i mitt yrke där jag får många nyheter om tex rapporter, konferenser, ståndpunkter. Bra att hålla kontakten med gamla kollegor och samarbetspartners. Ogillar den skrytiga tonen."*

Kvinna, 34 år

*"Bra för att nätverka inom min yrkesroll samt ta del av viss information viktigt för mitt arbete. Dock för fullt av personer som lyfter sig själva och sin egen insats snarare än lyfter intressanta ämnen."*

Man, 38 år

*"Ganska tråkigt innehåll, mycket skryt och pinsamma snyfthistorier. Väldigt irriterande med alla erbjudanden om premium. Men ett väldigt bra verktyg för att hitta jobb. Gillar också att kunna följa forskare, myndigheter och annat som påverkar mitt jobb."*

Kvinna, 43 år

*"Gillar att man kan dela, följa och uppmärksamma sina kollegor och arbetsgivare. Ogillar att det har blivit oerhört pretentiöst och nästan lite som Facebook/instagram med för många icke-jobbrelaterade inlägg."*

Man, 44 år

*"Bra nivå. Positivt och inte massa elakt. Folk släpper inte fram trollet när chefen kan titta."*

Kvinna, 52 år

*"Gillar: det går att nätverka med andra professionellt. Man kan hitta intressanta artiklar mm. Ogillar: Det är mycket personlig exponering och en viss hets om att man är framgångsrik eller har en moral som står över andra."*

Man, 57 år

*"Jag gillar att man kan få information. Blir lite av ett nyhetsflöde. Ogillar hur folk formulerar sig kring sin egen förträfflighet. LinkedIn har skapat ett sätt som folk uttrycker sig på, folk följer samma mönster. Jag kan tycka att det känns lite falskt. LinkedIn stressar mig."*

Kvinna, 59 år

### **Fem tankar om LinkedIn från de som är arbetare i sin yrkesroll:**

*"Jag tycker att det är ett bra sätt för att hitta lediga jobb och söka dem. Det är också roligt med deras dagliga spel. Lite klurigt att hitta spelen för det inte finns i menyn utan bara går att söka sig till. Utöver det har jag också kommit i kontakt med personer jag inte skulle ha träffat annars."*

Man, 29 år

*"Bra plattform för att hålla koll på företag, lediga tjänster och var folk jag känner jobbar. Kan bli lite mycket generiska/cheesy inlägg i flödet dock och jag orkar själv inte lägga upp saker där - känns som att man måste bestämma sig för att bli en "synlig nätverkare" för att få engagemang. Många texter är säkert AI-skrivna också."*

Kvinna, 31 år

*"Toppen för jobsök och jobbkontakter. Kul att se var folk jobbar och gör nu i arbetslivet. Det är också bra för att knyta privata kontakter. Känns mindre påträngande att adda någon man är nyfiken på privat på LinkedIn än på tex Snap, Insta eller Fb. Tror mycket förtäckt dejting pågår i Linkedinchatten."*

Kvinna, 37 år

*"Bra nätverkande när man börjar nytt jobb. Känns seriöst. Har även intressanta spel och tips om digitala träffar. Ogillar att det kostar ganska mycket pengar för att bli premiummedlem."*

Kvinna, 42 år

*"Gillar inte LinkedIn speciellt. Så mycket skryt och snyfthistorier mm. Vet själv hur mitt företag lägger ut och det stämmer inte alls."*

Man, 49 år

#### **Fem tankar om LinkedIn från arbetssökande:**

*"Klyschiga inlägg och kan ibland få en att må mindre bra. Är bara där för att hitta jobb för arbetsförmedlingen suger."*

Kvinna, 24 år

*"Gillar egentligen ingenting med LinkedIn, men jag söker jobb och då är det bra om man vill hitta jobb. Men kommer inte fortsätta använda när jag har jobb igen."*

Man, 35 år

*"Bra att man kan hitta platsannonser. Gillar att det är infotroget innehåll och "äka" annonser, men undviker vissa sökningar via LinkedIn pga datasamling."*

Kvinna, 39 år

*"Intressanta artiklar, bra sätt att hålla kontakt/nätverka. Dåligt att det börjar bli ett "Facebook för vuxna" och lätt att fastna i scrollande och inte bli effektiv i jobsöket. Dock bättre än Facebook med lägre andel reklam och bättre flöde =inte samma hets att startsidan uppdateras hela tiden, lättare att hitta tillbaka till samma inlägg vid ett senare tillfälle på LinkedIn."*

Kvinna, 44 år

*"Ogillar detta med att ett besök på någons profil ger en notis för ägaren till profilen. Ogillar att det är meningslöst att få reda på om jag har fått ett besök, om jag inte kan se vem det är. Ogillar att folk överdriver med sina meriter. Gillar för att det är lätt att bygga nätverk i sin bransch."*

Man, 63 år

**Fem tankar om LinkedIn från pensionärer:**

*"Gillar att följa min gamla arbetsgivare, tidigare arbetskamrater samt olika intresseområden. Gillar att det är en yrkesplattform för information och erfarenhetsutbyte, men ogillar att det mer och mer blivit till en scen för självberöm."*

Man, 67 år

*"Gillar att läsa om andra människors arbeten och även att se om jag fortfarande är attraktiv på arbetsmarknaden."*

Kvinna, 69 år

*"Använder för att följa gamla vänner/arbetskamrater. Stör mig på att få meddelanden hela tiden om vilka man skall kontakta o hur man skall lägga upp sin profil. Är inte intresserad av några uppdrag."*

Man, 74 år

*"Varken gillar eller ogillar, det är ett kontaktforum."*

Man, 78 år

*"Följer forskare inom säkerhetsområdet."*

Kvinna, 82 år



## Kapitel 4: Dumscrollande och digital detox





# Algoritmer väcker frustration, ilska och oro för filterbubblor

Svenskar mår dåligt av att slöscrolla och algoritmer. Unga kvinnor är mest drabbade men också mest benägna att göra något åt det. Intresset för digital detox är stort men handlar mer om att pausa sociala medier än att lämna det digitala livet helt och hållet.

## Innehåll

|            |                                                             |            |                                                               |
|------------|-------------------------------------------------------------|------------|---------------------------------------------------------------|
| <b>256</b> | <b>Kort sammanfattning</b>                                  | <b>291</b> | <b>Digital detox – att ta en paus från det digitala livet</b> |
| <b>261</b> | <b>Dumscrollning – att passivt slöscrolla på mobilen</b>    | 291        | Hur många svenskar har tagit en digital detox?                |
| 261        | Hur många slöscrollar?                                      | 297        | På vilka sätt tar svenskarna en digital detox?                |
| 263        | Mår svenskarna bättre eller sämre av att slöscrolla?        | 303        | Upplevda fördelar och nackdelar med digital detox?            |
| 270        | Barn och ungdomar om slöscrollande                          | 313        | Vilka lockas (inte) av digital detox?                         |
| <b>279</b> | <b>Algoritmer och scrollande</b>                            |            |                                                               |
| 279        | Tänker svenskarna på algoritmer när de scrollar?            |            |                                                               |
| 289        | Hur många vet inte vad algoritmer är eller hur de fungerar? |            |                                                               |

I det här kapitlet undersöker vi hur svenskarna mår i den digitala världen. Vi tar reda på hur många som fastnar i så kallat dumscrollande eller slöscrollande, alltså att passivt scrolla på mobilen. Därtill undersöker vi hur detta slöscrollande påverkar deras mående och om de tänker på algoritmer när de scrollar. Vidare kartlägger vi hur stort intresset är för att göra en så kallad digital detox, alltså att ta en paus från det digitala livet.

Vi låter också svenskarna med egna ord beskriva hur de mår när de scrollar, vilka tankar de har om algoritmer, deras drivkrafter till att göra en digital detox, vilka fördelar och nackdelar de som kopplat ner upplever samt vad argumenten är för att inte vilja ta en paus från det digitala livet. Svaren vittnar om att det här är frågor som väcker stort engagemang hos det svenska folket

## Nästan alla slöscrollar – och de flesta mår dåligt av det

Majoriteten – 8 av 10 – svenskar fastnar i ett passivt scrollande på mobilen och den största andelen uppger att de mår dåligt av det. Faktum är att hela tjugo gånger fler svarar att de mår sämre (44%) än bättre (2%) av att slöscrolla. Kvinnor upplever i högre utsträckning än män att de fastnar i ett slöscrollande och fler kvinnor mår

också dåligt av det. Värst drabbade är unga kvinnor mellan 20–34 år och i denna ålder är skillnaden mellan män och kvinnor som störst.

### **Slöscrollande beskrivs som en beroendeframkallande tidstjuv**

Skälen till att må dåligt av sitt passiva scrollande är många. De allra flesta ser det som en stor tidstjuv som kan ge dem dåligt samvete och ångest när tiden rinner iväg. Slöscrollandet upplevs vara starkt beroendeframkallande och leda till allt från hjärnröta, psykisk ohälsa, prokrastinering, stillasittande, sömnstörningar till att få en skev syn på sig själv, sitt liv, sin omvärld och till och med verkligheten.

Kvinnor talar oftare om att de mår dåligt av att jämföra sig med andra i sina flöden, medan män oftare beskriver dopaminpåslag i hjärnan som gör det svårt att sluta scrolla.

### **Algoritmer oroar, men alla förstår inte hur de fungerar**

Algoritmerna tycks många gånger vara boven i dramat till att många mår dåligt när de scrollar på mobilen. De flesta svenskar – två tredjedelar – tänker på algoritmer när de slöscrollar och många uttrycker starka negativa känslor som frustration och ilska. Medvetenheten om algoritmer är som högst bland unga vuxna 20–34 år. Generellt sett har något fler kvinnor än män algoritmerna i åtanke när de scrollar.

Den tredjedel som inte har algoritmerna i åtanke består främst av ungdomar och pensionärer. Mer än var tionde svensk vet inte ens vad algoritmer är eller hur de fungerar och framför allt äldre saknar denna kunskap.

Vad gäller politisk åskådning är det betydligt fler som står klart till vänster som tänker på vilka algoritmer som kan styra deras flöden, jämfört med de som står klart till höger.

### **Algoritmer väcker oro för polarisering, övervakning och manipulation**

Det som främst väcker missnöje med algoritmer är att man "dränks av mer av samma". Många ser också risker med filterbubblor, särskilt kopplat till politik där algoritmer kan förstärka åsikter och öka polarisering. Man liknar det vid att "hamna i en ekokammare" och "trilla ner i kaninhål" som ger en skev verklighetsuppfattning. Det finns också en oro för övervakning, datainsamling och manipulation och att innehållet styrs av "mörka krafter". Några tar även upp att AI-tjänsterna inte heller är opartiska i sina svar och undrar hur många som är medvetna om det.

### **Algoritmer gör sociala medier mindre intressanta och relevanta**

Missnöjet med algoritmstyrda flöden ger konsekvenser. Svenskar berättar att de på grund av algoritmerna undviker att ta del av innehåll de egentligen är nyfikna på. Att algoritmerna upplevs göra sociala medier mindre intressanta, relevanta och sociala och att de därför använder dem allt mindre.

Dock lägger sig inte alla platt för algoritmerna utan försöker istället aktivt påverka sina flöden genom medvetna val. Exempelvis genom att gilla och stanna extra länge på vissa inlägg, söka på olika vinklingar eller klicka i "ej intresserad" på innehåll de vill se mindre av.

Den lilla skara som uttrycker något positivt om algoritmer menar att de uppskattar tryggheten och bekvämligheten med skraddarsytt innehåll. Några spekulerar också kring om algoritmerna kan få innehållet i flödet att spegla deras tankar, känslor, personlighet och identitet.

### **Varannan svensk är intresserad av att ta en paus från det digitala**

Fenomenet digital detox, alltså att ta en paus från det digitala livet, kan vara ytterligare en effekt av missnöjet med slöscrollande och algoritmstyrda flöden. Hälften av svenskarna lockas av att göra en digital detox – uppemot var tredje har redan tagit en sådan och var femte skulle kunna tänka sig att göra det. Intresset för digital detox är betydligt större bland kvinnor än män – och särskilt bland de som i högst grad är missnöjda, nämligen de unga kvinnorna mellan 20–34 år.

### **Förhoppningar om bättre hälsa och sömn får svenskarna att vilja ta en digital detox**

Drivkrafterna som får svenskarna att vilja ta en digital detox har en direkt koppling till att de mår sämre av att slöscrolla. Mer välanvänd tid ligger i topp, som att umgås, träna, läsa böcker eller vara kreativ. En lika stark drivkraft är förhoppningen om en förbättrad mental hälsa, som att få ”vila hjärnan”, få mindre stress, bättre sömn, bättre koncentration och vara mer i nuet. Många vill också lämna sociala medier för att slippa ”mulas av” omöjliga utseendeideal, destruktivt innehåll samt att känna pressen på att hålla sig uppdaterade.

En del, särskilt män, ser det som ett experiment – att testa hur länge de kan klara sig utan och vilka effekter det får. Föräldrar vill vara goda förebilder eller göra en detox tillsammans med sina barn. Bland äldre förekommer en nostalgisk längtan tillbaka till det analoga livet före det ständiga scrollandet.

### **Fler vill sluta med sociala medier än helt sluta med skärmar**

Nästan var tionde svensk har tagit en digital detox genom att sluta använda skärmar under en vald tidsperiod. Det vanligaste är dock att ta en paus från sociala medier, vilket mer än dubbelt så många svenskar har gjort. I praktiken handlar det alltså mer om att begränsa – inte lämna – det digitala livet. Det märks även bland den mindre grupp som tagit en digital detox på ett annat sätt. De har främst begränsat sin skärmtid med exempelvis tidlös på appar, att stänga av wifi eller lämna mobilen hemma.

En del har inte heller pausat alla sociala medier utan bara vissa och då främst Facebook och Instagram. Det är fler kvinnor än män som tagit en digital detox från sociala medier och unga kvinnor 20–34 år sticker ut markant. I yngre medelåldern 35–49 år verkar dock fler män än kvinnor vara less på sociala medier, då det tvärtom är fler män som tagit en paus från tjänsterna.

### **En digital detox får vissa att bli mer sociala – och andra att känna sig mer ensamma**

Förhoppningarna inför att ta en digital detox tycks infrias. En stor majoritet upplever i alla fall främst fördelar med sin digitala detox; som att den frigör tid och att de blir mer sociala, mer fokuserade och kreativa, mindre stressade, sover bättre, känner mindre press att ”ha koll” och får en mer verklighetstrogen omvärldsbild.

Den mindre andel som upplevt nackdelar med sin digitala detox berättar istället om utanförskap, ensamhet, mer tristess och rastlöshet, sämre koll på vad som sker i vänkretsen och omvärlden, samt praktiska utmaningar.

Det intressanta är att flera av dessa aspekter står i tydlig kontrast till varandra:

- Vissa känner sig mer sociala och mer gemenskap i det fysiska livet – andra känner sig mer ensamma och utanför när de är offline.

- Vissa känner lättnad och lugn över att inte matas av information – andra känner stress och oro över att gå miste om information utan sina flöden.
- Vissa känner att de får en mer balanserad omvärldsbild av att enbart konsumera traditionella medier – andra att de får en för begränsad omvärldsbild i brist på flera perspektiv och svårighet att kolla upp källor.

### **“En digital detox är endast för de som saknar självkontroll”**

Mer än 4 av 10 svenskar vill inte ta en digital detox, varken från skärmar, sociala medier eller på något annat sätt. Intresset är som lägst bland män över 65 år. Ett av de främsta skälen är att en digital detox upplevs som för svår, eller till och med omöjlig, att genomföra i dagens samhälle. Digitala verktyg ses som nödvändiga för att få vardagen att fungera – från arbete och studier till bankärenden och myndighetskontakter.

De är också viktiga för att hålla kontakt med vänner och familj, ibland över långa avstånd – och för att motverka ensamhet. Likaså används de för nyheter, underhållning, inspiration och avkoppling, något många inte vill avstå från. Flera anser att det vore helt onödigt att ta en digital detox – att det endast är något för de som saknar självdisciplin.

### **Pensionärer vill använda det digitala mer, inte mindre**

De internetanvändande pensionärerna är minst drabbade av det passiva scrollandets och algoritmernas negativa påverkan. Även om mer än hälften av pensionärerna slöscrollar så mår de inte alls lika dåligt av det som yngre gör. Faktum är att majoriteten av pensionärerna svarar att de inte påverkas alls.

Pensionärer bekymrar sig inte heller lika mycket över algoritmer. Bland yngre pensionärer är det uppmot hälften – och bland de äldsta över 75 år tre fjärdedelar – som inte tänker på algoritmer när de scrollar. Nästan 4 av 10 pensionärer vet inte ens vad algoritmer är eller hur de fungerar.

Mot den bakgrunden är pensionärer de som är minst intresserade av att göra en digital detox. Faktum är att en hel del pensionärer tvärtom svarar att de skulle vilja använda det digitala mer, inte mindre.

### **Unga kvinnor 20–34 år hårt drabbade av det digitala livet**

Att unga kvinnor i åldern 20–34 år lider av digitala påfrestningar löper som en röd tråd genom hela detta kapitel. I princip alla kvinnor i denna ålder slöscrollar och det är i denna ålder som flest tänker på algoritmer. Hela 3 av 4 uppger också att de mår sämre av sitt scrollande, vilket är mer än alla andra åldersgrupper. I andra åldrar kan slöscrollandet ligga på liknande nivå men de mår alltså inte lika dåligt av det.

Det är dessutom unga kvinnor som mer än alla andra vill förändra sina digitala vanor. Hela 8 av 10 intresserar sig för digital detox och mer än hälften har redan testat det. De upplever också i hög grad fördelar med att ta en digital paus. När det gäller att ta en digital detox från sociala medier sticker dessa unga kvinnor ut markant. Dubbelt så många har någon gång satt sina sociala medier på paus, jämfört med befolkningen i stort.

### **Lästips! Unga kvinnor ser mobilen både som ett sällskap och som en rival**

Läs gärna mer om hur unga kvinnor i högre grad än andra ser sin mobil som ett sällskap och andras mobiler som en rival om deras uppmärksamhet i [\*Kapitel 5: Mobilt vett och etikett\*](#).

### **Nära 9 av 10 barn och ungdomar 12–19 år fastnar i slöscrollande**

Barn och ungdomar 12–19 år är uppvuxna i en digital värld vilket påverkar deras vanor och beteenden. Nästan 9 av 10 barn upplever att de fastnar i passivt scrollande och drygt 4 av 10 mår sämre av det. Det är alltså fler barn än vuxna som är 20 år eller äldre (8 av 10) som fastnar i att slöscrolla, men det är inte fler barn som mår dåligt av det utan det är likvärdigt. Detta skulle kunna bero på att det digitala är så normaliserat för dem, eller att de kanske inte alltid kopplar ett dåligt mående till sitt scrollande.

De som drabbas mest i denna ålder är ungdomar i gymnasieåldern. De slöscrollar i högre grad och fler mår dessutom sämre av det. Flickorna mår överlag sämre än pojkarna.

### **Barn och ungdomar 12–19 år berättar att slöscrollande ger dem "brainrot"**

Barn och ungdomar 12–19 år mår i många fall dåligt av att slöscrolla, för att de jämför sitt utseende och sina liv med vänner och influencers. De svarar att det kan få dem att känna sig både fula och misslyckade, särskilt flickorna. Barn beskriver också hur de blir "dopaminjunkies" och får "brainrot" när de nästan reflexmässigt fastnar vid mobilen. De berättar att det passiva scrollandet kan ge dem ångest, oro, stress, sömnsvårigheter och få dem att känna sig tjuriga, sega, deppiga och ledsna.

### **Ungdomar 16–19 år har koll på vad algoritmer är men tänker inte lika mycket på dem som vuxna**

Ungdomar 16–19 år har lika bra kunskap om vad algoritmer är och hur de fungerar som vuxna över 20 år. Det vill säga att endast lite mer än var tionde uppger att de saknar denna kännedom. Dock är det endast drygt hälften av ungdomarna som har algoritmerna i åtanke, vilket är likvärdigt med de yngre pensionärerna 65–75 år. Det är alltså betydligt färre ungdomar – 54 procent – som tänker på algoritmer när de scrollar på mobilen jämfört med vuxna totalt sett – 67 procent.

### **Lika många ungdomar 16–19 år som vuxna har tagit en detox från sociala medier**

Ungdomar i åldern 16–19 år lockas inte mer av digital detox än vuxna som är 20 år eller äldre. Det är alltså hälften av ungdomarna som är intresserade av digital detox och det intresset är likvärdigt mellan tonårsflickor och tonårspojkar. 3 av 10 ungdomar har genomfört en digital detox och var femte har pausat sociala medier, alltså varken fler eller färre än den vuxna befolkningen.

# Dumscrollning – att passivt slöscrolla på mobilen

## – Hur många slöscrollerar?

### Majoriteten av svenskarna fastnar i passivt slöscrollande

Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna känt att du fastnat för länge i ett passivt slöskrollande på mobilen?

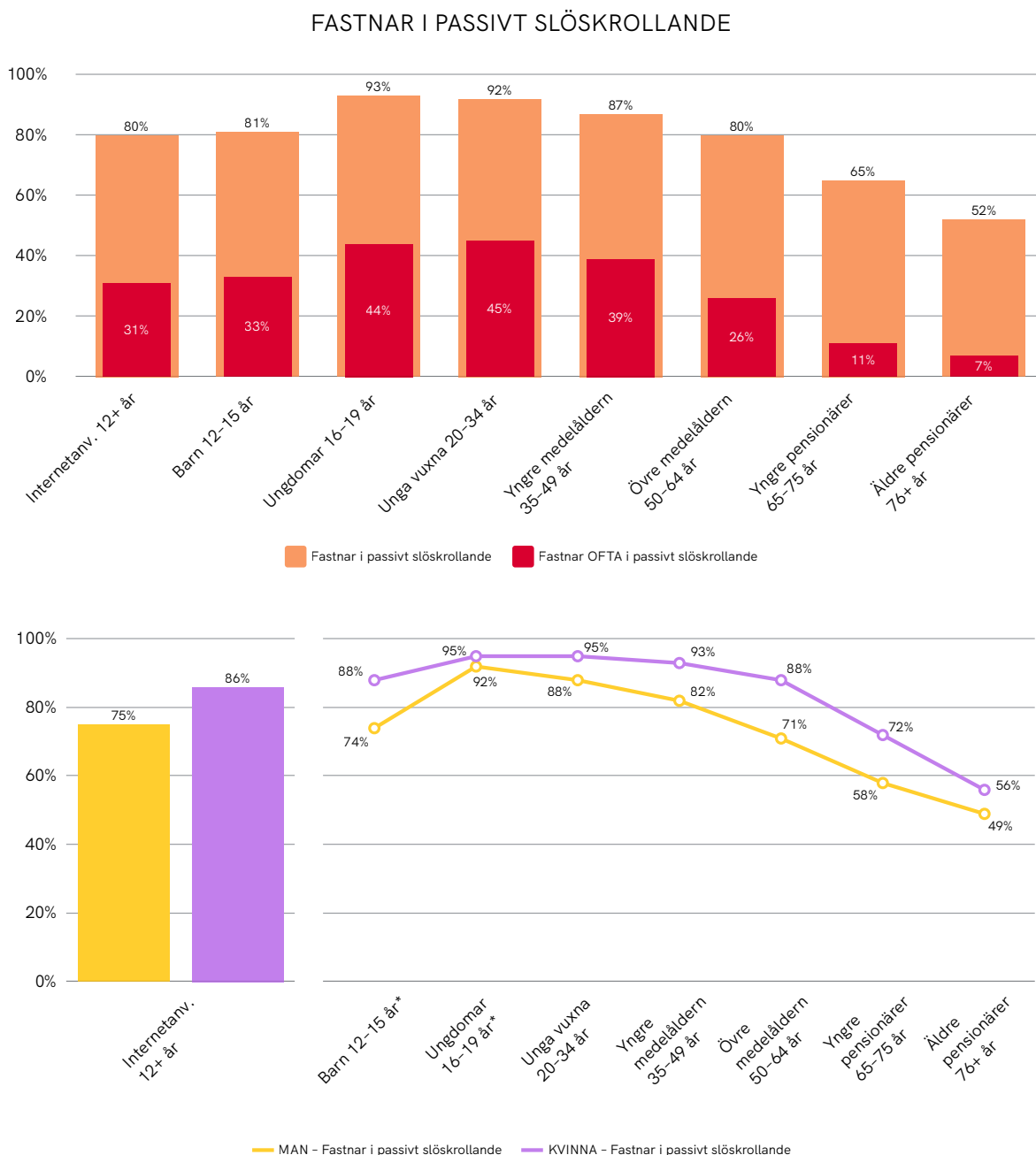


Diagram 4.1a-b, Bas: Internetanvändare 12+ år, År 2026 (Studie 1)

\*) Låg bas vilket ger högre felmarginaler. För exakta svarsalternativ, se frågeformulär.

### Hur många svenskar fastnar i slöscrollande?

- Majoriteten – 8 av 10 – känner att de fastnar i ett passivt slöscrollande på mobilen. 3 av 10 upplever dessutom att de ofta gör det.
- De som i allra högst grad fastnar är unga personer mellan 16–34 år, tätt följt av de i yngre medelåldern 35–49 år.
- Kvinnor upplever i högre utsträckning än män att de fastnar i slöscrollande. Detta gäller i princip alla åldrar men skillnaden är som minst mellan pojkar och flickor i övre tonåren. Läs mer under [Barn och ungdomar om slöscrollande](#).
- Mer än hälften av pensionärerna känner att de fastnar för länge i sitt slöscrollande på mobilerna, men det är ändå betydligt färre jämfört med personer i yngre åldrar.
- Fler tjänstemän (88%) än de som har arbetaryrken (82%) upplever att de fastnar för länge i slöscrollande.\*

### Vad är dumscrollande och slöscrollande?

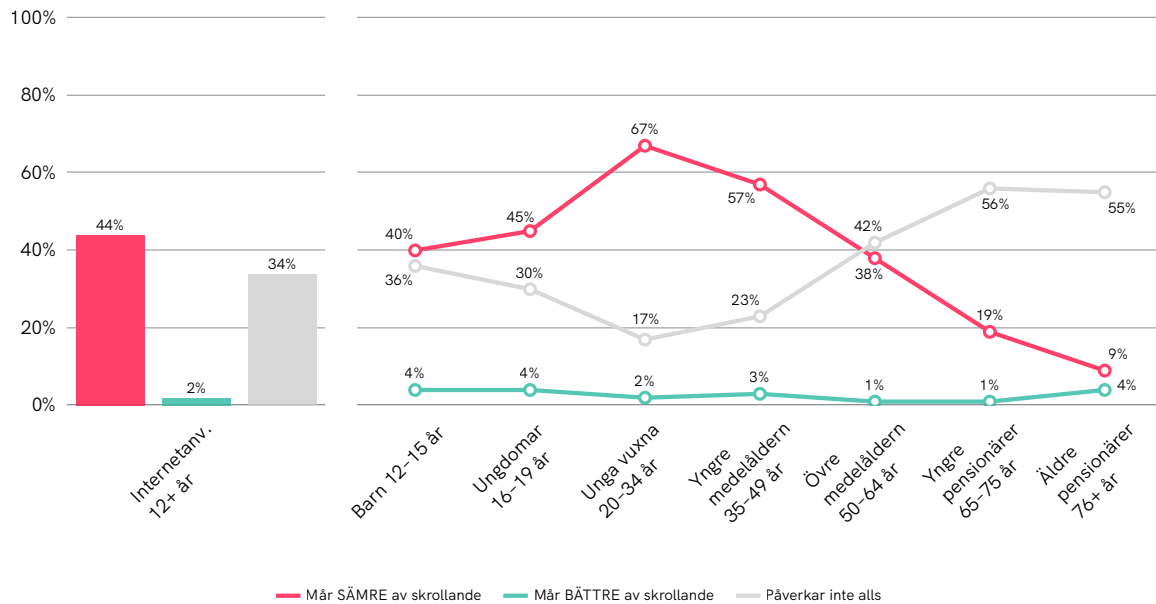
Att dumscrolla och slöscrolla är detsamma som att passivt scrolla på mobilen. Dessa begrepp används för att beskriva hur man slentrianmässigt scollar igenom innehållsflöden på mobilen, utan något specifikt mål och utan att egentligen reflektera över innehållet. Du kan läsa mer om att slöscrolla på [internetkunskap.se](#).

# Dumscrollning – att passivt slöscrolla på mobilen

## – Mår svenskarna bättre eller sämre av att slöscrolla?

### Nästan ingen mår bättre av att slöscrolla

Fråga: Hur tror du att passivt skrollande påverkar ditt mående?



### MÅR SÄMRE AV PASSIVT SKROLLANDE

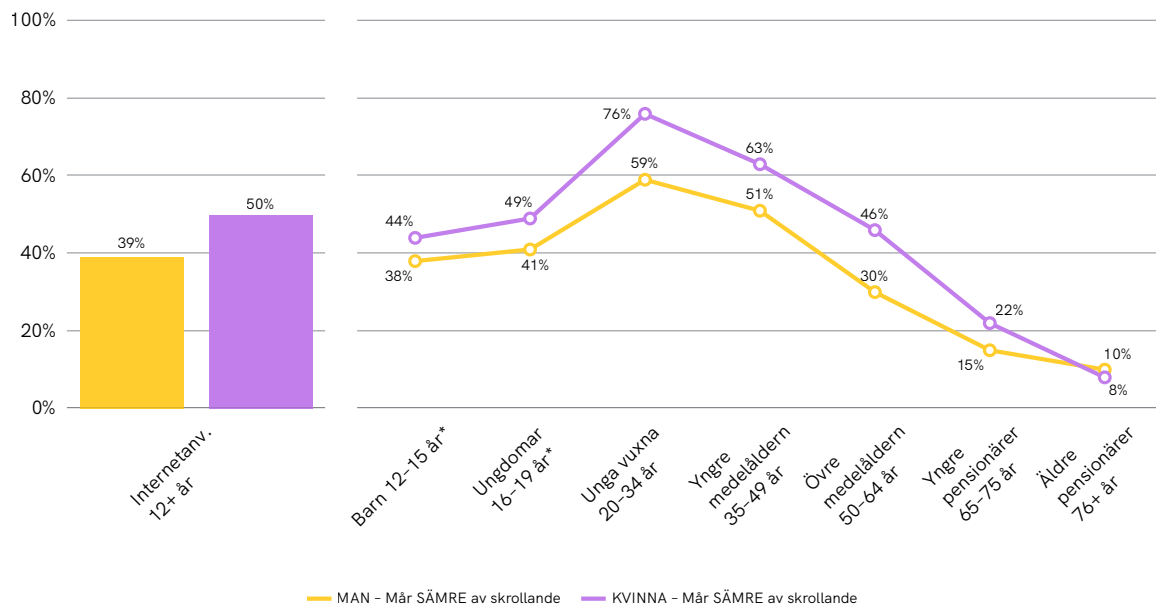


Diagram 4.2a-b, Bas: Internetanvändare 12+ år, År 2026 (Studie 1)

\*) Låg bas vilket ger högre felmarginaler. För exakta svarsalternativ, se frågeformulär.



### Hur påverkar slöscrollande svenskarnas mående?

Den största andelen – 44 procent – upplever att de mår sämre av passivt scrollande. Var tredje tror inte att de påverkas alls och var femte har ingen uppfattning. Endast 2 procent tror att de mår bättre av att slöscrolla.\*

### Vilka upplever att de mår sämre av att slöscrolla?

- En bra bit över 4 av 10 (44%) svenskar tror att de mår sämre av slöscrollande. Det är mångdubbelt – hela 20 gånger fler – jämfört med de som upplever att de mår bättre av denna företeelse.
- Unga vuxna 20–34 år är i högst utsträckning drabbade av sitt passiva scrollande, där två tredjedelar uppger att de mår sämre av detta. I denna åldersgrupp sticker dessutom kvinnorna ut – hela 3 av 4 kvinnor uppger att de mår sämre av sitt slöscrollande.
- Överlag är det fler kvinnor än män som svarar att de mår sämre av slöscrollande. Det gäller i princip alla åldrar utom de äldre pensionärerna över 75 år.

### Vilka upplever att slöscrollande inte påverkar deras mående alls?

- En tredjedel av svenskarna tror inte att slöscrollande påverkar deras mående alls.
- Det är framför allt pensionärer som inte tror att passivt scrollande har någon påverkan på hur de mår. Mer än hälften av pensionärerna är av denna uppfattning.
- I övre medelåldern är det endast marginellt fler som inte tror att slöscrollande har någon påverkan än hur många som tror att de mår sämre.
- Fler män (38%) än kvinnor (30%) tror inte att passivt scrollande har någon påverkan. Det gäller i princip alla åldrar efter tonåren fram till pensionsåldern.\*

### Vilka upplever att de mår bättre av att slöscrolla?

Endast 2 procent av svenskarna upplever att de mår bättre av att slöscrolla. Det är endast två grupper som i något högre grad än befolkningen i stort uppger att de mår bättre av slöscrollande. Det är äldre pensionärer, framför allt män (6%), samt barn och ungdomar 12–19 år (4%).\* Vill du veta mer om 12–19-åringarna – läs mer under [Barn och ungdomar om slöscrollande](#).

## Unga vuxna 20–34 år är värst drabbade av sitt slöscrollande

Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna känt att du fastnat för länge i ett passivt slöscrollande på mobilen?

Fråga: Hur tror du att passivt skrollande påverkar ditt mående?

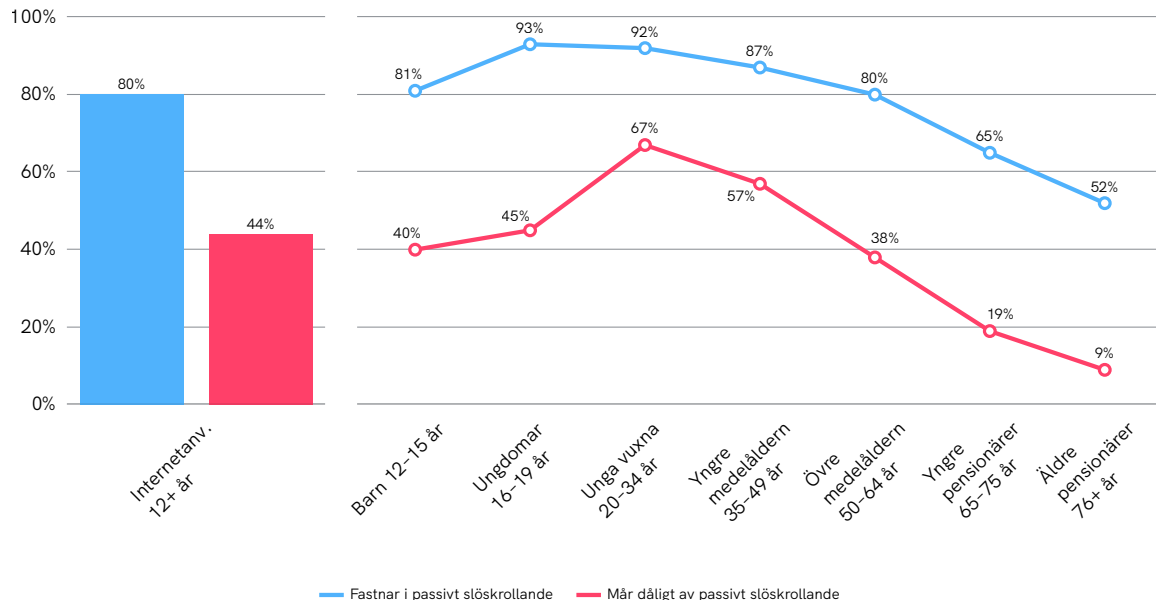


Diagram 4.3, Bas: Internetanvändare 12+ år, År 2026 (Studie 1) För exakta svarsalternativ, se frågeformulär.

### Hur ser sambandet mellan slöscrollande och måendet ut?

Det finns ett tydligt samband mellan att fastna i passivt scrollande och att uppleva negativ påverkan på måendet, men sambandet varierar mellan åldersgrupper. Från ett svagare samband i yngre åldrar, till ett starkare i unga vuxnas livssituation, och därefter ett avtagande samband i takt med högre ålder.

Vad det beror på kan vi endast spekulera kring. Möjligen kan det vara så att barn och ungdomar inte kopplar scrollandet till hur de mår i lika hög grad som vuxna, liksom att scrollandet är en så naturlig del av deras vardag. Läs gärna mer om barn och ungdomar i avsnittet [Barn och ungdomar om slöscrollande](#).

Vad gäller unga vuxna och personer "mitt i livet" kan vi istället gissa att kopplingen mellan scrollande och mående är tydligare för dem. Välanvänd tid kan kanske också vara hårdvaluta i en kanske stressig småbarns vardag.

Pensionärer, och särskilt de äldsta, kanske i många fall upplever tekniken som mer problematisk än sitt eget användande. De är i alla fall de som i lägst utsträckning vill ta en digital paus. Läs gärna mer om detta i avsnittet [Vilka lockas \(inte\) av digital detox](#) där de även berättar varför de inte vill ta en paus från det digitala livet.

**"Slukar min tid, förstör min hjärna och dödar min sömn och psyke"**

Fråga: Berätta gärna hur du tror att passivt skrollande får dig att må sämre.

## ORSAKER TILL SÄMRE MÅENDE AV PASSIVT SKROLLANDE



Diagram 4.4, Bas: Mår sämre av dumscrollande 12+ år, År 2026 (Studie 1)

## Varför mår vi sämre av passivt scrollande?

De allra flesta svenskar som är 12 år eller äldre uppger att de slöscrollar och den största andelen svarar att det får dem att må sämre. Vi har låtit dessa personer i fritext berätta varför de tror att passivt scrollande påverkar deras mående negativt. Skälen till att må dåligt av att slöscrolla är både många och nära sammanlänkade, vilket ordmolnet vittnar om.

En av de främsta anledningarna, som löper som en röd tråd genom majoriteten av svaren, är att man känner att passivt scrollande är ett tidsslöseri. Många beskriver hur tiden "rinner iväg" utan att de har fått något meningsfullt gjort. Slöscrollandet upplevs stjäla tid från aktiviteter som anses viktigare eller mer berikande, som exempelvis sömn, motion, socialt umgänge, bokläsning, vara ute i naturen eller olika fritidsintressen. Detta kan leda till både ett "konstant dåligt samvete" och ångest.

Nära kopplat till tidsslöseri uppger också många att de använder passivt scrollande för att prokrastinera, alltså skjuta upp något "de borde ta itu med". Det kan gälla alla möjliga olika företeelser som man känner motstånd till, men ofta "praktiska måsten i vardagen" som till exempel städning eller att betala räkningar. Slöscrollning används också för att distrahera sig från "jobbiga känslor och tankar" som man vill undvika att känna eller tänka. Några beskriver dessa undvikarbeteenden som "en ond självdestruktiv cirkel".

En stor andel påpekar också att det passiva scrollandet är "dåligt för hjärnan". Det upplevs bland annat som "kraftigt beroendeframkallande" och att det kan bli till ett tvångsmässigt beteende som "man inte kan sluta med fast man vill". En hel del talar

om dopaminpåslaget och överstimuleringen som scrollandet ger och dess negativa effekter. Som exempelvis ilska, irritation, koncentrationssvårigheter, rastlöshet, passivitet och depression.

Utöver beroende nämns kognitiva försämringar som ofta kallas hjärnröta, eller på engelska "brainrot". Det beskrivs som att hjärnan blir fördummad, seg, långsam, trögtänkt "som i sirap" eller att man "hamnar i zombie mode". Det upplevs exempelvis ge konsekvenser som sämre kreativitet, minne, koncentration och uthållighet. Några menar att detta fysiskt skadar hjärnan och vissa spekulerar kring samband med både demens och "skenande statistik kring antalet deprimerade".

Psykisk ohälsa kopplat till slöscrollandet är det många som berättar att de erfarit. De kan ha använt slöscrollande som ett sätt att koppla av, men effekten har snarare blivit den motsatta. Istället har det triggat igång eller förvärrat mental ohälsa som depression, oro, ångest, nedstämdhet och stress. Likaså upplever en stor andel att slöscrollande kan vara mentalt dränerande och ge känslor av meningslöshet och tomhet.

*"Blir trött, osugen, negativ, oinspirerad, passiv, sur, deprimerad och får ångest och lägre självkänsla."*

Kvinna, 39 år

Flera berättar också att de drabbas av fysiska besvär av sitt scrollande. De nämner exempelvis huvudvärk, nackvärk, ont i ögonen, yrsel, illamående, stelhet och dålig hållning. Passivt scrollande kopplas till att bli stillasittande under lång tid, och att stjäla tid från "fysisk motion och annan friskvård".

En hel del upplever också att scrollandet ger dem sömnsvärigheter. De beskriver hur de fastnar i mobilen istället för att gå och lägga sig. Eller att scrollandet gör dem överstimulerade, att hjärnan inte kan varva ned så att de inte kan somna. Eller om de har använt scrollandet för att slippa tänka på "något jobbigt under dagen" så "poppar det upp" när de sluter ögonen för att sova.

Innehållet i de flöden man scrollar i upplevs också ge ett sämre mående. Det kan handla om att man exponeras för innehåll som man tycker är otäck eller upprörande. Många beskriver att de "mulas" av hemska nyheter, konflikter, sjukdomar, polariserande åsikter och annat som väcker obehag, ilska, vanmakt eller gör dem ledsna.

Därtill berättar några att passivt scrollande kan leda till skeva perspektiv. Att man jämför sitt utseende, sina relationer och sitt liv med andra i sina flöden som man tycker är vackrare, mer lyckade och framgångsrika än en själv. Det kan få dem att känna sig både misslyckade och avundsjuka.

Utöver den sociala jämförelsen svarar några att flödena kan ge en överdrivet mörk eller katastrofpräglad bild av världen – något som brukar kallas "doomscrolling". Det gör att man kan få svårt att "behålla perspektivet på tillvaron" och "känna sig förankrad i den egna verkligheten".

Dessa skäl till att må dåligt av slöscrollande nämns i alla åldrar och av både män och kvinnor. Det är dock fler yngre som pratar om att de jämför sig med andra i sina flöden och framför allt kvinnor. Fler yngre än äldre nämner också det beroende och dopaminpåslag som scrollandet skapar, och något oftare män. De allra äldsta tenderar istället oftare att prata om meningslöshet och förlorad tid kopplat till sitt slöscrollande.

En del personer med någon form av funktionsnedsättning berättar att deras "hjärnor fungerar annorlunda" och att detta påverkar hur de fastnar i slöscrollandet. En kvinna beskriver det på följande sätt:

*"Har oftast fastnat på kvällen så då har jag kommit i säng sent, och jag har NPF diagnoser. Bland annat ADHD, och då kan man fastna i saker på ett annat sätt än neurotypiska personer. Man blir nästan paralyserad och kan i princip inte sluta. Man tänker att man måste sluta men kan inte för man sitter fast och då blir man typ sur på sig själv för att man inte kan ta sig loss."*

Kvinna, 42 år

Även om alla dessa skäl till att må dåligt av slöscrollande förekommer i hela befolkningen så omnämns de i något annorlunda omfattning och med andra ordval av barn 12–19 år. Läs gärna mer i avsnittet [Barn och ungdomar om slöscrollande](#).

### **Tio svenskar om hur passivt scrollande får dem att må sämre:**

*"Mest för att jag tror att det har varit en tillfällig tröst och paus från allt annat t.ex. stress, skola, vänner och mer. Det får mig att glömma bort mina problem och ger mig dopamin i stunden, men sen när jag slutar scrolla så ser jag alla mina problem och allt jag egentligen borde göra och vill istället bara fortsätta scrolla. Men ju längre jag scollar desto mer blir jag beroende av det och det blir bara jobbigare och jobbigare att sluta eller försöka undvika skrollandet."*

Flicka, 16 år

*"Överstimulerar hjärnan och påverkar sömnen, ex så hinner inte hjärnan hantera orostankar som istället kommer fram när jag försöker sova."*

Kvinna, 24 år

*"Är ofta ett prokrastinerade sätt för mig att undvika det jag behöver göra eller känslor jag behöver ta hand om. Påminner om till exempel trösttände. Mobilen blir som en ondsint snuttefilt."*

Kvinna, 28 år

*"Tiden bara försvinner utan att ge mig positiva känslor tillbaka. När jag har scrollat passivt känner jag mig nere, avtrubbad, rastlös etc. Till skillnad då jag scollar mer aktivt och kan få positiva känslor eller idéer av det jag ser."*

Kvinna, 35 år

*"Det utlöser dopamin tillfälligt, men dopamin är en begränsad resurs så när man "slösar" bort dopaminet på strunt sänker det motivationen för att ta tag i andra saker som där dopaminet hade behövts. I korthet skapar det en passivitet. Utöver det så är det ett känsloregleringsverktyg, en verklighetsflykt där man undviker att hantera sina känslor och skjuter dem på framtiden. Men i framtiden blir känslorna dubbelt så jobbiga, och då scollar man mer för att undvika dem igen. Det blir en dålig cykel."*

Man, 37 år

*"Fördummande! Jag matas med samma saker, får sällan nya perspektiv. Jag lär mig inget. Och jag har blivit sämre på att hålla kvar koncentrationen t.ex. vid läsning, ritande, tränande eller t.o.m. spelande av dataspel och filmtittande."*

Man, 38 år

*“För mig känns det som ett slöseri med tid, som att jag scollar bort mitt liv. Det är stressande. Också att man bombas med kroppsideal och andra typer av ideal gällande relationer och livsstil som i mångt och mycket är orealistiska. Detta får ens självbild och självkänsla att försämrast.”*

Kvinna, 43 år

*“Pga doomscrolling, dvs jag får intrycket att allt är på väg mot katastrof samt dumscrollning, dvs jag tankar mig med nonsens och blir fördummad.”*

Man, 64 år

*“Slösar tid och liv på något fullständigt värdelöst och meningslöst. Leder till en existentiell tomhet och ångestpåslag. Sambandet mellan scrollning och depression är tydligt i vårt samhälle. Det ökande antalet AI-genererade inlägg gör det inte bättre. Sociala medier kommer sannolikt minska i betydelse pga AI.”*

Man, 70 år

*“Jag är gammal (97) år och förlorar värdefull tid.”*

Man, 97 år

Dessa exempel finns med i ett större urval i rapporten [Svenskarna och internet 2026](#) på webben, fördelade inom följande tio kategorier. De tätt sammanhängande kategorierna ger tillsammans en målande bild av hur svenskar upplever att passivt scrollande får dem att må sämre.

#### **Röster om varför vi mår sämre av passivt scrollande:**

- Tidsslöseri och dåligt samvete
- Prokrastinering och undvikandebeteenden
- Hjärnröta och kognitiv försämring
- Beroende och dopaminpåslag
- Psykisk ohälsa och mental dränering
- Fysiska besvär och stillasittande
- Sämre sömn
- Exponering för negativt och skadligt innehåll
- Negativa jämförelser och sämre självkänsla
- Förvrängd världsbild och skev verklighetsuppfattning

#### **Vill du veta mer om vilka drivkrafter som finns för att scrolla på sociala medier?**

I [Svenskarna och internet 2023](#) undersökte vi varför svenskarna skrollar på sociala medier och vad annat de använder sociala medier till. Vill du läsa mer, se avsnittet [Drivkrafter att använda sociala medier](#).

# Dumscrollning – att passivt slöscrolla på mobilen

## – Barn och ungdomar om slöscrollande

### Nästan alla gymnasieungdomar fastnar i slöscrollande

Fråga: Har du under de senaste 12 månaderna känt att du fastnat för länge i ett passivt slöskrollande på mobilen?

BARN OCH UNGDOMAR 12-19 ÅR OM ATT FASTNA I PASSIVT SLÖSKROLLANDE

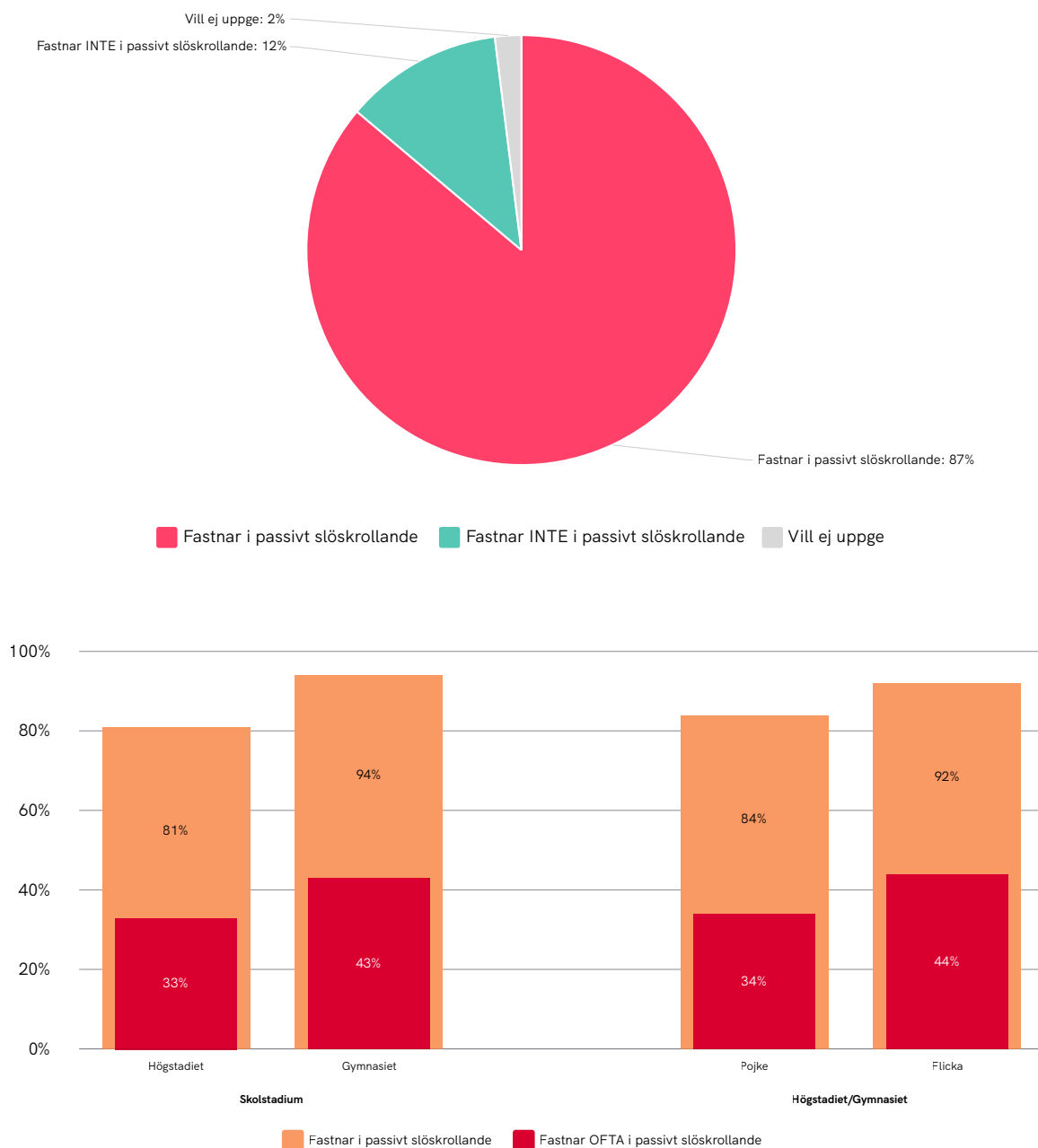


Diagram 4.5a-b, Bas: Barn och ungdomar 12-19 år, År 2026 (Studie 1)

### Hur många barn och ungdomar på högstadiet och gymnasiet fastnar i passivt scrollande?

- Nära 9 av 10 barn mellan 12–19 år upplever att de fastnar i passivt scrollande. Nära 4 av 10 upplever dessutom att de gör det ofta.\*
- Det är fler barn och ungdomar som upplever att de fastnar i slöscrollande, jämfört med vuxna över 20 år (80%).\*
- Nästan alla ungdomar på gymnasiet – hela 94 procent – upplever att de fastnar i passivt scrollande. Det är betydligt fler än ungdomar på högstadiet (81%) som slöscrollar och mer än den vuxna befolkningen som är 20 år eller äldre.
- Det är fler flickor än pojkar i åldern 12–19 år som uppger att de fastnar i slöscrollande. I övre tonåren 16–19 år är dock skillnaden betydligt mindre än bland de yngre ungdomarna 12–15 år (se [\*diagram 4.1b\*](#)).



## Fler tonårsflickor än tonårspojkar mår sämre av att slöscrolla

Fråga: Hur tror du att passivt skrollande påverkar ditt mående?

BARN OCH UNGDOMAR 12-19 ÅR OM HUR PASSIVT SKROLLANDE PÅVERKAR MÅENDE

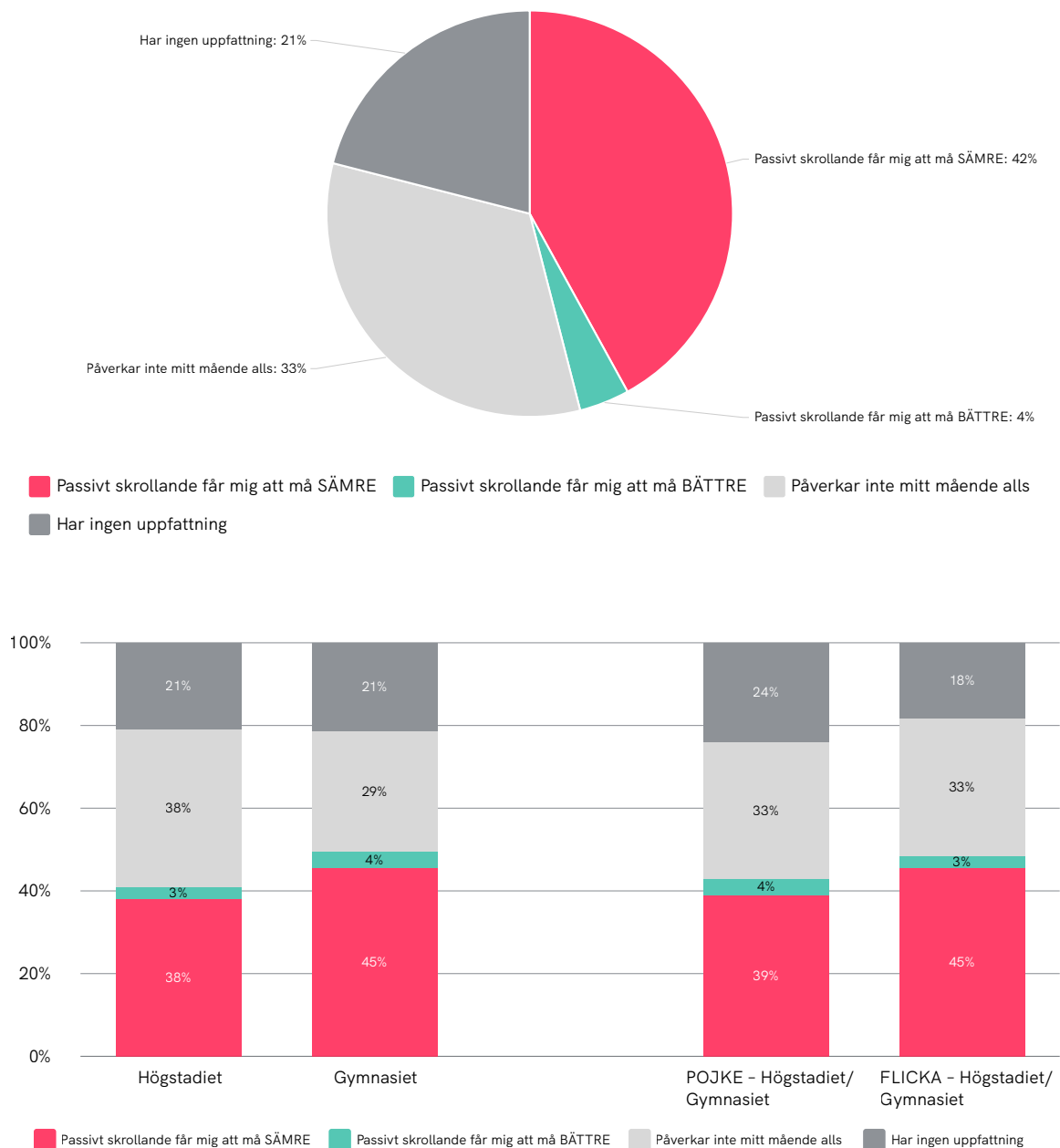


Diagram 4.6a-b, Bas: Barn och ungdomar 12-19 år, År 2026 (Studie 1)

### Hur påverkar slöscrollande barn och ungdomars mående?

Den största andelen barn i åldern 12-19 år – 42 procent – tror att de mår sämre av passivt scrollande. Var tredje tror inte att de påverkas alls och var femte har ingen uppfattning. Endast 4 procent tror att de mår bättre av slöscrollande.

**Hur många barn och ungdomar upplever att de mår sämre av slöscrollande?**

- Mer än 4 av 10 barn 12–19 år tror att de mår sämre av att slöscrolla. Det är tio gånger fler än de som tror att de mår bättre av denna aktivitet.
- Det är i princip lika många barn 12–19 år som tror att de mår sämre av passivt scrollande som bland vuxna som är 20 år eller äldre.\*
- Fler ungdomar på gymnasiet mår sämre av passivt scrollande än ungdomar på högstadiet.
- Fler tenderar vara flickor än pojkar som mår sämre av slöscrollande. Skillnaden är dock inom felmarginalen.

**Hur många barn och ungdomar upplever att slöscrollande inte påverkar deras mående alls?**

- En tredjedel av barnen 12–19 år tror inte att slöscrollande påverkar deras mående alls, vilket är likvärdigt med den vuxna befolkningen över 20 år.\*
- Fler ungdomar på högstadiet än gymnasiet uppger att de inte påverkas alls av sitt slöscrollande. Uppfattningen är likvärdig mellan pojkar och flickor.

**Hur många barn och ungdomar upplever att de mår bättre av att slöscrolla?**

Endast 4 procent av barnen 12–19 år upplever att de mår bättre av att slöscrolla. Det är dock något fler än i den vuxna befolkningen 20+ år (2%). Det är ingen skillnad mellan hur många pojkar som flickor som delar denna uppfattning. Däremot tenderar det att vara barn under 15 år som i något högre grad upplever att de i alla fall inte mår sämre av passivt scrollande.

**Vill du veta mer om vilka drivkrafter som finns för att scrolla på sociala medier bland barn och ungdomar?**

I *Svenskarna och internet 2023* undersökte vi varför barn och ungdomar scrollar på sociala medier och vad annat de använder sociala medier till. Vill du läsa mer, se avsnittet *Drivkrafter att använda sociala medier*.

## “Får brainrot och känner mig ful och misslyckad när jag ser andras perfekta liv”

Fråga: Berätta gärna hur du tror att passivt skrollande får dig att må sämre.

BARN OCH UNGDOMAR 12–19 ÅR: ORSAKER TILL SÄMRE MÅENDE AV ATT SLÖSKROLLA



Diagram 4.7, Bas: Barn och ungdomar 12–19 år: Mår sämre av slöskrollande, År 2026 (Studie 1)

### Varför mår barn och ungdomar sämre av passivt scrollande?

Vi har frågat befolkningen 12 år eller äldre om varför de anser att de mår dåligt av sitt slöscrollande. I det här avsnittet sätter vi luppen över barnen 12–19 år. För analysen av befolkningen i sin helhet, se avsnittet *Mår svenskarna bättre eller sämre av att slöscrolla?* och mer specifikt under *diagram 4.2a–b*.

De allra flesta barn och ungdomar mellan 12–19 år uppger att de slöscrollar och den största andelen (42%) svarar att detta får dem att må sämre. De har i fritext fått berätta varför de tror att passivt scrollande påverkar deras mående negativt.

Skälen till att må dåligt av slöscrollande är både många och nära sammanlänkade. Svaren från barn och ungdomar återfinns i samtliga av följande kategorier, om än i lite annorlunda omfattning än vuxna, vilket ordmolnet vittnar om, och ofta även uttryckta med andra ord.

- Tidsslöseri och dåligt samvete
- Prokrastinering och undvikandebeteenden
- Hjärnröta och kognitiv försämring
- Beroende och dopaminpåslag
- Psykisk ohälsa och mental dränering
- Fysiska besvär och stillasittande

- Sämre sömn
- Exponering för negativt och skadligt innehåll
- Negativa jämförelser och sämre självkänsla
- Förvrängd världsbild och skev verklighetsuppfattning

Det är framför allt fler barn än vuxna som berättar att de jämför sig med andra, både vänner och influencers, när de slöscrollar. Det kan få dem att känna sig "sämre och fulare". Denna sociala jämförelse med andras utseende och "perfekta liv" förekommer mer ofta bland flickor än pojkar. Ibland kan även scrollandet få barnen att känna sig mer ensamma, både när de ser vad kompisarna gör i flödena och för att de lägger tid på att scrolla istället för att umgås.

Barnen sticker också ut genom att oftare nämna hur dåligt passivt scrollande är för hjärnan. De pratar ofta om dopaminets effekter och använder uttryck som brainrot, dopaminjunkie, cooked brain och dimmig i huvudet. Många beskriver hur de reflexmässigt "fastnar vid skärmen", tappar fokus, blir okoncentrerade, otåliga, uttråkade och ledsna. Det är fler pojkar, och framför allt pojkar i högstadieålder, som kopplar sitt sämre mående till dopaminet.

Barn och vuxna verkar i ungefär lika hög omfattning tala om att de mår psykiskt dåligt av sitt slöscrollande. Liksom för vuxna handlar det om ångest, oro och stress men barnen använder även uttryck som tjurig, seg och deppig. Detta är ofta kopplat till att barnen upplever scrollandet som bortkastad tid, att man "inte gör det man ska" eller prokrastinerar, även om kopplingen inte är lika stark som bland vuxna.

Att det passiva scrollandet stör sömnen är barn och vuxna ense om. Likaså att det kan göra så att man "inte rör på sig" och får ont i huvudet och ögonen. Barn nämner mer ofta att de blir trötta, både för att de "stannar uppe för länge" på grund av att de slöscrollar samt scrollandets negativa påverkan på sömnen.

Några barn berättar om att de sett hemsgheter i sina flöden men det är mer vanligt att vuxna nämner detta som en orsak till att må sämre. Framför allt är det fler vuxna som nämner att de i sin slöscrollning möter sådant som gör dem arga, irriterade eller får dem att tvivla på sin världsbild, även om några barn också är inne på det spåret.

Nu ska vi få ta del av exempel på barnens svar fördelat på pojkar och flickor på högstadiet respektive gymnasiet.

### **Pojkar på högstadiet om hur slöscrollande får dem att må sämre**

*"Huvudet blir stressat för att det händer så mycket på telefonen. Hjärnan exploderar."*

Pojke på högstadiet

*"Det slösar bort tid, gör mig helt upptagen och arg på personen runt mig när dem pratar. Och gör mig allt dummare typ brainrot."*

Pojke på högstadiet

*"Höjer dopaminribban men att fastna i en skärm på de sättet i ensamhet får mitt huvud att tänka negativt."*

Pojke på högstadiet

*"Brainrot. Det slukar en, tar bort ens naturliga dopaminkällor och gör en allmänt mer nerstämd pga dopaminet."*

Pojke på högstadiet

*"Känner mig tommare, har tråkigt oftare. Blir också tröttare. Får svårt att sova när allt från telefonen hoppar bakom ögonen."*

Pojke på högstadiet

*"Om man fastnar för mycket kan det kännas som dagarna blandas ihop när man bara kollar på skärm. Det finns mycket hjärnvetenskap om att skärmtittande påverkar hjärnan, dopamin, uppmärksamhet."*

Pojke på högstadiet

### **Flickor på högstadiet om hur slöscrollande får dem att må sämre**

*"Man blir tröttare, får ont i huvudet, blir deppig och hinner inte uppleva verkligheten."*

Flicka på högstadiet

*"Jag tappar lättare humör och koncentration men det kan också kännas mysigt ibland. Pappa blir arg. För jag gör inget annat och blir hjärndöd."*

Flicka på högstadiet

*"Passivt skrollande kan få en att må dåligt för att man kan se massor av klipp på andra där det ser ut som att folk har det bättre än vad man tror. För att man får aldrig se det dåliga hos en influencer utan bara det bra som händer."*

Flicka på högstadiet

*"Jag märker att jag mår sämre. Blir lättirriterad och tjurig och börjar störa mig på små grejer som jag inte annars brukar bry mig om. Blir lättare uttråkad utan och om man ser på något annat."*

Flicka på högstadiet

*"Jag tänker att man kanske isolerar sig mer om man slöskrollar på mobilen. Man kanske prioriterar att skrolla istället för att lägga tid på något som faktiskt borde prioriteras. Jag tänker att man kanske sitter stilla mer, vilket då leder till att man inte får lika mycket fysisk aktivitet, vilket i sig leder till sämre sömn."*

Flicka på högstadiet

*"Jag får ett dåligt perspektiv på verkligheten. För att "alla" vill vara sitt allra bästa och perfekta på kamera. Det kan nog bli mycket tillgjort då. Samt kan det vara falsk information. T.ex. AI eller att människorna har ljugit."*

Flicka på högstadiet

*"Man blir orolig för typ sjukdomar och påverkas av hur man ska se ut och får dåligt självförtroende. Man jämför sig typ och det kan göra så jag tappar fokus med grejer jag faktiskt ska göra."*

Flicka på högstadiet

### **Pojkar på gymnasiet om hur slöscrollande får dem att må sämre**

*"Man känner att man borde sluta men kollar ändå. Typ dopaminjunkie."*

Pojke på gymnasiet

*"Hjärnan blir cooked. Man kan koncentrera sig kortare tid efteråt eftersom man byter ämne hela tiden."*

Pojke på gymnasiet

*"Gör det istället för att göra andra saker. Man mår dåligt i huvudet av det. Hjärnan typ dör."*

Pojke på gymnasiet

*"Man blir fast vid mobilen för länge och kanske inte tänker på det eftersom att det nästan blir som en reflex att skrolla. Men jag blir mindre glad, övertänker mer, får mindre saker gjorda."*

Pojke på gymnasiet

*"Om jag spenderat mer tid än jag tänkt på att scrolla, känner jag att jag tagit tid från att göra viktigare saker tex läsa böcker, fritidsintresse och studier."*

Pojke på gymnasiet

*"Att känna att man skjutit undan sådant man måste göra för att slösa bort tiden på något man glömmer på bara några sekunder skapar en stress och ångest över att man nu måste ta tag i det man sköt på."*

Pojke på gymnasiet

### **Flickor på gymnasiet om hur slöscrollande får dem att må sämre**

*"Sämre koncentrationsförmåga och kan känna mig misslyckad när man jämför sig, kan också känna mig oproduktiv."*

Flicka på gymnasiet

*"Prokrastinerar annat och fastnar på mobilen. Kanske inte blir lika glad av saker när de inte såhär stimulerar ens dopamin lika mycket som TikTok gör osv."*

Flicka på gymnasiet

*"Jag blir seg och ledsen över att så mycket tid har gått. Blir sittande eller liggande typ i sängen för länge kanske hela dagen. Rör mig inte och glömmer saker som äta och dricka."*

Flicka på gymnasiet

*"Man fastnar och slösar massa tid. Sen blir man arg på sig själv för att man inte gjort något bättre under den tiden. Det kommer upp videor som påverkar mig negativt. Typ att de är sorgliga eller att man känner igen sig i någons dåliga mående. Eller att alla är så snygga och man själv känner sig ful."*

Flicka på gymnasiet

*"Svårt att koncentrera mig, blir "dimmig" i huvudet, lite bortkopplad från nuet. Och blir trött och är man trött blir man ofta lite ledsen. Känner mig ibland helt svag i kroppen när jag skrollat förmycket."*

Flicka på gymnasiet

*“När jag inte skrollar kan jag ha det svårare att koncentrera mig så jag försöker därför minska på det. Plus det skapar en sort ond cirkel. För jag blev dumpad för inte så länge sedan och då fick jag bara upp videos i mitt flöde som gjorde att det blev bara ännu jobbigare. Jag kände mig ännu mer ensam och eftersom jag kollade på de videorna som kom upp så kom bara fler relaterade videor upp.”*

Flicka på gymnasiet

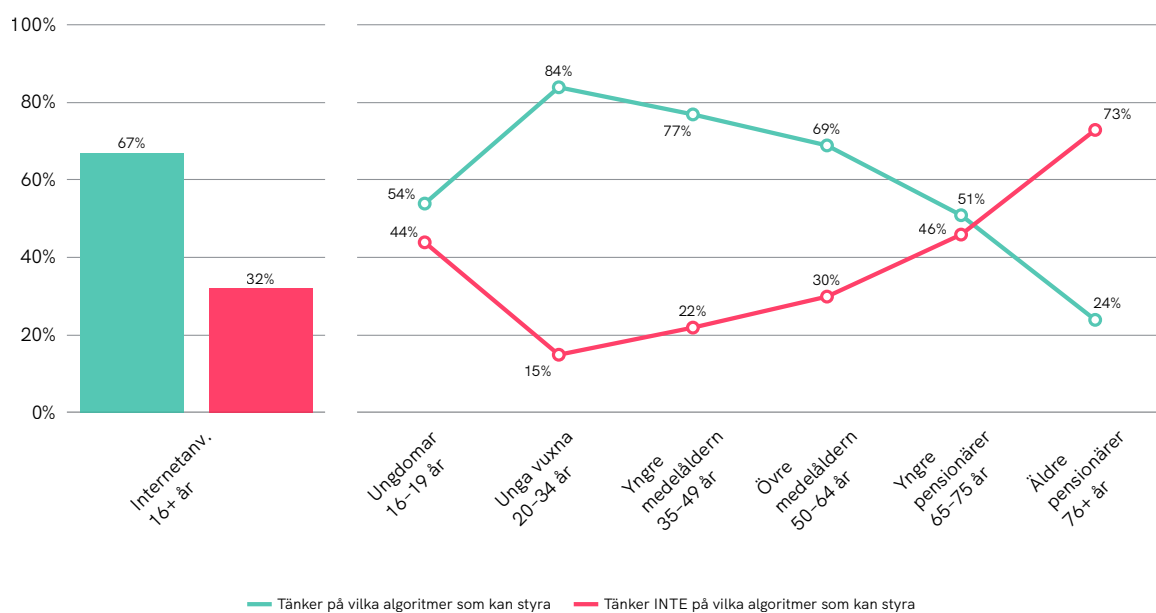
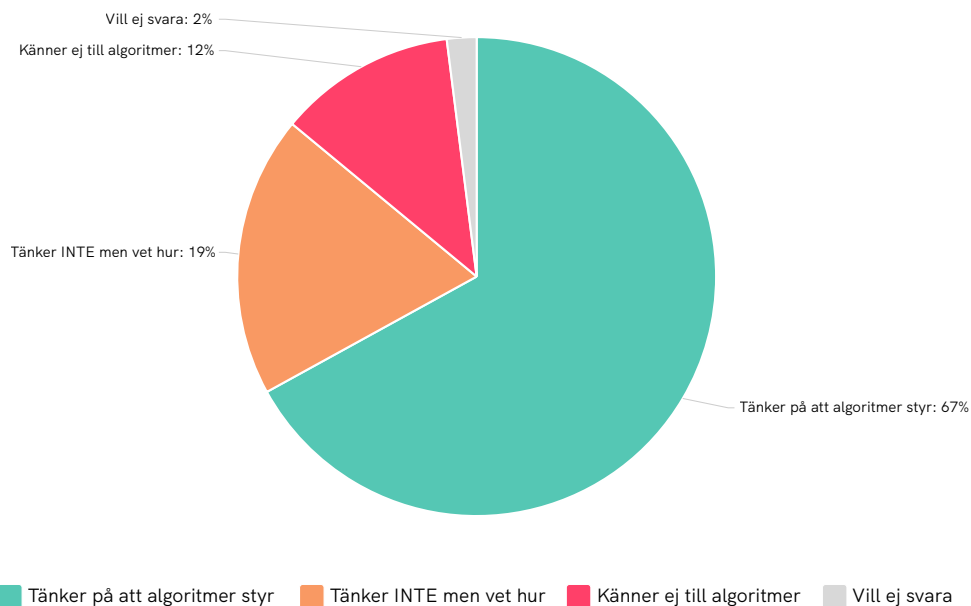
**Lästips! Vill du veta vilka fördelar och nackdelar som föräldrar ser med sina barns skärmtid?** Då kan vi rekommendera rapporten [Barnen och internet 2024: Föräldrar om fördelar och nackdelar med skärmtid](#).

# Algoritmer och scrollande

## – Tänker svenskarna på algoritmer när de scrollar?

### Var tredje svensk tänker inte på hur algoritmer kan styra innehållet i deras flöde

Fråga: När du skrollar på mobilen, brukar du tänka på vilka algoritmer som kan styra innehållet i ditt flöde?





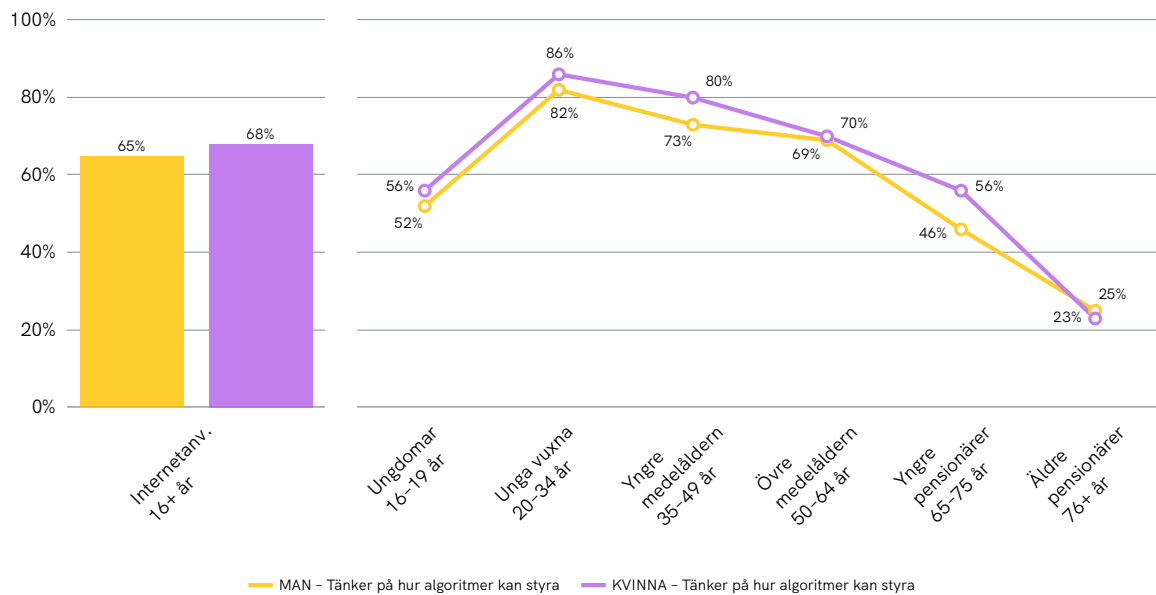


Diagram 4.8a-c, Bas: Internetanvändare 16+ år, År 2026 (Studie 1) Tänker på hur algoritmer styr  
= Ja, ofta/Ja, ibland - För exakt frågeformulering och svarsalternativ, se frågeformulär.

### Hur många tänker på vilka algoritmer som kan styra innehållet i deras flöden?

- De flesta svenskar – 2 av 3 – tänker på vilka algoritmer som kan styra deras flöde när de scrollar på mobilen. Var fjärde tänker dessutom på det ofta.\*
- De som i allra högst grad brukar tänka på hur algoritmer styr är unga vuxna 20-34 år. Mer än 8 av 10 (84%) har det i åtanke när de scrollar på mobilen.
- Bland ungdomar 16-19 år och yngre pensionärer 65-75 år är det betydligt färre, endast drygt hälften, som tänker på vilka algoritmer som kan styra deras flöden när de scrollar. Bland äldre pensionärer över 75 år har knappt var fjärde detta i åtanke.
- Något fler kvinnor (68%) än män (65%) tänker på hur algoritmer kan styra deras flöden.
- Sett till politisk åskådning är det fler som står klart till vänster (80%) än klart till höger (67%) som tänker på vilka algoritmer som kan styra deras flöden. Det gäller både män (77%) och kvinnor (82%) som uppger att de står klart till vänster.\*

### Hur många tänker INTE på vilka algoritmer som kan styra innehållet i deras flöden?

Att inte ha algoritmer i åtanke kan bero på att man inte känner till hur de fungerar, eller ens vad det är. Den gruppen tittar vi vidare på i *Hur många vet inte vad algoritmer är eller hur de fungerar?* I "Tänker INTE på vilka algoritmer som kan styra" ingår både de som känner till dem, men svarar att de ändå inte tänker på dem när de scrollar samt de som inte känner till dem alls.

- En tredjedel av svenskarna tänker inte på vilka algoritmer som kan styra deras flöden när de scrollar på mobilen.

- Det är framför allt de äldsta pensionärerna som är över 75 år som inte har algoritmer i åtanke när de scrollar. 3 av 4 av dessa äldre pensionärer tänker inte på detta.
- Bland ungdomar 16–19 år och yngre pensionärer 65–75 år är det uppemot hälften som inte tänker på vilka algoritmer som kan styra deras flöden när de scrollar.
- Det finns ingen signifikant skillnad mellan hur många män och kvinnor som inte har algoritmerna i åtanke när de scrollar.\*

## “Algoritmerna gör att jag undviker att klicka på typ allt, även det jag faktiskt är intresserad av”

Fråga: Berätta gärna vad du brukar tänka om algoritmerna kopplat till innehållet i ditt flöde.

### TÄNKER PÅ HUR ALGORITMER KAN STYRA INNEHÅLL I FLÖDE



Figur 4.9, Bas: Tänker på hur algoritmer kan styra, År 2026 (Studie 1)

Obs! Storleken på rutorna i figuren är inte proportionerliga i förhållande till andel svar.

### Vilka tankar har svenskar om algoritmer när de slöscrollar?

Två av tre svenskar som är 16 år eller äldre uppger att de brukar ha algoritmer i åtanke när de scrollar på mobilen (se *diagram 4.8a*). Vi har låtit dessa personer i fritext berätta vad de tänker om algoritmerna kopplat till innehållet i deras flöden.

Tankarna om algoritmer är många och det märks på svaren att detta är ett ämne som engagerar. Även om det finns svar som är neutrala och positiva uttrycker de flesta något negativt, såsom frustration, ilska eller till och med hat. Det absolut vanligaste svaret är att om man har sökt eller stannat till på något så får man "bara mer av samma". Det framgår tydligt att detta upplevs som irriterande och tjatigt. Man beskriver sina flöden med ord som nedlusade, dränkta och bombarderade.

Många ser också risker med att "matas av" ett ensidigt och skräddarsytt innehåll utifrån vad man uppmärksammat. Att man riskerar hamna i en filterbubbla där man endast exponeras för innehåll som bekräftar och befäster de egna åsikterna. En del beskriver riskerna med att få en skev och onyanserad verklighetsbild som att "hamna i en ekokammare" eller "trilla ner i ett kaninhål". De berättar att de känner sig begränsade och "ofria". Några frågar sig vad som visas utanför deras bubbla och andra oroar sig mer för att andra "ska bli insnöade" än för sin egen del.

Filterbubblor lyfts särskilt kopplat till politik där många befarar att algoritmerna "cementerar befintliga åsikter" och leder till en ökad polarisering i samhället. Några menar att de själva behöver göra aktiva val som att klicka och söka "både åt höger och vänster" för att balansera upp innehåll. Andra uttrycker oro för att "mörka krafter" styr vad algoritmerna visar för politiskt innehåll och ser detta som ett potentiellt hot mot demokratin.

I detta sammanhang lyfter vissa även AI och AI-genererat innehåll. De menar att de frågar de ställer till AI-tjänster sedan styr vilket innehåll som visas i deras flöden. En del undrar om andra tänker på det och att AI:s svar inte är "opartiska". Många klagar också på den mängd AI-genererat innehåll de möter i sina flöden. Några berättar att de är extra noga med att försöka undvika att interagera med sådant för att "maximera chansen att få äkta innehåll".

Flera uttrycker också att algoritmerna får dem att känna sig både övervakade och avlyssnade. Detta kopplas ofta till en oro över hur data samlas in och används, samt vilka aktörer som har tillgång till den. Ett återkommande uttryck är "storebror ser dig" och en hel del tar upp att det man pratar om "i närheten av sin mobiltelefon" sedan kommer upp i ens flöden. Denna upplevelse är mer vanlig bland äldre än bland yngre.

*"Man inser att man är bevakad och kan ju undra vilka möjligheter de har att använda alla uppgifter de har om oss?"*

Kvinna, 86 år

Några menar att algoritmerna är designade för att "manipulera". Att algoritmerna främjar innehåll som väcker starka känslor i syfte att vi ska "fastna och bli förslavade". På så sätt blir våra hjärnor och dopaminnivåer "styrda och manipulerade" av algoritmerna.

Vissa menar även att algoritmerna "testar oss". Att de visar innehåll för "att se om vi nappar" för att andra i vår ålder eller med likartade intressen har varit köpbenägna. Flera tar upp att algoritmernas syfte just är att "tjäna pengar på oss" och få oss att "konsumera mera". På några har denna logik istället motsatt effekt – att de istället blir mindre köpbenägna. För att "flodvågen av reklam" väcker avsmak.

En hel del berättar också att de på grund av algoritmerna medvetet undviker att ta del av innehåll som de egentligen är intresserade av eller nyfikna på. För att slippa "bli dränkta av detta resten av året". Det leder i förlängningen till att de läser, tittar och "lajkar" allt mindre. De berättar också att de ser allt färre inlägg från vänner och "mer och mer skräp". Det gör att sociala medier blir mindre intressanta och relevanta för dem och inte längre upplevs som "sociala".

Samtidigt framkommer det att många inte lägger sig platt för algoritmerna. De berättar att de inte låter algoritmen "styra dem" utan att de istället medvetet "tränar och lär upp" sin algoritm. Det kan gälla att få relevant innehåll om exempelvis politik, nyheter eller varor och tjänster de är i behov av. Att de "styr algoritmen" och inte låter "algoritmen styra dem". Det gör de genom att exempelvis gilla, söka på olika vinklingar, kolla extra länge på väl valt material samt att klicka i "ej intresserad" på innehåll de inte vill se där så är möjligt. När något de ogillar kommer upp så kan de stänga ned appen direkt som en markering.

Några spekulerar också kring algoritmernas koppling till deras identitet. Att flödena speglar dem som personer och vad som pågår i deras liv. Allt från tankar och känslor till intressen och personlighet. Detta är mest vanligt bland unga kvinnor.

Det finns som tidigare nämnt en del som också är positiva till algoritmerna och hur de är utformade. De svarar att de tycker att det är bekvämt och hjälpsamt att få

relevant och roligt innehåll som är skraddarsytt för att passa just deras värderingar och intressen. Att det är tryggt och skönt att slippa se innehåll som de finner ointressant eller obehagligt. De menar att nyttan av de skraddarsydda flödena ofta väger tyngre än riskerna.

Nu ska vi ta del av svenskarnas egna ord om vad de tänker kring algoritmer i följande kategorier:

- Tankar om att algoritmer skapar **filterbubblor och skraddarsytt innehåll**
- Tankar om algoritmer **kopplat till politik**
- Tankar om algoritmer **kopplat till AI och AI-genererat innehåll**
- Tankar om att algoritmer får oss att **undvika innehåll vi uppskattar**
- Tankar om att algoritmer får oss att **sluta med sociala medier**
- Tio andra tankar om algoritmer

### **Tankar om att algoritmer skapar filterbubblor och skraddarsytt innehåll**

*“Att det man får upp är utifrån sådant jag redan tittat på. De vill att man fortsätter titta och man får bara upp sådant som stämmer med ens egna åsikter. Kan bli en skev “echo chamber”. Skitfarligt!”*  
Pojke, 16 år

*“Att de gör att mina värderingar och uppfattningar om världen befästs, och kanske inte alltid ger en nyanserad bild av verkligheten. Får en att fundera kring “blind spots” och risken för polarisering. Brukar lägga märke till dem tydligt då jag använder min sambos telefon och ser att hans flöde är helt annorlunda.”*  
Kvinna, 24 år

*“Att algoritmerna gör mig en björntjänst. Att de förstärker mina redan starka tankar om olika saker, mina fördomar och cementerar min världsbild. Anser överlag att algoritmer borde fungera tvärtom - att säkerställa att man får annan information än den man sökt. Undrar ofta hur medierna ser ut utanför min filterbubbla.”*  
Kvinna, 32 år

*“Hur snabbt den kopplar min sökhistorik och skraddarsyr mitt innehåll. Jag får upp väldigt mycket samma. Det kan tyvärr göra att man hamnar i ett “kaninhål” och att det kan vara en direkt samhällsfara på det allmänna planet. Folk lever i olika verkligheter i sina små skraddarsydda bubblor.”*  
Man, 42 år

*“Jag upplever att den förstärker det man visar intresse för i syfte att man ska titta mer, men att man kanske egentligen hade velat ha ett mer varierat flöde som ger lite fler perspektiv. Ibland får man tänka till kring vad man matas av från algoritmen, att man kanske inte alltid får veta den andra sidan av myntet kring saker. Ibland kan man få se “andra sidan” men då framstår de ofta i dåliga dager. Jag tycker det är dåligt och försöker läsa andra typer av vinklingar (tex politik) för att bli mindre “biased.”*  
Kvinna, 53 år

### Tankar om algoritmer kopplat till politik

*“Jag tycker det är väldigt dåligt att man inte får olika sidor av det politiska spektrumet. Man hamnar i en bubbla som endast bekräftar ens egna idéer och åsikter; inget som utmanar sin världsbild. Det är även varför jag inte vill använda AI eftersom den omöjligt kan vara opartisk. Jag tänker alltid på att algoritmer och AI visar innehåll av en anledning och man måste försöka förstå varför.”*

Kvinna, 20 år

*“Att det dels är lite obehagligt att mina vanor och åsikter kartläggs. Men även att jag får mycket politiska inlägg som INTE ligger i de områden jag intresseras av? Detta får mig att undra om det är så att plattformarnas algoritmer gynnar innehåll från ytterkanterna. Att de köpt utrymme för att försöka påverka oss i sin riktning. Vilket även granskningar nu verkar stödja.”*

Kvinna, 21 år

*“Delvis är det ren reklam delvis är det yttre påverkan av politiska krafter. Ett enormt hot mot demokratin. Under 15 år har jag hävdat att det inte går att ha “Facebook” och demokrati i samma land, nu har vi nått den punkten.”*

Man, 40 år

*“Irriterande. Man vill inte se 11 miljoner nagelbilder för att man råka klicka på en, eller se samma recept i 1000 olika tappningar. Politiskt är det lite intressant när algoritmerna slår till, för att få balans måste man klicka på höger vänster-innehåll ganska ofta för att få balans och inte ramla ner i något kaninhål, vilket är oerhört lätt.”*

Kvinna, 63 år

### Tankar om algoritmer kopplat till AI och AI-genererat innehåll

*“Tänker på algoritmer när jag frågar AI. Att svaren från AI nog inte alltid är sanna utan försöker påverka mig till något. Att det är lite läskigt att det man frågar AI om läcker och “styr” annonser mm på andra ställen.”*

Pojke, 17 år

*“Vet att algoritmerna i Google, precis som i AI, förstärker de åsikter jag redan har snarare än utmanar dem. Så de svar jag får är snarare för att pleasa mig än en representation av verkligheten. Algoritmerna i AI är världsklass på det.”*

Kvinna, 36 år

*“Varje gång jag öppnar en sida, söker nåt, frågar AI etc så kommer kopplingar till detta i reklam, förslag på köp osv som en direkt följd. Att AI tjänar pengar på de frågor vi ställer vet jag inte om alla tänker på.”*

Man, 65 år

*“På Youtube: Aha är det detta du vill ha här kommer mer och lite till. Ex: tittar/lyssnar på en AI-genererad historia, ibland bra ibland dålig. Därefter blir man översvämmad av liknande material och letar febrilt efter en video där en levande människa dyker upp i rutan.”*

Kvinna, 71 år

**Tankar om att algoritmer får oss att medvetet undvika innehåll vi uppskattar**

*"Jag brukar aktivt undvika att kolla på vissa typer av videos/bilder (även om jag blir lite intresserad) för att jag inte vill att algoritmen ska börja bombardera mig med den typen av videos. T.ex. försöker jag undvika att spara AI-bilder på Pinterest (även om de ger mig något), för jag vill inte få upp fler AI-bilder som förslag."*

Kvinna, 26 år

*"Att jag ibland inte vill klicka på vissa länkar i nyhetsflödet som jag egentligen skulle vilja läsa för jag inte vill ha 100 av liknande vara för jag var nyfiken på just den."*

Kvinna, 32 år

*"Värdelöst. Vågar knappt ens kolla på något man faktiskt är intresserad av för då kommer flödet att nedlusas av liknande."*

Man, 58 år

**Tankar om att algoritmerna får oss att sluta med sociala medier**

*"Det är tydligt om man gillar ett inlägg från ett nytt konto att flödet snabbt fylls med liknande inlägg. Jag brukar tänka noga innan jag gillar något dvs. Vill jag se mer av detta? Gillar allt mindre och mindre och märker att andra också är sparsammare med sina "lajks". Tror det gör att allt fler slutar använda sociala media."*

Kvinna, 42 år

*"Jag tycker att det är enormt enerverande med algoritmerna. De får mig nästa att sluta använda både Facebook och Google. Förr på Fb fick jag se vänner inlägg men det verkar algoritmerna prioritera ner för reklam för sånt som ligger långt ifrån mig. På google har det blivit mycket jobbigare att faktiskt hitta det man letar efter. Saknar gamla Google sök."*

Man, 54 år

*"Ser att jag ser mindre inlägg från vänner trots att jag vet att de lagt upp inlägg - måste gå in och söka upp dem aktivt. Istället kommer reklam för personer eller saker att köpa - blivit mycket mer sådant vilket gör att det inte är så intressant med sociala medier längre. Jag skulle säga att sociala medier egentligen bara blir tråkigare/dummare för var dag som går..."*

Kvinna, 66 år

*"Det är tydligt att om jag sökt efter något, en vara t ex, så ploppar massor av säljsidor upp för detta. Har jag visat intresse för nåt på t ex FB så svämmas flödet över av videor på detta. Använder sociala medier, t ex FB så lite som möjligt p g a detta. Postar aldrig nåt längre."*

Kvinna, 74 år

## Tio andra tankar om algoritmer

*“De är jobbiga och rutar in mig i det som de tror att jag vill se, när jag egentligen vill se olika saker. Det blir svårt att komma ur algoritmens grepp även om jag söker på specifikt andra saker än det algoritmen tvingat in mig på. Jag känner mig inte fri.”*

Pojke, 16 år

*“Jag försöker “träna” algoritmen på saker jag vill se mer av genom tex gilla, kolla kommentarer, titta extra länge. När algoritmerna visar sådant jag inte vill se stänger jag appen.”*

Man, 25 år

*“Det är tydligt att algoritmen har kännedom om vad som händer i mitt liv. Att mitt flöde kan vara en spegel av inte bara mina intressen och åsikter utan också pågående tankar och känslor.”*

Kvinna, 27 år

*“Att jag försöker vara medveten om att den försöker påverka mig åt ett eller annat håll för att maximera företagets vinst. Att det egentligen är ganska sjukt att vi låter företag använda vår data lite hur som helst och tjänar pengar på det. Medan vi inte får någonting för det.”*

Man, 33 år

*“Att det är designat för att få mig att fastna och att det höjer ribban hela tiden. Klippen blir mer extrema och djupgående. Förstår att människor med destruktiva tankar lätt kan må riktigt dåligt.”*

Man, 35 år

*“Dels att de håller kvar mig i min bubbla av det jag brukar vilja se. Dels att de ibland “puttar” mig i en riktning jag inte valt för att se för att “testa” om jag kanske är intresserad. Oftast destruktivt innehåll.”*

Kvinna, 36 år

*“Vi lever i filterbubblor med köpt och vridet budskap. Vi är avlyssnade och algoritmerna har full koll på våra liv. Tycker det är hemskt och destruktivt. Och integritetskränkande som f-n!”*

Kvinna, 42 år

*“Varför algoritmerna vill att jag ska se på massa AI-genererad skit. Det kan man fundera på. Algoritmerna vill bara tjäna pengar. Sociala medier har snart spelat ut sin roll. Vi kommer se ett trendskifte.”*

Man, 46 år

*“Algoritmerna visar mer och mer samma sak men jag vill tvärtom utveckla mig och gå vidare till något nytt. Detta gör faktiskt att algoritmerna motverkar sitt syfte, ofta så stänger jag av mobilen istället för att vara kvar.”*

Man, 59 år



*”Att de läser mig som en öppen bok och matar mig med sånt jag gillar. Jag tycker på ett sätt att det är bra, för jag får relevant och roligt innehåll. Slipper se sånt jag inte vill se som våld och elände.”*

Kvinna, 62 år

Detta är en fråga som väckt stort engagemang. Dessa exempel på tankar om algoritmer finns med i ett större urval i rapporten [Svenskarna och internet 2026](#) på webben, fördelade inom följande kategorier.

- Tankar om att algoritmer gör att man bara får mer av samma
- Tankar om hur algoritmer övervakar och avlyssnar oss
- Tankar om att algoritmer manipulerar och ”förslavar” oss
- Tankar om att algoritmer vill tjäna pengar på oss
- Tankar om hur algoritmerna testar oss
- Tankar om att algoritmer går att träna och lära upp
- Tankar om att algoritmerna speglar vår identitet
- Tankar om att algoritmer är bra för oss!

## Algoritmer och scrollande

### - Hur många vet inte vad algoritmer är eller hur de fungerar?

#### Mer än var tionde svensk vet inte vad algoritmer är eller hur de fungerar

Fråga: När du skrollar på mobilen, brukar du tänka på vilka algoritmer som kan styra innehållet i ditt flöde? Svar: Nej, känner inte till vad algoritmer är/fungerar

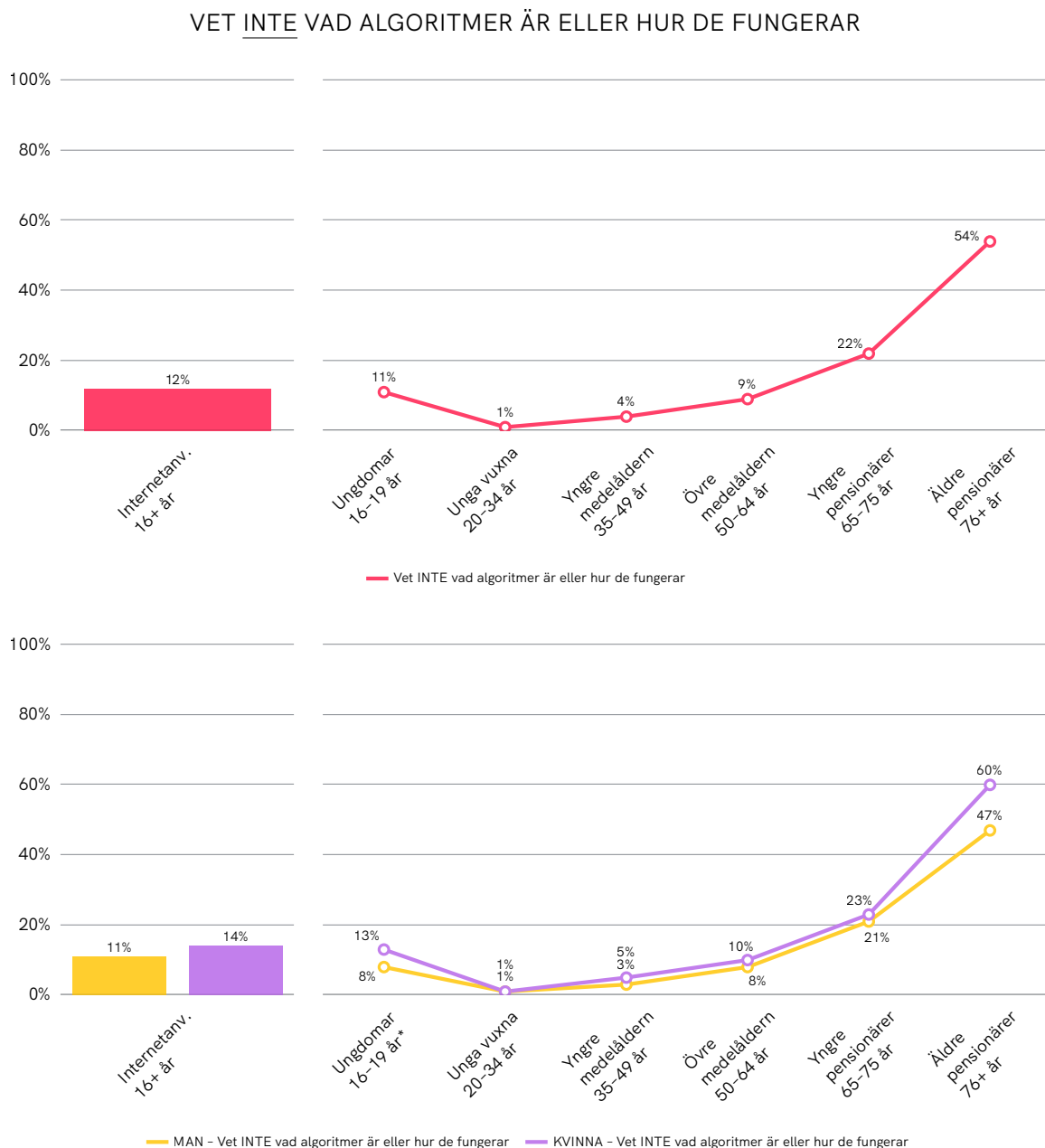


Diagram 4.10a-b, Bas: Internetanvändare 16+ år, År 2026 (Studie 1) \*) Låg bas vilket ger högre felmarginaler. För exakt frågeformulering och svarsalternativ, se frågeformulär.

### Hur många vet inte vad algoritmer är eller hur de fungerar?

- Drygt var tionde svensk uppger att de saknar kunskap om vad algoritmer är eller hur de fungerar.
- Kunskapen om algoritmer är som lägst bland pensionärer (36%).\*
- Mer än var femte av de yngre pensionärerna och mer än hälften av de äldsta pensionärerna över 75 år har ingen kännedom om vad algoritmer är eller hur de fungerar. Det är fler kvinnor än män bland de äldsta som saknar denna kunskap.
- Runt var tionde bland ungdomar 16–19 år och övre medelåldern 50–64 år har ingen kunskap eller kännedom om algoritmer, vilket är i linje med befolkningen i stort.
- Något fler kvinnor än män uppger att de saknar kunskap om algoritmer.

### Lästips! Vad är en algoritm och hur fungerar de?

En algoritm är en uppsättning regler som används för att hantera stora mängder information eller data. De används till exempel för att avgöra vad som ska visas i våra flöden på sociala medier eller vilka resultat vi får upp i en sökmotor. Du kan läsa mer om vad algoritmer är och hur de fungerar på [internetkunskap.se – Algoritmer](https://internetkunskap.se/Algoritmer).

## Digital detox – att ta en paus från det digitala livet

### – Hur många svenskar har tagit en digital detox?

#### Varannan kvinna i åldern 20–34 år har tagit en digital detox

Fråga: Har du någon gång testat att ta en digital detox, alltså att ta en paus från digitala enheter eller digitalt innehåll?

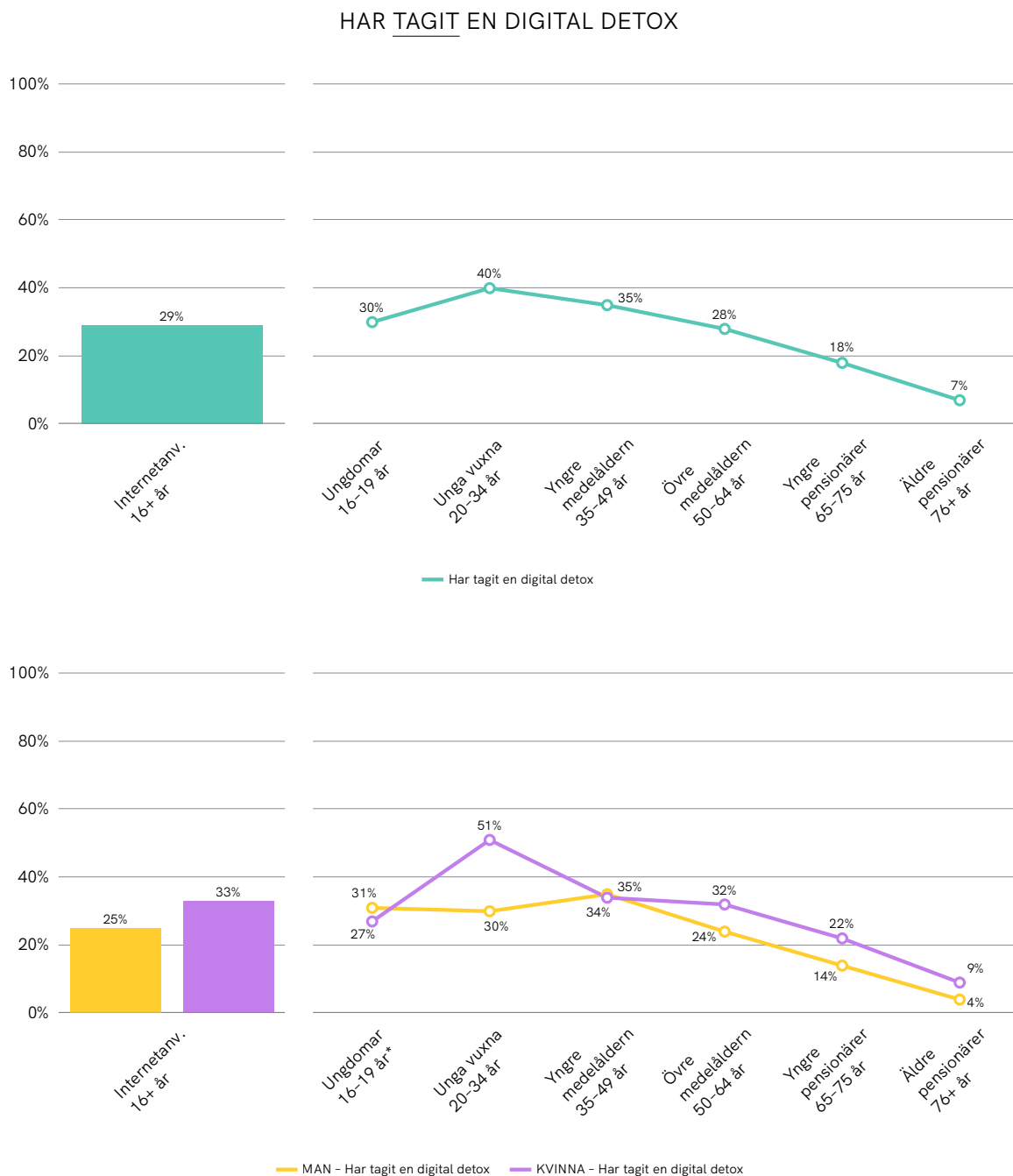


Diagram 4.11a–b, Bas: Internetanvändare 16+ år, År 2026 (Studie 1) \*) Låg bas vilket ger högre felmarginaler. För exakt frågeformulering och svarsalternativ, se frågeformulär.

### Hur många har tagit en digital detox?

- 3 av 10 svenskar har tagit en digital detox, alltså en paus från digitala enheter eller digitalt innehåll.
- Fler kvinnor än män har tagit en digital detox. Var tredje kvinna och var fjärde man har tagit en paus från det digitala vid något tillfälle.
- Några som har gjort en digital detox mer än alla andra är unga kvinnor i åldern 20–34 år. Drygt hälften av kvinnorna i denna åldersgrupp har någon gång tagit en digital paus, jämfört med inte ens var tredje bland de jämnåriga männen.
- 3 av 10 ungdomar i åldern 16–19 år har tagit en digital detox, alltså varken fler eller färre än befolkningen i stort.

### Vad är en digital detox?

En digital detox innebär att man medvetet tar en paus från digitala enheter som mobiltelefoner, datorer eller från sociala medier för att minska stress och öka närvaron i livet utanför internet. Målet är ofta att bryta mönster av slöscrollande och att återta kontrollen över sin tid och uppmärksamhet. Läs gärna mer på [internetkunskap.se](https://internetkunskap.se) – *Digital detox*.

## Var femte skulle vilja ta en digital detox men har inte gjort det än

Fråga: Har du någon gång testat att ta en digital detox, alltså att ta en paus från digitala enheter eller digitalt innehåll?

### SKULLE VILJA GÖRA EN DIGITAL DETOX MEN HAR INTE GJORT DET ÄN

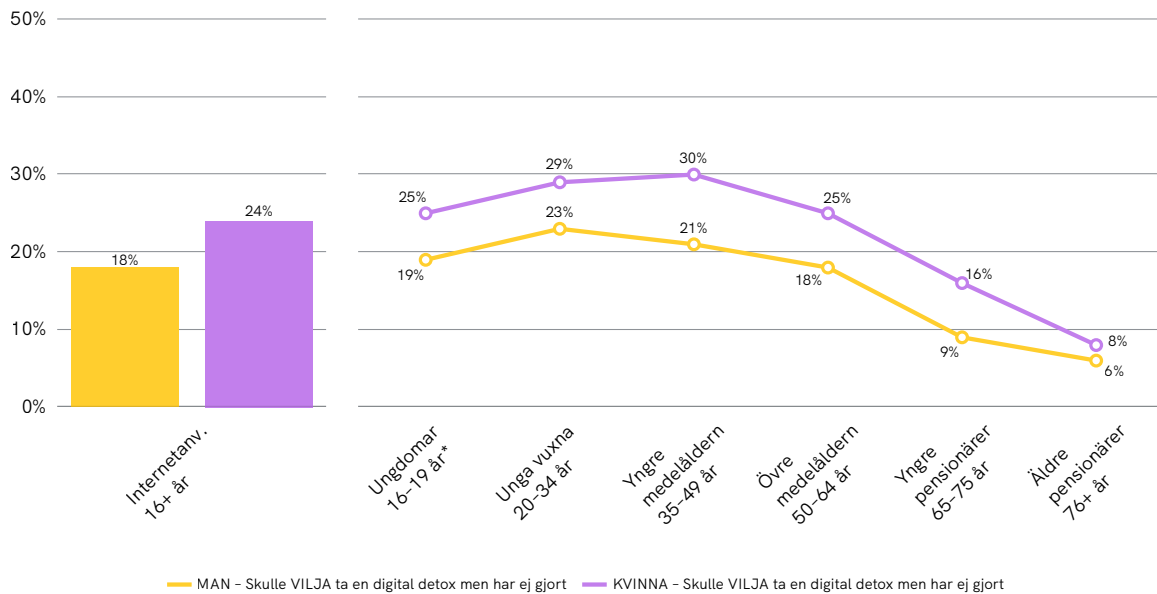


Diagram 4.12a, Bas: Internetanvändare 16+ år, År 2026 (Studie 1) \*) Låg bas vilket ger högre felmarginaler. För exakt frågeformulering och svarsalternativ, se frågeformulär. Obs! Skala 50%

Fråga: Berätta gärna av vilka anledningar du skulle vilja göra en digital detox.

### ANLEDNINGAR TILL ATT VILJA GÖRA EN DIGITAL DETOX



Diagram 4.12b, Bas: Har INTE gjort digital detox men skulle vilja 16+ år, År 2026 (Studie 1)

### Vilka skulle vilja ta en digital detox men har inte gjort det än?

- Var femte svensk kan tänka sig att ta en digital detox men har inte gjort det än.\*
- Fler kvinnor än män kan tänka sig att göra en digital detox. Det gäller oavsett ålder.
- De som i allra högst grad kan tänka sig att göra en digital detox är kvinnor i åldern 20–49 år.
- Tonåringar 16–19 år är inte mer intresserade av att göra en digital detox än befolkningen i stort.
- Pensionärer är de som minst av alla vill göra en digital detox.

### Av vilka anledningar vill svenskarna ta en digital detox?

En femtedel av svenskarna som är 16 år eller äldre kan tänka sig att ta en digital detox. Vi har frågat dem om drivkrafterna till att vilja avstå från att vara digitalt tillgängliga och använda digitala verktyg under en period. De har fått svara i fritext.

Anledningarna till att vilja ta en digital detox tangerar i flera fall varför man mår sämre av passivt scrollande. Läs gärna mer om detta i avsnittet [Mår svenskarna bättre eller sämre av att slöscrolla?](#)

En stor andel svarar att de skulle vilja ta en digital detox för att använda sin tid på ett bättre sätt. Att ägna sig åt mer givande och meningsfulla aktiviteter. Exempelvis att umgås mer med nära och kära, läsa böcker, träna eller "skapa något kreativt".

Många tror också att en digital detox skulle kunna förbättra deras mentala hälsa. Att det skulle påverka deras "hjärnor och signalsubstanser" positivt, liksom deras sömn. De tror även att de skulle bli mindre stressade och mer fokuserade av att vara mer i "det verkliga nuet".

En annan stor drivkraft till att vilja ta en digital detox är att man ogillar sociala medier. Det kan vara allt från att slippa känna pressen att "hänga med", jämföra sig med andra, ta del av destruktivt innehåll till att känna vanmakt och ilska över nåthet.

En hel del, framför allt män, kan också tänka sig att ta en digital detox som ett experiment. De tycker att det vore intressant att testa hur länge de skulle kunna sätta det digitala på paus och hur mycket tid de skulle vinna. Vidare vill de testa om en digital detox skulle kunna förbättra deras sömn, kreativitet, initiativförmåga, koncentration eller mående i stort.

Föräldrar berättar också att de skulle vilja ta en paus från det digitala för att vara förebilder för sina barn. Eller göra en digital detox tillsammans med sina barn för att uppleva de positiva effekterna tillsammans med dem. Några över 50 år uttrycker också en längtan tillbaka till tiden "före livet blev digitalt". De skulle vilja ta en digital detox för att få återuppleva detta.

*"Back to basic innan scrollandet blev en livsstil. När man umgicks med varandra i samma rum, läste böcker som avkoppling, gick naturpromenader för att rensa huvudet, kunde alla telefonnummer utantill, hittade utan karta och fick använda sin hjärna för att tänka ut egna lösningar. Tänk om en digital detox kunde ta mig tillbaka dit!"*

Kvinna, 61 år

Nu ska vi ta del av fler svar om drivkrafterna bakom att vilja ta en digital detox.

**Varför vill ungdomar 16–19 år ta en paus från det digitala?**

*”Tror att det skulle påverka mig väldigt proaktivt både min fysiska och psykiska hälsa. Fysiska hälsa eftersom om jag inte skulle hålla på med mobilen så mycket så skulle jag kanske kunna spendera min tid med att göra andra aktiviteter t.ex. träna eller en sport eller bara röra mig mer. Psykiska hälsa eftersom jag tror att min mobil och sociala medier bidrar till mycket stress och ångest i min vardag.”*  
Flicka, 16 år

*”För att vara mer i nuet. Jag gillar inte egentligen sociala medier, det finns sådan hög press på saker och ting så skulle nog gärna ta en paus från det.”*  
Flicka, 17 år

*”Jag vill kunna fokusera på det som gör mig glad och inte onödiga shorts eller reels. Jag vill göra något med mitt liv.”*  
Flicka, 18 år

*”En digital detox skulle ge mig mer tid att ägna mig åt mer givande saker. Som en kreativ person skulle en digital detox öka mitt skapande.”*  
Pojke, 18 år

*”Jag skulle vilja komma bort från sociala medier så mycket som möjligt. Känner att jag inte genomför något produktivt när jag sitter framför skärmar för mycket. Hade varit bra att vända mig till andra hobbies samt att träffa vänner på riktigt snarare än att prata med dem över internet, samt att värna om mina öron för att inte göra min tinnitus värre.”*  
Pojke, 18 år

**Varför vill unga vuxna 20–34 år ta en paus från det digitala?**

*”Främst för att få mitt attentionspan att öka, och för att slippa se hur kvinnor porträtteras i sociala medier.”*  
Kvinna, 22 år

*”Mer fokus på livet, kan lägga tid på att läsa böcker eller tidningar. Mindre fokus på andra and mer fokus på mig.”*  
Kvinna, 27 år

*”Hade varit kul att se hur lång tid det tar innan man blir sugen på att ta upp telefonen.”*  
Man, 29 år

*”Intressant att uppleva en vardag utanför sociala medier och se hur jag skulle reagera och må. För att se om det kostar mer än det smakar att använda sociala medier.”*  
Kvinna, 29 år

*”Skulle vara skönt att slippa alla sociala medier ett tag. Blir lätt påverkad av det som skrivs i kommentarsfältet, blir förbannad över hatet och mobbingen där.”*  
Kvinna, 33 år



*"Det är ofta ett slöseri med tid, vore intressant att se tidsvinsten."*

Man, 34 år

### **Varför vill de i yngre medelåldern 35–49 år ta en paus från det digitala?**

*"Lägga min tid och energi på mina barn och de när jag verkligen bryr mig om istället för på min telefon. Vara en förebild för mina barn i mobilanvändning och lära dem de kreativa vinsterna i att "ha tråkigt"."*

Kvinna, 36 år

*"För att få ett klarare sinne och kunna fokusera bättre på annat. Tror det skulle påverka min hjärna positivt i att bli mer lugn och kreativ."*

Kvinna, 36 år

*"För att låta hjärnan vila. Skulle vilja testa hur man kan vänja sig vid att ha lite tråkigt och se vad det gör med ens mående, inte hela tiden söka stimulering via telefonen."*

Kvinna, 39 år

*"Tror att det skulle vara nyttigt helt enkelt. Vi är inte byggda för all den information vi utsätts för idag, så den medför en slags stress och dåliga signalsubstanser till hjärnan som vi kunde klara oss utan. Det skulle nog kunna förbättra sömnen exempelvis som ju är en av grundpelarna för att må bra. Barnen påverkas också. Jag behöver vara en bättre förebild."*

Man, 45 år

*"Vore värdefullt att testa och se om jag plötsligt skulle få kreativitet till annat. Jag skulle även vilja se mina barn göra detta."*

Man, 48 år

### **Varför vill personer 50 år eller äldre ta en paus från det digitala?**

*"Prova om det skulle göra att jag sover bättre och att jag får enklare att slappna av."*

Man, 54 år

*"Slippa deppa över att världen går åt helvete. Sluta nyhetsknarka i flödena på sociala medier som kanske bara är AI-genererat dravel."*

Kvinna, 58 år

*"För att uppleva livet direkt. Känner gemenskap när jag träffar mina vänner och ser deras liv i verkligheten, som att jag är mer delaktig."*

Kvinna, 61 år

*"Att det till viss del är fördummande, man läser bara rubriker utan att fördjupa sig, det är en riktig tidstjuv, gillar inte beroendet."*

Kvinna, 69 år

*"Må bättre, bli piggare. Göra mer meningsfulla intressen. För att reparera den utsatta hjärnan. Det är den värdefullaste och mest ömtåliga kroppsdel vi har."*

Man, 86 år

## Digital detox – att ta en paus från det digitala livet

### – På vilka sätt tar svenskarna en digital detox?

#### Vanligast att ta en digital detox genom att sluta med sociala medier

Fråga: Har du någon gång testat att ta en digital detox, alltså att ta en paus från digitala enheter eller digitalt innehåll, på något av följande sätt?

OLIKA SÄTT ATT TA EN DIGITAL DETOX

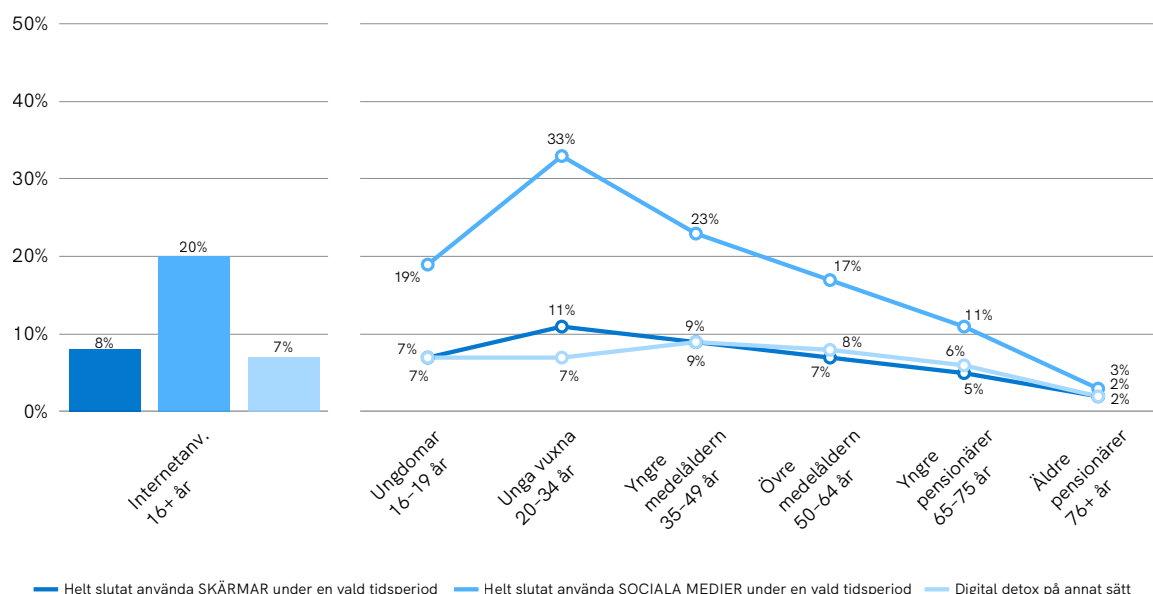


Diagram 4.13a, Bas: Internetanvändare 16+ år, År 2026 (Studie 1)

För exakt frågeformulering och svarsalternativ, se frågeformulär. Obs! Skala 50%

#### På vilka sätt har svenskarna tagit en digital detox?

Det vanligaste sättet att ta en digital detox är att sluta använda alla eller vissa sociala medier under en tidsperiod. Det har var femte svensk gjort. Läs mer om digital detox från sociala medier under [diagram 4.13b](#).

Knappt var tionde har slutat att använda skärmar under en vald tidsperiod. Ungefär hälften av dem svarar att de slutat att använda alla sina skärmar och hälften att de slutat att använda sin mobil.\*

Mer än var tjugonde – 7 procent – svarar att de istället för att helt sluta med skärmar eller sociala medier har tagit en digital detox på ett annat sätt. De har i fritext fått berätta på vilka andra sätt de detoxar digitalt.

Några berättar om att den digitala detoxen skett i samband med ett **miljöombyte**, oftast automatiskt då de exempelvis inte haft tillgång till wifi eller inte varit tillåtna att använda digitala enheter. Det kan till exempel ha varit under konfirmation, lumpen, kurser, tältning i skogen eller vid olika resmål, allt från "semester i obygd" till "tysta retreat".

De allra flesta berättar dock om att de detoxat digitalt genom att medvetet **begränsa sin skärmtid** på olika sätt. Deras svar ska vi få ta del av här.

## På vilka sätt begränsar svenskarna sin skärmtid för att uppnå en digital detox?

### Sätter tidlös på appar

*”Använder en app som låser sociala medier appar på telefonen så det endast går att använda under en viss tid som jag satt till kort. Så kan inte slöskrolla.”*  
Man, 31 år

*”Jag sätter en begränsning på min mobil där appar stängs ner när man uppnått en viss tid. På så sätt minimerat sociala medier och appar.”*  
Kvinna, 32 år

### Begränsar innehåll i appar

*”Det finns en variant av instagram-appen, som man kan ladda ner från webbläsaren, som möjliggör att man kan stänga av sitt flöde och stories men ändå ha kvar typ meddelande-funktionen. Det fungerar bra för mig eftersom jag fortfarande vill ha kvar möjligheten att få memes från mina vänner.”*  
Kvinna, 26 år

*”Instagram: stängt av föreslagna inlägg, stängt av videos i kortformat, aktiverat notifikation efter 1h daglig användning samt ”gömt” appen på en mindre tillgänglig plats på telefonen så den inte är så lätt att slö-öppna. Även stängt av innehåll och funktioner i Youtube.”*  
Kvinna, 48 år

### Inaktiverar notiser i mobil och smartklocka

*”Om det finns något jag rekommenderar till folk som vill komma bort från sociala medier lite, men inte vill sluta helt, är det att inte ha notiser. Det är så himla skönt att inte få massa notiser från sociala medier. Sen jag gjorde det har jag i perioder haft under 1h skärmtid om dagen till skillnad mot när jag var inne på sociala medier varje dag, öppnade apparna så fort jag fick en notis. Då kunde jag ha 8-10h skärmtid om dagen.”*  
Kvinna, 22 år

*”Hade tidigare så jag fick alla notiser på min klocka, men nu har jag tagit bort alla och har endast kvar så man ser om det ringer någon. Också tagit bort notiser i mobilen, blir då inte ”lurad” att titta o fastna i slötittande. Sätter alltid på flygläge när jag sover.”*  
Kvinna, 37 år

### Avinstallerar appar på mobil – tittar på dator

*”Satt begränsningar på hur jag får använda teknik. Det är svårt med en komplett detox när man använder t.ex. dator i arbete eller studier, men att begränsa hur man får använda datorn och hur länge har varit ett sätt. Primärt för mig har digital detox varit centrerat kring mobiltelefonen och hur man använder den. Där har jag tagit bort appar, så att man inte slentrian ska falla in*

*att dumsurfa. Kan dock logga in på tjänsterna på datorn när så behövs (t.ex. inbjudningar på fb)."*

Man, 37 år

*"Plockat bort alla spel, facebook, instagram och alla sociala medier från min telefon, har bara Facebook på datorn. Kollar numera bara Facebook och Linkedin en gång om dagen på datorn. Skärmtid har gått från 10 timmar till 10 minuter per dag."*

Man, 66 år

### **Sätter på flygplansläge eller stänger av wifi**

*"Detoxandet sker i socialt samkväm. När jag umgås med vänner stänger jag av wifi och ljud på mobilen och har den i jackfickan på hängare. Tittar inte på den förrän vi skilts åt."*

Man, 29 år

*"Om jag befunnit mig ute i naturen.. Då sätter jag mobilen på flygplansläge men stänger inte av helt för jag använder ofta kameran på mobiltelefonen. Det ger mig sköna detoxar!"*

Man, 50 år

### **Lägger undan eller lämnar mobil hemma**

*"Jag och mina kompisar har tillsammans valt att inte använda våra telefoner eller annan uppkoppling under skoldagar och då vi är tillsammans."*

Kvinna, 17 år

*"Lämnat mobilen hemma eller aktivt lagt undan den. Haft en tävling om vem som har lägst skärmtid. Min bror och sambo var med och vi fick olika poäng beroende på placering. Lustfylld grej att begränsa skärmtiden med."*

Kvinna, 44 år

*"Jag lägger medvetet ifrån mig telefonen för att läsa. Har gett mig själv telefonförbud i sovrummet och försöker låta luren ligga någonstans i hemmet och inte alltid bära den på mig."*

Kvinna, 45 år

*"Detoxar varje dag! Tar inte med mig digitala enheter in i sängkammaren, ut på promenader, restauranger osv."*

Kvinna, 63 år

*"Genom att lägga mobilen inne när jag är ute i stallet och odlingarna, under dagarna. När jag t.ex åker tunnelbana eller väntar hos läkaren avstår jag ifrån att ta fram telefonen och tittar ut genom fönstret eller småpratar med en medmänniska."*

Kvinna, 70 år

## De två sociala medier som flest tar en digital detox från är Facebook och Instagram

Fråga: Har du någon gång testat att ta en digital detox, alltså att ta en paus från digitala enheter eller digitalt innehåll, på något av följande sätt?

### HAR TAGIT DIGITAL DETOX FRÅN SOCIALA MEDIER

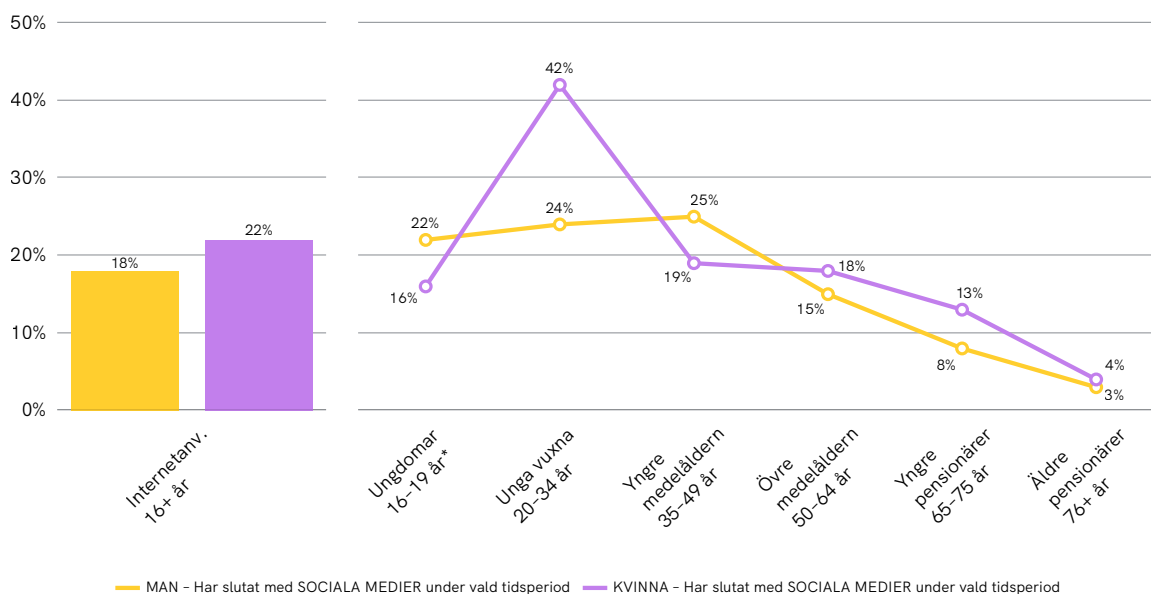


Diagram 4.13b, Bas: Internetanvändare 16+ år, År 2026 (Studie 1) \*) Låg bas vilket ger högre felmarginaler. För att del av svarsalternativen i sin helhet, se frågeformulär. Obs! Skala 50%

Fråga: Vilka sociala medier är det du har slutat att använda under din digitala detox?

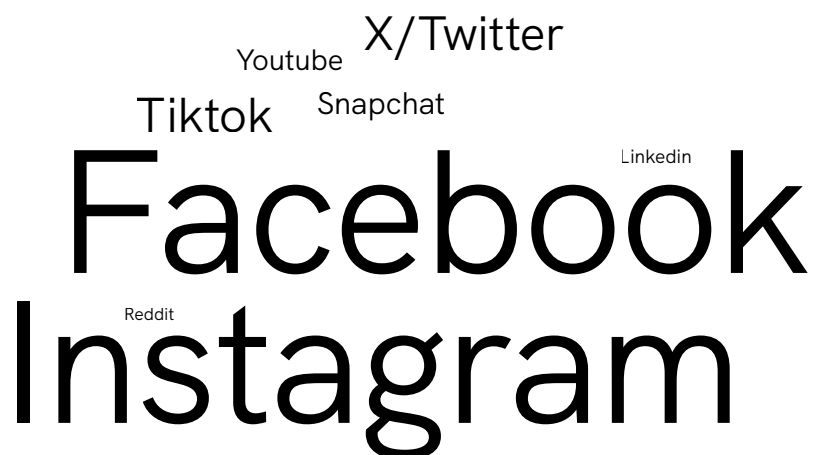


Diagram 4.13c, Bas: Har gjort digital detox på VISSA sociala medier, År 2026 (Studie 1)

### Vilka har tagit en digital detox från sociala medier?

- 2 av 10 svenskar har tagit en digital detox genom att sluta med sociala medier (se *diagram 4.13a*). Hälften av dem har slutat använda alla sociala medier under en vald tidsperiod.\*
- Det är fler kvinnor än män som har valt att pausa sociala medier som en digital detox.
- Kvinnor i åldern 20–34 år (42%) har tagit en digital detox från sociala medier i högre grad än alla andra. Både jämfört med jämnåriga män (24%) och övriga åldersgrupper i befolkningen.
- Bland tonåringar 16–19 år och de i yngre medelåldern 35–49 år är det i runda slängar var femte som har tagit en digital detox från sociala medier, ungefär som befolkningen i stort. Däremot är det fler män än kvinnor i yngre medelåldern som detoxat från sociala medier. Det tenderar även vara fler tonårspojkar än tonårsflickor som detoxat från sociala medier, men skillnaden ligger inom felmarginalen.

### Vilka sociala medier har svenskarna tagit en digital detox från?

Vi har frågat de svenskar som svarat att de tagit en digital detox från vissa sociala medier om vilka tjänster de valt att ta en paus ifrån. De har fått svara i fritext och den rungande majoriteten svarar två plattformar, i princip i lika hög grad. Det är Facebook och Instagram, varav båda tjänsterna ägs av bolaget Meta.

Vilka tjänster man avstår från är såklart kopplat till användning. Både Facebook och Instagram tillhör de topp tre största sociala medieplattformarna tillsammans med Youtube (se kapitel 3 – *Sociala medier: Vilka sociala medier och kommunikationsappar använder svenskarna?*). Youtube är det dock avsevärt färre som väljer att avstå ifrån. Det är till och med något fler svenskar som svarar att de avstår från X/Twitter och Tiktok än Youtube.

Samma mönster kopplat till vilka som brukar använda tjänsterna ser vi när vi tittar på olika åldrar. Fler ungdomar och unga vuxna under 34 år detoxar från Tiktok och fler över 35 år från Facebook. Även om Instagram används av fler i yngre generationer omnämns det dock ungefär likvärdigt i alla åldrar.

### Svenskar om vilka sociala medier de väljer att ta en digital detox från:

*”Sen november tog jag bort allt med shortform content. Alltså TikTok o Insta. Först satte jag tidsinställd varning på Insta men nu avinstallerat båda helt.”*  
Man, 19 år

*”Instagram och tiktok, de två appar som jag lättast fastnar i, pga reels-funktion såklart...”*  
Kvinna, 23 år

*”Både Facebook och instagram. Facebook var självreglerande då det är så mycket skräp i flödet att jag tappat intresset. Instagram har jag satt ett tidslås på efter 10 min och måste be en närstående som kan koden att skriva in den om jag skulle vilja ha lite mer tid en dag. För youtube har jag avaktiverat ”för dig” sidan så jag aktivt måste söka efter det jag vill se och inte kan slökolla på föreslagna videor.”*  
Kvinna, 24 år

*"Inaktiverade min Facebook vilket lyckades bryta beroendet. Men är tyvärr tillbaka nu. Snapchat fungerade det för då jag tog bort appen helt. Så har inte rört SC på några år nu. Tyvärr fortfarande fast i Instagram och Youtube."*  
Man, 31 år

*"Jag tog bort Instagram för ett antal år sedan, bästa beslutet i mitt liv. Då slapp jag känna avund för vad andra gör och istället glädjas med dem när de berättar vad de har gjort."*  
Man, 37 år

*"Facebook och Instagram under några månader. Tyvärr inte hållbart då jag förlorade en massa viktig information (insamlingar till lärare, evenemang ...)."*  
Man, 38 år

*"Metas sociala medier som Facebook och Instagram. Deras algoritm har varit mest skadlig enligt mig. YouTubes algoritm är lättare att styra. Tror jag."*  
Annat, 50 år

*"Facebook, instagram, dåvarande twitter. Jag har slutat helt med dem pga att det göder mitt inre mörker."*  
Man, 58 år

*"Slutat med X o insta. Minimerar användning av FB, finns dock gruppinfo jag behöver."*  
Kvinna, 74 år

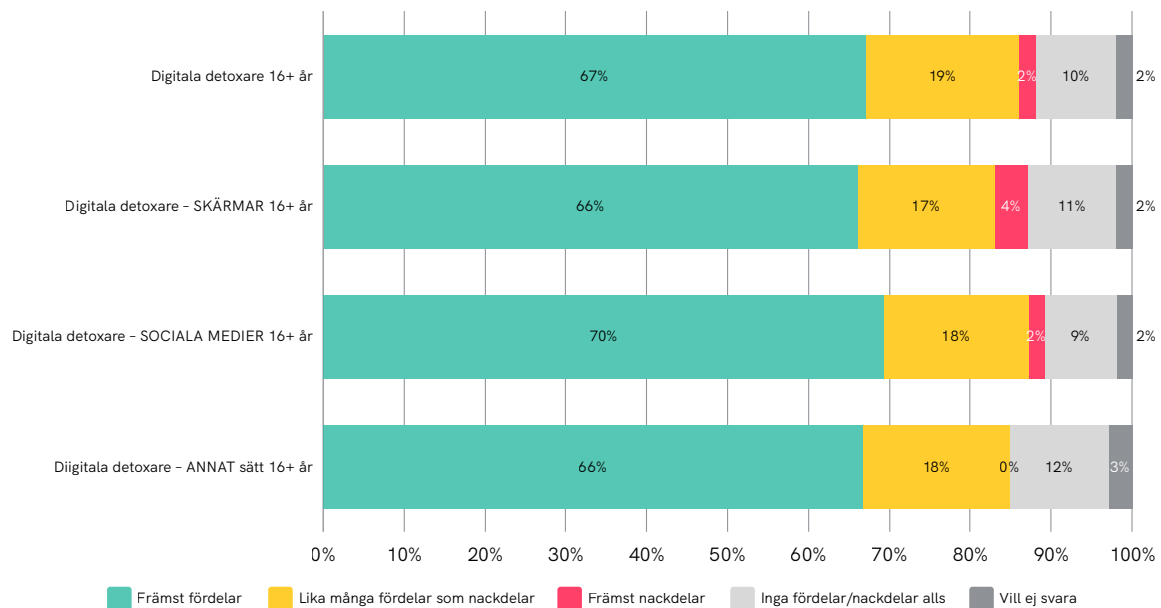
*"Använder inte X, Instagram längre. Deras materiel är tidvis frånstötande värderingsmässigt och gör mig trött i huvudet."*  
Man, 85 år

## Digital detox – att ta en paus från det digitala livet

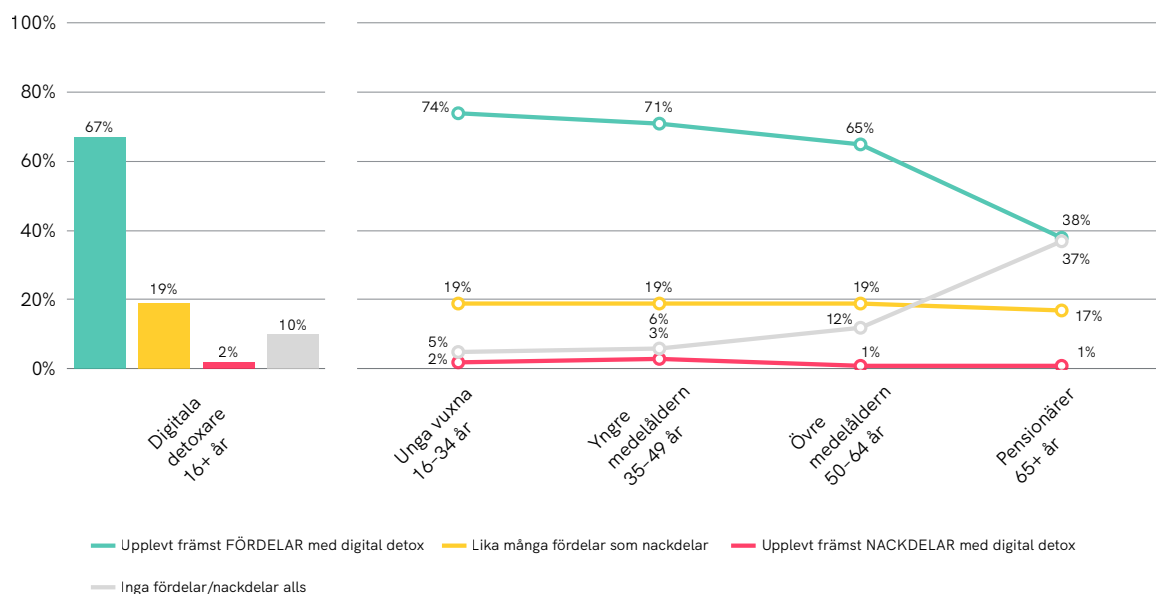
### – Upplevda fördelar och nackdelar med digital detox?

#### De flesta upplever främst fördelar med att ta en digital detox

Fråga: Upplevde du främst FÖRDELAR eller främst NACKDELAR med att ta en digital detox?



#### DIGITALA DETOXARE 16+ ÅR





## DIGITALA DETOXARE 16+ ÅR: UPPLEVT FRÄMST FÖRDELAR MED DIGITAL DETOX

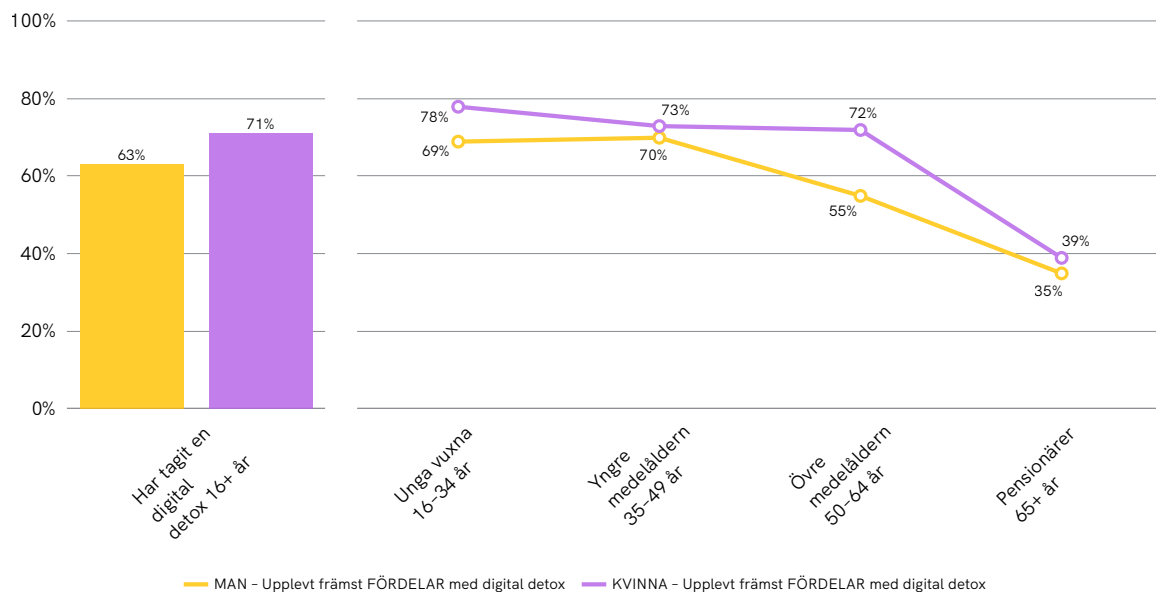


Diagram 4.14a-c, Bas: Digitala detoxare - Har tagit en digital detox 16+ år, År 2026 (Studie 1)

**Hur upplevdes det att ta en digital detox för de som testat?**

Majoriteten - 2 av 3 - som tagit en digital detox upplevde främst fördelar. Ytterst få, endast 2 procent, upplevde främst nackdelar. En femtedel upplevde fördelar och nackdelar i lika hög grad och en tiondel varken något positivt eller negativt. Bland de som inte upplevde någon effekt alls av sin digitala detox är män överrepresenterade och framför allt män i övre medelåldern (17%), jämfört med jämnåriga kvinnor (9%).\*

**Vilka upplevde fördelar med att ta en digital detox?**

- De allra flesta upplevde fördelar med sin digitala detox. Uppemot 9 av 10 upplevde någon fördel och uppemot 7 av 10 erfor främst fördelar.
- Oavsett om man genomfört en digital detox genom att sluta med skärmar, sociala medier eller på något annat sätt så upplevde man i majoritet fördelar. De som slutat med sociala medier upplevde dock fördelar i något högre grad än de andra.
- Både kvinnor och män är övervägande positiva till sin digitala detox men något fler kvinnor än män upplevde främst fördelar.
- Yngre upplevde i större utsträckning än äldre fördelar med att ta en digital paus. Nära 8 av 10 kvinnor under 35 år upplevde fördelar med sin digitala detox.

**Vilka upplevde nackdelar med att ta en digital detox?**

- Var femte som tagit en digital detox upplevde någon nackdel men endast 2 procent hade främst negativa erfarenheter.
- Oavsett om man genomfört en digital detox genom att sluta med skärmar, sociala medier eller på något annat sätt så upplevde ytterst få främst nackdelar. De som slutat med skärmar upplevde dock främst nackdelar i något högre grad än de andra.

- Det är likvärdigt mellan hur många män och kvinnor i olika åldrar som upplevde nackdelar med sin digitala detox.\*

## “Min hjärna mår bättre men jag har tråkigare ibland”

Fråga: Berätta gärna vilka fördelar respektive nackdelar du upplevde med en digital detox.

### UPPLEVDA FÖRDELAR MED DIGITAL DETOX



### UPPLEVDA NACKDELAR MED DIGITAL DETOX

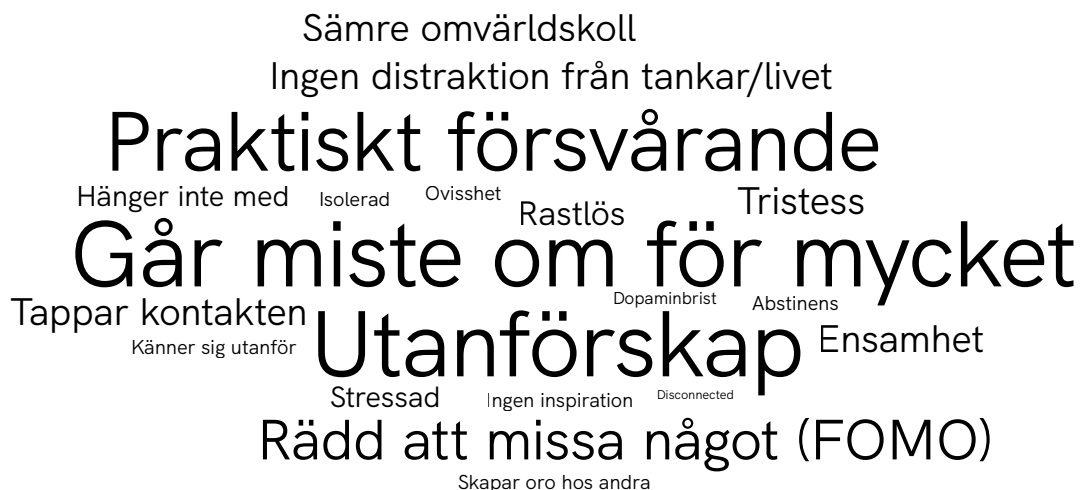


Diagram 4.15a-b, Bas: Har gjort digital detox 16+ år, År 2026 (Studie 1)  
För exakt frågeformulering, se frågeformulär.

## Vilka är de upplevda fördelarna och nackdelarna med en digital detox?

Majoriteten av de som tagit en digital detox upplevde fördelar med den. Faktum är att det är mer än fyra gånger fler som upplevt fördelar än nackdelar med en digital detox (se *diagram 4.14a-b*). Här har vi låtit dessa personer berätta i fritext vilka fördelar och nackdelar de erfarit.

Vill man fördjupa sig ytterligare i varför att man väljer, eller inte väljer att avstå från det digitala finns det flera delar i detta kapitel som berör det. Svaren hänger delvis samman med varför man mår dåligt av passivt slöscrollande, vilka drivkrafter som finns att vilja ta en digital detox och varför man inte är intresserad av en digital paus.

Läs gärna mer under avsnitten:

- Mår svenskarna bättre eller sämre av att slöscrolla?
- Hur många svenskar har tagit en digital detox?
- Vilka lockas (inte) av digital detox?

### Upplevda fördelar med digital detox

De allra flesta svarar att den största positiva effekten av att ta en digital detox är att de får mer tid till annat. Att tiden "plötsligt räcker till", att de känner sig mer produktiva och får mer uträttat.

En annan stor fördel som många uppger är att de mår bättre mentalt. De berättar att de bland annat känner mindre stress, ångest, irritation och ilska. Flera berättar också att en digital detox ger "stora kognitiva vinster". De upplever en förbättrad koncentrationsförmåga, ökat fokus, mer kreativitet och bättre sömn. Rastlösheten minskar också och de beskriver att de både känner sig lugnare och piggare. Som om de får mer energi tack vare att de kan koppla av.

Den digital detoxen ger dem också en känsla av att vara mer i nuet och mer tid för reflektion. Det leder i sin tur till mer tålamod och en större medvetenhet kring det egna beteendet. Många känner sig också mer närvarande och sociala när de får tid att umgås "på riktigt".

Några upplever också "mindre FOMO", alltså rädsla för att missa något, när de inte "konstant utsätts för triggers" och påminns om vad andra gör. Någon beskriver det som att "FOMO ersätts av JOMO" (glädje att missa/slipa något). Genom att vara mer i nuet minskar känslan att något annat vore bättre.

En digital detox kan också leda till en annan nyhetskonsumtion. En hel del upplever att det ger dem en "mer korrekt världsbild", genom att ta del av "seriösa nyheter" istället för "vinklade flöden" där mycket kan vara AI-genererat.

### Upplevda nackdelar med digital detox

Enligt de kritiska är en av de största negativa effekterna med en digital detox att de känner ett utanförskap – att det sociala livet begränsas. De berättar att de tappar kontakten med andra, känner en ensamhet, känner sig bortglömda och isolerade. Ännu en negativ konsekvens är att det kan skapa oro hos andra när de inte är nåbara digitalt.

En annan nackdel med digital detox som de flesta av dem tar upp är en känsla av att gå miste om för mycket, ofta kopplat till en rädsla att missa något (FOMO). Det handlar i många fall om vad vänner och familj gör, men även vad som händer i

”kändisvärlden”, vad som trendar och nyheter om världsläget i stort. Denna sämre omvärldskoll ger många en ”gnagande känsla av ovisshet”.

Digital detox innebär också utmaningar i vardagen. Flera beskriver att det är svårt praktiskt, exempelvis när det gäller att kommunicera ”via appar och grupper” eller att ha tillgång till information eller e-tjänster.

En hel del berättar också att de känner tristess, brist på inspiration, ökad rastlöshet och en känsla av abstinens. De menar att de ”känner av dopaminbristen” och att de saknar sin avkoppling och distraktion från ”jobbiga tankar och känslor”, vilket kan vara stressande.

### **Skiljer sig fördelarna och nackdelarna åt beroende på om man tagit en digital detox från skärmar eller sociala medier?**

Överlag är det stor samstämmighet mellan vilka fördelar och nackdelar med en digital detox man ser, oavsett om man tagit den från skärmar, sociala medier eller på något annat sätt. De små skillnader som framträder i svaren är logiska. En digital detox från skärmar ger oftare praktiska hinder, såsom svårigheter att vara utan Bank-id och andra e-tjänster. Liksom att de som tagit en digital detox från sociala medier något oftare nämner fördelen med att slippa påverkas av sociala jämförelser i plattformarnas flöden.

### **Det som är en fördel för vissa är en nackdel för andra**

Uppfattningen om vad som är en fördel eller nackdel med en digital detox går isär. I många fall handlar det om samma sak – men beskrivs antingen som något positivt eller negativt, beroende på person och situation.

Ett tydligt exempel är FOMO (rädsla att missa något). Vissa beskriver att en digital detox minskar känslan av att behöva hänga med i allt och ger ett större lugn. Andra upplever istället att de missar saker, vilket kan skapa stress eller oro.

Den sociala aspekten visar samma mönster. En del känner att de blir mer sociala när de inte är online. Andra känner sig snarare utanför och mer ensamma när de inte är lika uppkopplade som andra.

Även när det gäller nyheter går upplevelserna isär. Vissa upplever att de får en mer balanserad bild av världen när de vid en digital detox använder mer traditionella medier och slipper ett konstant flöde av ”ofta vinklade news”. Andra tycker att de får sämre koll ”av enbart gammelmmedia” och saknar möjligheten att snabbt ta del av flera perspektiv och vara källkritiska.

### **Digital detox i olika åldersgrupper**

De upplevda fördelarna med en digital detox är ungefär desamma oavsett ålder, även om de uttrycks på lite olika sätt. När det gäller nackdelar finns det däremot vissa skillnader mellan åldersgrupper.

Ungdomar och pensionärer beskriver oftare att en digital detox kan innebära en risk att hamna utanför socialt. Personer mitt i livet lyfter istället mer ofta praktiska utmaningar, som att få ihop vardagsliv och arbete utan att vara digitala.

Fördelade på ålder, ska vi nu ta del av exempel på svenskarnas egna svar på vad de tycker har varit fördelar och nackdelar för dem med att ta en digital detox.

### Vilka är de upplevda fördelarna och nackdelarna med en digital detox enligt ungdomar 16–19 år?



*"Gladare. Spenderade mer tid på andra grejer. Kände ett inre lugn. Mindre FOMO, mer JOMO."*

Pojke, 16 år

*"Jag får tid att tänka över intryck jag fått. Och ser andra utifrån mer vilket får mig att inse att de är superberoende."*

Pojke, 17 år

*"Dåliga måendet blev bättre och jag lärde känna mina vänner bättre."*

Flicka, 17 år

*"Mindre bortslösad tid vilket ledde till mindre stress och mer tid för att göra saker jag gillar. Mådde bättre och hade mer tid till plugget."*

Flicka, 19 år



*"Man förlorar kontakt med omvärlden och får inget dopamin. Missade massa saker som mina kompisar skrev."*

Pojke, 16 år

*"Jag känner mig väldigt rastlös och nästan lite stressad som om att jag borde göra något men inte vet vad. Och ensam då alla andra var "online".*

Flicka, 16 år

*"Inte kunna "zone out"/ inte behöva tänka en liten stund. Inte kunna inte se vad mina vänner lägger upp eller vad kändisar jag gillar lägger upp."*

Pojke, 17 år

*"Kan vara svårt att hitta roliga saker i livet. Blir mer tristess och tomhet. Blir lite efter bland vad som var populärt, danser och så. Sen gillar jag använda TikTok för inspiration använder ibland Tiktok som Google."*

Flicka, 19 år

### Vilka är de upplevda fördelarna och nackdelarna med en digital detox enligt unga vuxna 20–34 år?



*"Mycket av stressen och stigman runt sociala medier släppte. Jag slipper se vad alla andra håller på med i sina liv och slipper då bli påverkad av det. Mer kopplad till verkligheten, mindre ångest och bättre självkänsla."*

Kvinna, 22 år

*"Då jag var mer uttråkad spenderade jag mer tid på aktiviteter som jag vanligtvis skjuter upp. t.ex blev det lättare att köra tvätt och städa. Mindre craving att använda tiktok. Mår bättre i huvudet på nåt sätt."*  
Kvinna, 23 år

*"Mer tid till vänner. Mer tid till att vara utomhus. Mer tid till träning. Bättre sömn. Bättre fokus! Kunde fokusera på saker jag vet att jag är intresserad av istället för saker som matas till mig. Kunde fokusera på vänner. Upplevde en skön enkelhet i vardagslivet. Mer närvarande."*  
Man, 28 år

*"Känner mig lugnare när jag inte har utsatts för andra människors starkaste känslor i ett ändlöst flöde av ilska/sorg/uppgivenhet. Har gjort mer meningsfulla saker med min tid/pendling, t.ex. läsa eller sticka. Tog en digital detox för min ångest och slippa se personer/material som förstärkte den."*  
Kvinna, 31 år



*"Asså sämre mående till en början, eftersom det att inte slökolla för att undvika och fly från verkligheten är obekvämt i början. Man mår ju sämre när man inte längre dövar sig, men det är ju så med alla typer av beroende såklart, typ abstinens fast med sociala medier och skärmar."*  
Kvinna, 23 år

*"FOMO, svårare att naturligt hänga med i omvärlden. Jag kände att jag saknade viss inspiration och content som jag tyckte var roligt och givande. Blev mycket svårare att kontakta kompisar."*  
Kvinna, 24 år

*"Sämre koll och svårt att hitta info. Praktiska saker som blev svåra - betala/identifiera med bankID tex. Krångligt att styra upp saker och tråkigare."*  
Man, 30 år

*"Leder till att man tänker mycket mera och för mig är det dåligt då jag ofta hamnar i negativa tankegångar. Ibland kunde man känna sig lite utanför men det tvingade en också att kontakta vänner på ett annat sätt."*  
Kvinna, 34 år

#### **Vilka är de upplevda fördelarna och nackdelarna med en digital detox enligt de i yngre medelåldern 35-49 år?**



*"Efter en period av avvänjning upplevde jag att kreativiteten kom tillbaka, jag hade mer tid för eftertanke, blev mer handlingskraftig i vardagen allmänt."*  
Kvinna, 37 år

*"Jag gör kortare detox ganska ofta. Älskar att umgås IRL med vänner. Älskar även känslan av att telefonen inte "äger" mig. Skönt kunna acceptera FOMO-känslan, den dödar inte."*

Kvinna, 42 år

*"Jag gör nåt vettigt istället, upplever att jag snabbare blir klar med mina måsten och har tid till roligheter. Huvudet fungerar bättre, är lugnare. Orkar läsa utan att bli rastlös. Mindre rastlös generellt."*

Man, 48 år

*"Jag blev gladare, mindre deprimerad. Jag fick tid till annat och slapp reta mig på idioter i världen. Jag kände mer tilltro till mig själv och mer hopp kring världsläget. Jag kände mer mental och emotionell ork."*

Kvinna, 49 år



*"Folk blev oroliga för mig för att jag "inte syntes längre" Jag glömde av att höra av mig till människor Jag missade inbjudningar till fester och barnkalas. Jag missade viktiga nyheter. Folk glömde bort att jag finns."*

Kvinna, 42 år

*"Blev duktigt urtråkad ibland. Missade räkningar. Missade vad andra pratade om. Missade nyheter. Klädde mig fel för att jag inte kunde kolla vädret."*

Man, 42 år

*"Det gjorde att skolan mina barn går i inte kunde informera mig som vårdnadshavare. Mycket klagomål från skolläring/lärarna."*

Kvinna, 47 år

*"Kunde inte betala räkningar. Kunde inte utföra mitt arbete som bilmekaniker då jag måste använda en dator för att diagnostisera felsymtom."*

Man, 49 år

### Vilka är de upplevda fördelarna och nackdelarna med en digital detox enligt de som är 50 år eller äldre?



*"Jag mådde bättre och sov bättre, fick en skarpare hjärna. Sparade både tid och pengar. Kändes "som förr", fick åka till stan och handla i fysiska affärer. Väldigt trevligt!"*

Kvinna, 50 år

*"Det ger utrymme för fritt tankeflöde som låter huvudet få "andas"."*

Kvinna, 61 år

*"Mer tid och liv. Mer känsla av att vara levande och verklig. Lyckligare."*

Man, 66 år



*"Ögonen mår bättre, liksom själen. Tiden för egna tankar ökar. Vill inte känna mig som ett bihang till dator och mobil. Vill inte känna mig som ett ID-nummer. Vill leva i den fysiska världen, inte i AI-världen."*  
Kvinna, 71 år



*"Missade födelsedagar. Missade uppdateringar om saker som händer i närheten, tex bussen inställd, kommande evenemang. Tappade kontakten med vissa vänner och vissa föreningar som använder sociala medier som kontaktväg. Saknade även kontakten med närmaste släkten, vad som händer i deras vardag."*  
Kvinna, 54 år

*"Försökt lämna mobilen hemma men samhället idag tillåter inte det. Utan mobil går det ex inte att parkera utan att få böter. Finns inga alternativa sätt att betala. Det är digital diskriminering som det borde lagstiftas mot."*  
Man, 67 år

*"Att jag blir lite avskärmad från framförallt barnbarn som är små och det händer mycket i deras liv. Man blir mer isolerad."*  
Kvinna, 70 år

# Digital detox – att ta en paus från det digitala livet

## – Vilka lockas (inte) av digital detox?

### Digital detox intresserar halva befolkningen

Fråga: Har du någon gång testat att ta en digital detox, alltså att ta en paus från digitala enheter eller digitalt innehåll?

#### HAR ELLER VILL TA EN DIGITAL DETOX

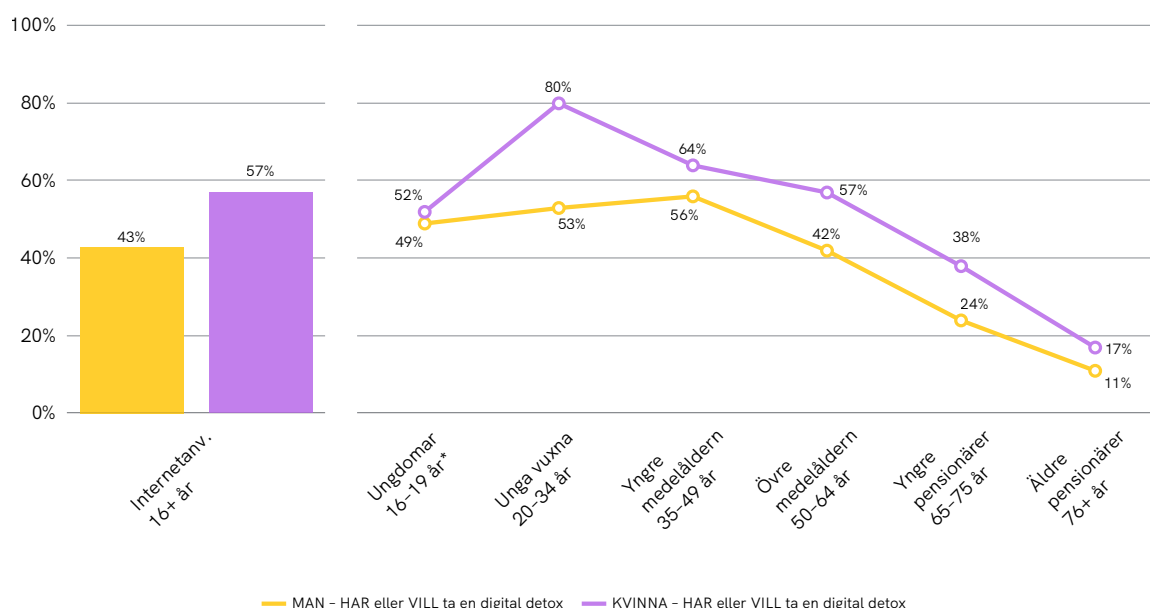
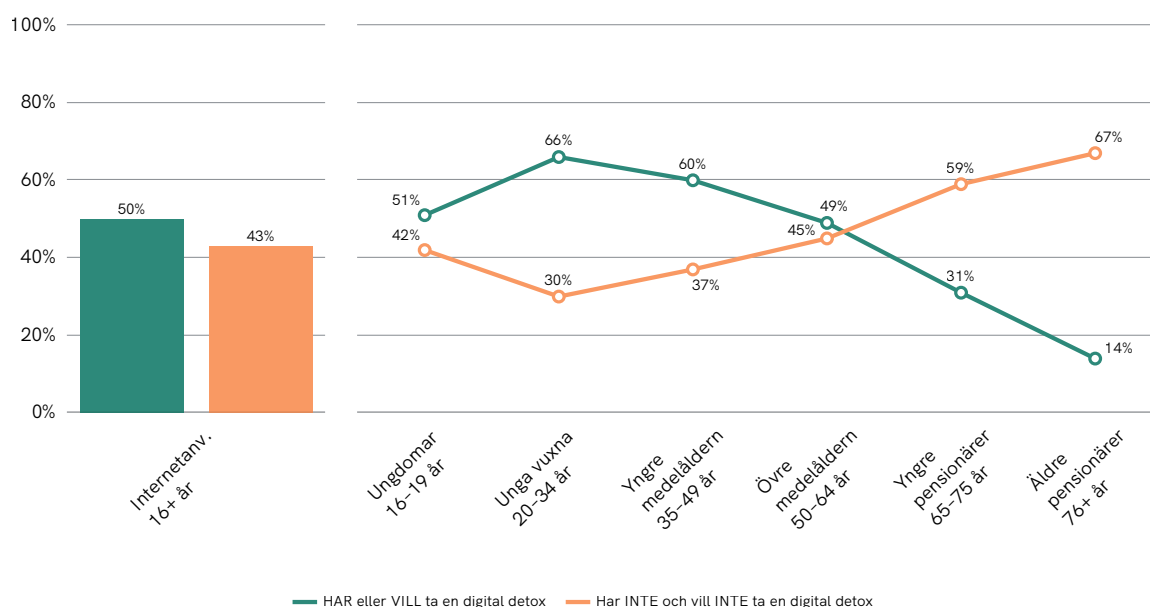


Diagram 4.16a-b, Bas: Internetanvändare 16+ år, År 2026 (Studie 1) \*) Låg bas vilket ger högre felmarginaler. För exakt frågeformulering och svarsalternativ, se frågeformulär.

**Hur många svenskar är intresserade av digital detox?**

- Varannan svensk har intresse för digital detox. I alla fall svarar hälften att de antingen har gjort eller skulle kunna tänka sig att göra en digital detox.
- Digital detox intresserar framför allt den yngre halvan av befolkningen, alltså de som är under 50 år.
- Betydligt fler kvinnor än män har intresse för digital detox.
- Intresset är som allra högst bland unga kvinnor i åldern 20–34 år. 8 av 10 kvinnor i denna ålder har antingen tagit eller vill ta en digital detox, jämfört med drygt 5 av 10 av de jämnåriga männen.
- Ungdomar 16–19 år har ett lika stort intresse för digital detox som befolkningen i stort.

**Vilka lockas inte av att göra en digital detox?**

- Fler än 4 av 10 lockas inte av att göra en digital detox.
- Det är fler män (49%) än kvinnor (38%) som känner motstånd till att ta en paus från det digitala.\*
- Intresset för digital detox är som lägst bland pensionärer, framför allt hos män över 65 år.\*
- Bland ungdomar i åldern 16–19 år är ointresset likvärdigt mellan tonårsflickor och tonårspojkar och på samma nivå som befolkningen i sin helhet.\*

## “Min mobil är mitt sällskap under ensamma dagar”

Fråga: Berätta gärna av vilka anledningar du inte skulle vilja göra en digital detox.

ANLEDNINGAR TILL ATT INTE VILJA TA EN DIGITAL DETOX

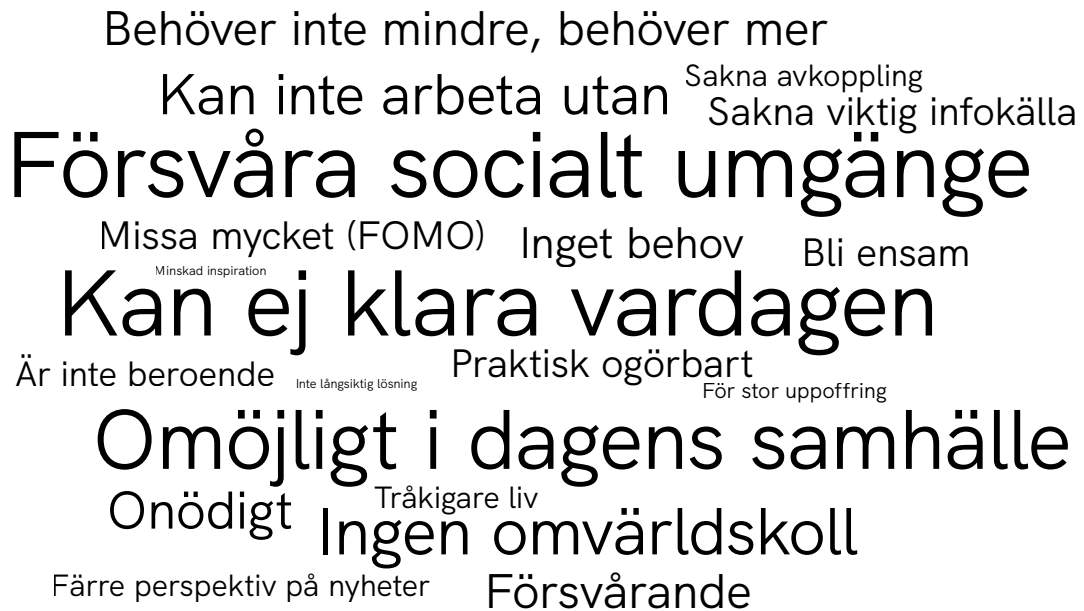


Diagram 4.17, Bas: Har INTE gjort digital detox och skulle INTE vilja, År 2026 (Studie 1)

### Varför vill svenskar inte ta en paus från det digitala livet?

Fler än 4 av 10 svenskar vill inte ta en digital detox, varken från skärmar, sociala medier eller på något annat sätt.\* Här låter vi dessa personer i fritext berätta varför de inte vill ta en paus från sina digitala liv.

Ett av de främsta skälen till att inte vilja ta en digital detox är för att det är “omöjligt i dagens samhälle”. Oavsett ålder beskrivs det digitala som något man inte enkelt kan välja bort och något man har svårt att klara vardagen utan. Man är beroende av digitala enheter för att till exempel utföra bankärenden, kontakta myndigheter, åka kollektivt och ta del av viktig samhällsinformation.

Ungdomar berättar också att de måste ha koll på sina skolscheman digitalt och yrkesverksamma att deras arbete är direkt beroende av digitala verktyg. Det förekommer att pensionärer beskriver det digitala som en “nödvändig länk till omvärlden”.

Många svarar också att en digital detox skulle försvåra deras sociala umgänge. Särskilt viktigt blir det digitala för att umgås med personer som bor långt bort eller till och med utomlands. Vissa menar också att de skulle känna sig ensamma utan digitala kontaktmöjligheter.

Sociala medier beskrivs som viktiga för det sociala livet. För unga handlar det om att kunna “hänga med kompisar”, “ha koll på vänner” och även lära känna nya människor. Pensionärer, särskilt de äldsta, menar att sociala medier och digitala tjänster ibland är enda kontaktvägen för dem med familj och vänner.

De digitala kanalerna är inte bara viktiga för att hålla koll på vänner utan även för att veta vad som pågår lokalt och i världen i stort. Många menar att de skulle känna FOMO och missa för mycket om de avstod från det digitala livet. Yngre kan till och med beskriva det som om de är rädda för att "missa allt".

En stor andel anser också att digitala kanaler är viktiga för att få tillgång till nyheter. Antingen som ett komplement till traditionella medier eller för att kunna jämföra nyhetskällor och vara källkritisk. Överlag betraktas det digitala som en "fantastisk informationskälla". Några berättar att de läser e-böcker vilket de inte vill avstå från.

Många använder också de digitala verktygen för att koppla av, bli roade, "skingra tankarna" eller få hjälp att somna. Något de helst inte vill vara utan, speciellt inte i en pressad vardag, som bland annat småbarnsföräldrar vittnar om.

En hel del anser också att en digital detox är onödig eller helt meningslös. Att det digitala är en naturlig del av livet och att de inte känner att deras användande på något sätt är problematiskt. De tycker att det vore "desperat" att avstå helt och att en digital detox bara är för de som har "dålig självkontroll". Någon jämför den digitala detoxen med en tillfällig diet som inte leder till långsiktig förändring.

De internetanvändande pensionärerna är de som minst av alla skulle vilja ta en digital detox. Flera pensionärer menar att de till och med skulle vilja använda digitala verktyg mer, inte mindre.

Nu ska vi ta del av exempel på svenskarnas egna röster om varför de inte vill ta en paus från det digitala livet fördelade på ålder.

#### **Varför vill ungdomar 16–19 år inte ta en paus från det digitala?**

*"Tror inte det hade hjälpt. Hade fått mer panik av det."*

Flicka, 16 år

*"Då missar man ju allting nästan!"*

Pojke, 17 år

*"Älskar min telefon! Måste också ha den för att klara mig. Tex köpa buss biljett till skolan och för att kunna se mitt schema i skolan."*

Flicka, 17 år

*"För har inget annat att göra och hjälper mig somna med bakgrundsljud."*

Flicka, 18 år

*"Jag har själv aldrig upplevt att mina skärmvanor påverkar mig på ett så pass negativt sätt att det går ut över mitt liv i allmänhet, och vänner och familj har heller aldrig tagit upp det på ett allvarligt sätt. Jag känner främst att sociala medier har en positiv inverkan på mitt liv då jag kan kommunicera med människor jag inte kan träffa i verkliga livet."*

Man, 18 år

#### **Varför vill unga vuxna 20–34 år inte ta en paus från det digitala?**

*"För att det många gånger är en social mötesplats och för att jag behöver digitala verktyg i mina studier. Jag litar också på att jag själv har och kan ta ansvar över mina skärmvanor och har disciplin."*

Man, 22 år

*"Känns inte som det behövs. Livet suger som det är, låt mig slöskrolla ifred."*  
Man, 25 år

*"Inte möjligt i min arbetsroll: vill inte känna mig ouppdaterad kring vad som händer i världen eller i mina vänners liv. Det känns som en sista desperat "lösning" för personer som inte har så bra självkontroll typ."*  
Kvinna, 26 år

*"Tror inte på absolutistiska lösningar och får ut mycket nöje, utbyte och inspiration från sociala medier. Jag vill hellre gå stegvis mot ett hälsosammare förhållningssätt. Progressivism o inte revolution. :)"*  
Kvinna, 28 år

*"I mitt liv som hemmamamma med tre barn känns det inte görbart. Behöver skärmen då och då på dagtid för att till exempel kolla upp öppettider och Kartor, och på kvällen när barnen lagt sig behöver jag scrolla för att varva ner och koppla av efter en intensiv dag."*  
Kvinna, 32 år

### **Varför vill de i yngre medelåldern 35–49 år inte ta en paus från det digitala?**

*"Jag tycker att vi som medborgare har en skyldighet att vara informerade om vad som händer i världen så att vi kan fatta lämpliga beslut i våra liv. Internet ger mig möjligheten att jämföra nyhetskällor för att undvika vinklade nyheter. Om jag skulle genomföra en digital detox så skulle jag behöva få mina nyheter från exempelvis tidningar eller TV, där jag har mindre kontroll över vilken vinkling som finns."*  
Man, 35 år

*"Jag tycker om att använda skärmar, jag använder det på jobbet, för att hålla kontakt med vänner och familj samt för att slappna av. Jag skulle sakna dessa saker för mycket utan skärm."*  
Man, 38 år

*"Internet är en fantastisk informationskälla om man bara letar på rätt ställe och den vill jag inte förlora. Normala människor gör medvetna beteendeförändringar som minskar deras digitala konsumtion. En detox är lika effektivt som en diet. Så fort den är över dras du tillbaka."*  
Man, 42 år

*"Ser ingen mening med det. Digitalt är en del av vår världsbild. Det är en naturlig del av samhället och det handlar mer om att hitta bra förhållningssätt."*  
Kvinna, 44 år

*"Njuter av det digitala och inspireras av det. Det är mitt enda "sällskap"."*  
Man, 45 år

**Varför vill de i övre medelåldern 50–64 år inte ta en paus från det digitala?**

*“Använder det inte så mycket för underhållning utan mer för praktiska saker, bankärenden, myndighetskontakter, föreningsliv. Läser även böcker via e-tjänster. Det vill jag inte sluta med.”*

Kvinna, 51 år

*“Mitt jobb är helt beroende av mitt användande av skärm och även mycket av mina fritidsaktiviteter. Det skulle göra mig mer stressad att bli helt skärmfri. Dock skulle en beteendeförändring eventuellt vara bra.”*

Man, 55 år

*“Jag använder mobilen i mitt arbete i brf och kontakt med vänner både i Sverige och utomlands vilket jag inte vill ha paus ifrån. Det digitala är dels ett bra komplement till livet i allmänhet, dels ett effektivt sätt att distrahera sig från det allmänna livet.”*

Man, 56 år

*“Det är den enda källa som kan ge en balans av positiva nyheter. Traditionella nyheter är bara bråk, olyckor, katastrofer och krig.”*

Kvinna, 56 år

*“Jag använder internet och sociala medier på ett sansat sätt och har en medvetenhet kring hur jag betar mig. Jag arbetar även med det i min yrkesroll, kopplat till marknadsföring.”*

Kvinna, 63 år

**Varför vill yngre pensionärer 65–74 år inte ta en paus från det digitala?**

*“Anser att min användning av sociala medier är mer positiv än negativ. Ett bra sätt att ha kontakt med vänner och bekanta, började med det under pandemin.”*

Man, 65 år

*“Jag använder mest telefon/surfplatta till att läsa nyheter, följa samhällsdebatten, betala räkningar och hålla kontakt med vänner och familj. Det vill jag göra mer av, inte mindre.”*

Kvinna, 67 år

*“Känner inte att det påverkar mig negativt utan istället gör att jag kan upprätthålla kontakter och ta del av nyheter snabbt. Behöver använda sökfunktionen på min mobil varje dag. Det är en nödvändig länk till omvärlden för oss gamla.”*

Kvinna, 68 år

*“Som pensionär har jag tid och det är inget som tar över mitt vanliga liv. -tycker det har tillfört mig ny kunskap och intressen de senaste åren. Gör affärer i värdepapper varje dag.. Går inte att sluta och vill inte sluta. Livet blir dessutom tråkigare utan!”*

Man, 69 år

*"Känner mej mindre ensam av att vara i kontakt med familj och vänner via spel och meddelanden."*

Kvinna, 70 år

*"Skulle hellre lära mig mer och använda fler tjänster. Jag är pensionär o har jag tid över så kan jag sitta timme efter timme utan att skämmas. ;)"*

Man, 73 år

### **Varför vill äldre pensionärer 75+ år inte ta en paus från det digitala?**

*"De sociala media jag använder ger mej information och nyheter som vanliga "gammelmedia" inte förmedlar."*

Man, 79 år

*"Jag vill hålla kontakt med mina vänner via facebook, messenger och whatsapp. Annars har jag inte "några" att prata med."*

Kvinna, 81 år

*"Min viktigaste möjlighet att hålla kontakt med mina barnbarn, som är bosatta utomlands och på annan kontinent. Enda möjligheten att kontrollera och sköta min ekonomi."*

Kvinna, 87 år

*"Är för gammal Vill hålla koll så länge jag lever."*

Kvinna, 90 år

*"Behöver en snabb förbindelse med yttervärlden. Skulle gärna använda det digitala mer istället för att pausa ifrån det."*

Man, 92 år



# Kapitel 5: Mobilt vett och etikett





# De flesta sover med mobilen i sovrummet

**Många svenskar känner sig nedprioriterade när andra tittar på sin mobil, avundsjuka på den tid som partnern lägger på den och använder mobilen för att mota bort ensamhetskänslor. Mobilen bor i sovrummet om natten och ibland till och med i sängen.**

## Innehåll

- 321 Kort sammanfattning [↗](#)
- 325 Mobilen på restaurangen [↗](#)
- 333 Mobilen i sovrummet [↗](#)
- 337 Mobilen som sällskap eller rival [↗](#)
- 343 Mobil olydnad [↗](#)

I det här kapitlet tittar vi närmare på vad svenskarna har för åsikter kring vett och etikett med sina mobiltelefoner. Vi tar reda hur vanligt förekommande två så kallade etikettsbrott är – att på restaurang med vänner ha mobilen framme på bordet, samt att ha ljudet påslaget. Sedan beger vi oss in i svenskarnas sovrum för att undersöka hur många som sover med mobilen i samma rum. Något som forskningen inte alltid anser "vettigt".

Vi har också frågat om man använder mobilen för att mota bort känslor av ensamhet och om man känner sig nedprioriterad om någon annan tittar på mobilen när man umgås. De som befinner sig i en relation får också berätta om de är avundsjuka på den tid som partnern lägger på sin mobil, istället för på dem.

Sist men inte minst har vi ett avsnitt som vi med glimten i ögat kallar "mobil olydnad". I det får svenskarna med egna ord beskriva vilket de tycker är det värsta etikettsbrottet som någon kan begå med sin mobil.

## Yngre har mobilen framme och äldre har ljudet på

Att ha ljudet påslaget, eller mobilen framme på bordet vid restaurangbesök kan betraktas som ett etikettsbrott. Alla kanske inte håller med om det och kanske framförallt inte om att ha ljudet påslaget. Bland svenskarna är det i alla fall var femte som uppger att de har ljudet påslaget och var tionde att de har mobilen framme på bordet när de är på restaurang med vänner. Det är alltså dubbelt så många svenskar som har ljudet på än som låter mobilen ligga framme.

Synen på vad som är ett etikettsbrott kanske även är olika beroende på ålder. Det skiljer sig i alla fall åt mellan hur yngre och äldre hanterar sin mobil i detta sociala sammanhang. Fler yngre lägger mobilen på bordet, men har den på ljudlöst. Fler äldre har istället mer ofta mobilen undanstoppad i en väska eller ficka, men med ljudet påslaget.

### **Endast var sjunde svensk sover med mobiltelefonen i ett annat rum**

Forskning pekar på att det finns hälsofördelar med att inte ha mobilen i samma rum som man sover i. Ändå sover hela 84 procent av svenskarna med sin mobiltelefon i sovrummet. Denna (o)vana är mer utbredd i den yngre halvan av befolkningen. Nästan alla under 50 år – hela 95 procent – har mobilen i sovrummet om natten.

Vissa har inte bara mobilen i sovrummet utan till och med i sängen när de ska sova. Detta gäller framför allt ungdomar och särskilt tonårsflickor. Endast var sjunde svensk har mobilen i ett annat rum än sovrummet när de sover, men här utmärker sig männen över 75 år. Nära hälften av dessa äldre män har mobilen i ett annat rum om natten.

### **Unga motar bort ensamhetskänslor med mobilen**

För vissa kan mobilen också fungera som sällskap. Nästan 4 av 10 svenskar svarar att de använder mobilen för att mota bort ensamhetskänslor. Bland unga under 35 år är det tre gånger vanligare att använda mobilen för att inte känna sig ensam, jämfört med äldre över 65 år. Detta är också mer vanligt bland kvinnor än bland män och störst är skillnaden bland yngre män och kvinnor.

### **De flesta känner sig nedprioriterade när någon tittar på sin mobil**

Mobilen kan också betraktas som en rival om uppmärksamheten. Majoriteten, 7 av 10, känner sig nedprioriterade när någon som de umgås med tittar på mobilen istället för på dem. Betydligt fler kvinnor än män upplever detta och framför allt unga kvinnor. Mest drabbade är kvinnor i åldern 20–49 år där runt 9 av 10 känner sig nedprioriterade.

### **Yngre mer avundsjuka på den tid som partnern lägger på mobilen**

I ett förhållande kan tiden som läggs på mobilen väcka avund. Bland personer i en relation uppger 3 av 10 att de är avundsjuka på den tid som partnern ägnar åt mobilen istället för åt dem. Nästan dubbelt så många i den yngre halvan av befolkningen känner denna avundsjuka, jämfört med den äldre, alltså födda på 70-talet eller tidigare. Kvinnor under 50 år är mest drabbade av denna avundsjuka – nära hälften uppger att de känner så.

### **Ungdomar sover med mobilen i sängen**

Tonåringar i åldern 16–19 år har mobilvanor som skiljer sig från äldre personers vanor. Det är exempelvis mer vanligt att ungdomarna har mobilen framme på bordet när de är på restaurang med vänner, men de har betydligt mer sällan ljudet påslaget. Nästan alla tonåringar sover också med sin mobil i sovrummet. Det är mer än tre gånger fler tonåringar som till och med sover med den i sängen jämfört med befolkningen i stort. Tonåringar tillhör även de åldersgrupper som i högst grad använder mobilen för att mota bort ensamhetskänslor.

Även om majoriteten av ungdomarna känner sig nedprioriterade när någon de umgås med använder mobilen så särskiljer de sig inte från befolkningen i stort. Till skillnad från äldre, där kvinnorna i många fall sticker ut, så är känslan av att känna sig nedprioriterad likvärdig mellan tonårspojkar och tonårsflickor. Däremot finns det flera skillnader i mobilvanorna mellan pojkar och flickor i tonåren. Tonårsflickorna utmärker sig genom att i högre uträkning än tonårspojkarna ha mobilen på restaurangbordet, att sova med mobilen i sängen och att mota bort ensamhetskänslor med den.

## Unga kvinnor ser mobilen både som ett sällskap och som en rival

Unga kvinnor verkar i högre grad än andra använda sin mobil som ett sällskap, samt se andras mobiler som en rival. Det är i alla fall betydligt fler kvinnor under 35 år som använder sin mobil för att mota bort känslor av ensamhet, jämfört med både jämnåriga män och befolkningen i stort. Likaså är det betydligt vanligare att de känner avundsjuka på den tid deras partner lägger på mobilen istället för på dem. Kvinnor mellan 20–34 år är dessutom de som mest av alla åldersgrupper känner sig nedprioriterade när någon de umgås med tittar på sin mobil istället för på dem.

### Lästips! Unga kvinnor 20–34 år hårt drabbade av det digitala livet

Läs gärna mer om hur unga kvinnor i högre grad än andra mår dåligt av sitt slöscrollande och försöker åtgärda det genom att ta en så kallad digital detox i [\*Kapitel 4: Dumsrollande och digital detox\*](#)

## Singlar motar bort ensamhet med mobilen

Singellivet tycks prägla mobilvanorna. Fler singlar än de som är i en relation har i alla fall mobilen i sovrummet när de ska sova. Det är också mer än dubbelt så många singlar jämfört med par som sover med mobilen i sängen. Kanske kan det hänga samman med att de inte har någon som klagar på detta – eller så kanske singlar känner sig mer ensamma. Betydligt fler singlar än personer i en parrelation använder i varje fall mobilen för att mota bort ensamhet. Singlar verkar också ha mer överseende med att den de umgås med kollar i sin mobil. De känner sig i alla fall inte nedprioriterade i lika hög grad som de i en relation gör.

## Mobila (o)vanor hos föräldrar på restaurangen och i sovrummet

Föräldrar med hemmaboende barn har mobilvanor som skiljer sig något åt mot befolkningen i stort. De har exempelvis mer ofta mobilen framme på bordet när de är på restaurang med sina vänner. Detta är dessutom dubbelt så vanligt bland mammor än bland pappor. De har dock inte ljudet påslaget mer än andra och här skiljer sig inte mammor och pappor åt. Föräldrar sticker däremot ut genom att BÅDE ha mobilen framme OCH ha ljudet påslaget. De sover också oftare än andra med mobilen i sovrummet och fler mammor än pappor har den i sängen.

### “Att avbryta ett samtal öga-mot-öga för sin mobil är oförskämt”

Ett av de värsta vett och etikettsbrotten man kan begå med sin mobil är enligt svenskarna att ägna sig åt sin mobil istället för människorna runt omkring dem. Det handlar om att man antingen blir mentalt frånvarande för att man kollar på sin skärm, eller avbryter ett fysiskt samtal för att ta ett mobilsamtal. Detta gäller allmänt häng med kompisar eller familjen, men är extra känsligt under förtroliga samtal, vid matbordet eller på en dejt. Några som särskilt kritiserats är föräldrar som tittar mer på sin skärm än sitt barn i barnvagnen och personer som ignorerar kassörer eller servicepersonal till förmån för sin mobil.

### “Instängd på bussen tvingas man lyssna på andras mobilblottning”

Ett annat stort etiketsbrott enligt svenskarna är att störa andra med sin mobil. Som att ha ljudet påslaget när man kollar på videoklipp i det offentliga rummet, exempelvis i kollektivtrafiken. Högljutt prat i högtalartelefon med “mobilen som en knäckemacka under näsan” kallas både för “mobilblottning” och “respektlöst pratande”. Att dessutom “glömma” att stänga av ljudet eller scrolla på högtidliga

tillställningar, bio eller vid scenframträdanden beskrivs som hänsynslöst och provocerande.

**“Att filma en olycka istället för att ringa 112 är värre än värst”**

Att fota, filma eller sprida material utan samtycke är ytterligare ett av de värsta etikettsbrotten man kan begå med sin mobil enligt svenskarna. Det kan handla om allt från “fotosadister” som tar medvetet fula bilder, “smygfotare” som tar bilder i hemlighet, till att fota eller filma en olycka eller någon som är i en utsatt situation. Detta beskrivs som både integritetskränkande och omoraliskt.

## Mobilen på restaurangen

### Fler yngre än äldre har mobilen framme på bordet på restaurang med vänner

Fråga: Om du är på restaurang med vänner, brukar du i regel då ha mobilen framme eller undanstoppad?

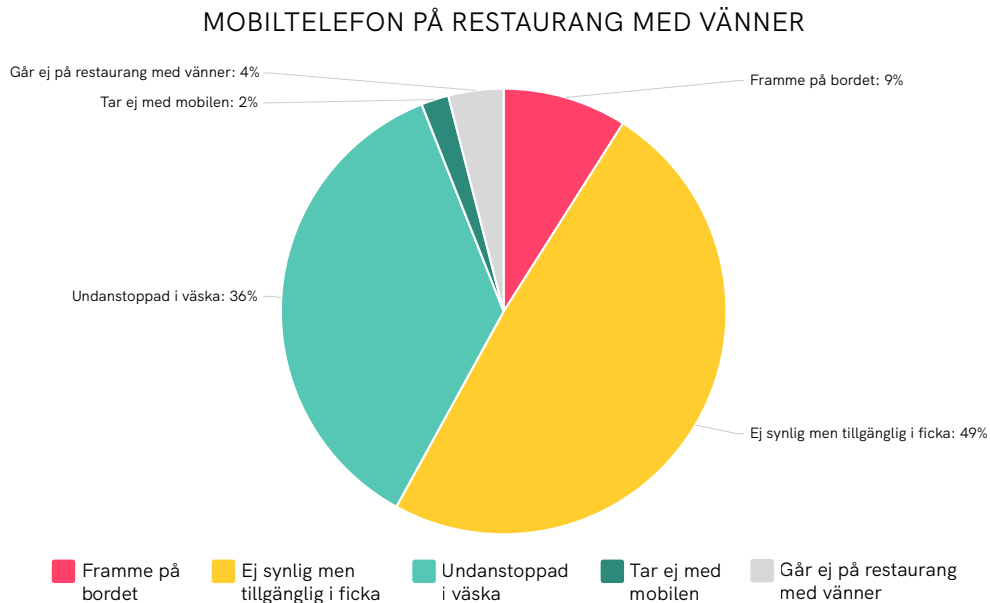
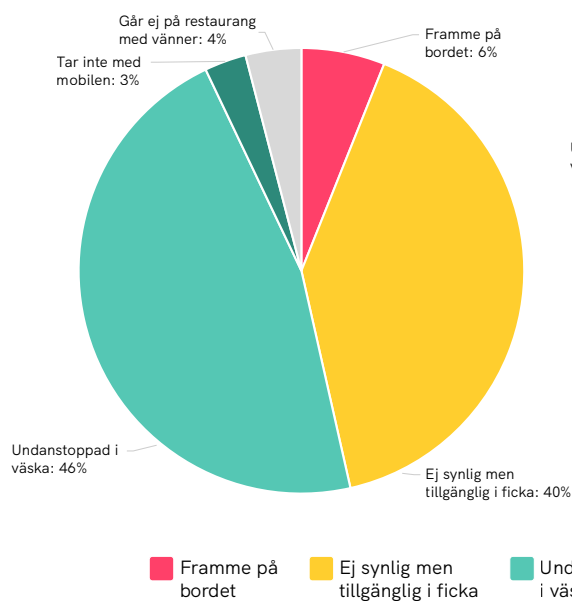


Diagram 5.1a, Bas: Internetanvändare 16+ år, År 2026 (Studie 1)

#### ÄLDRE HALVAN AV BEFOLKNINGEN



#### YNGRE HALVAN AV BEFOLKNINGEN

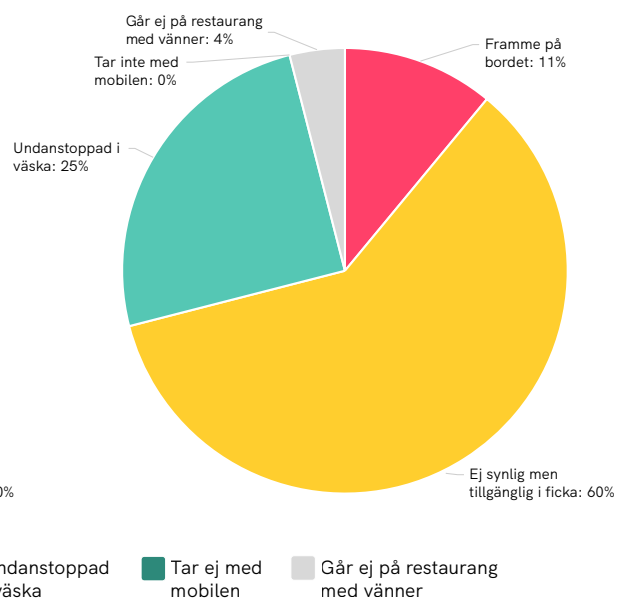


Diagram 5.1b, Bas: Internetanvändare 16+ år, År 2026 (Studie 1) Äldre halvan av befolkningen = Född på 20-70-talet, Yngre halvan av befolkningen = Född på 80-00-talet

## MOBILTELEFON FRAMME PÅ BORDET PÅ RESTAURANG MED VÄNNER

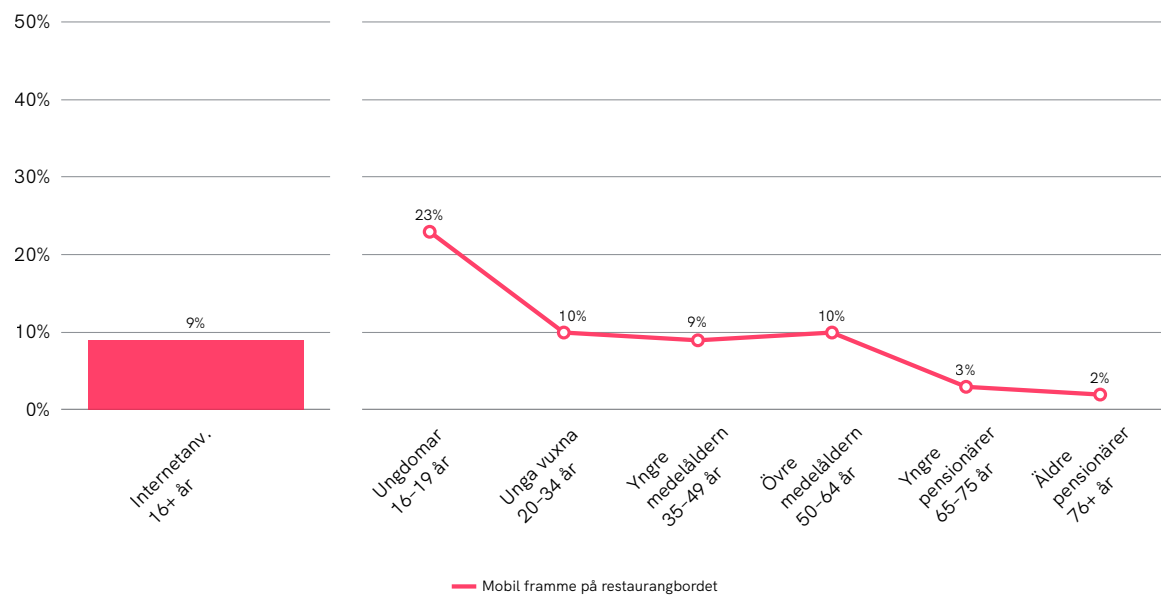


Diagram 5.1c, Bas: Internetanvändare 16+ år, År 2026 (Studie 1) Obs! Skala 50%

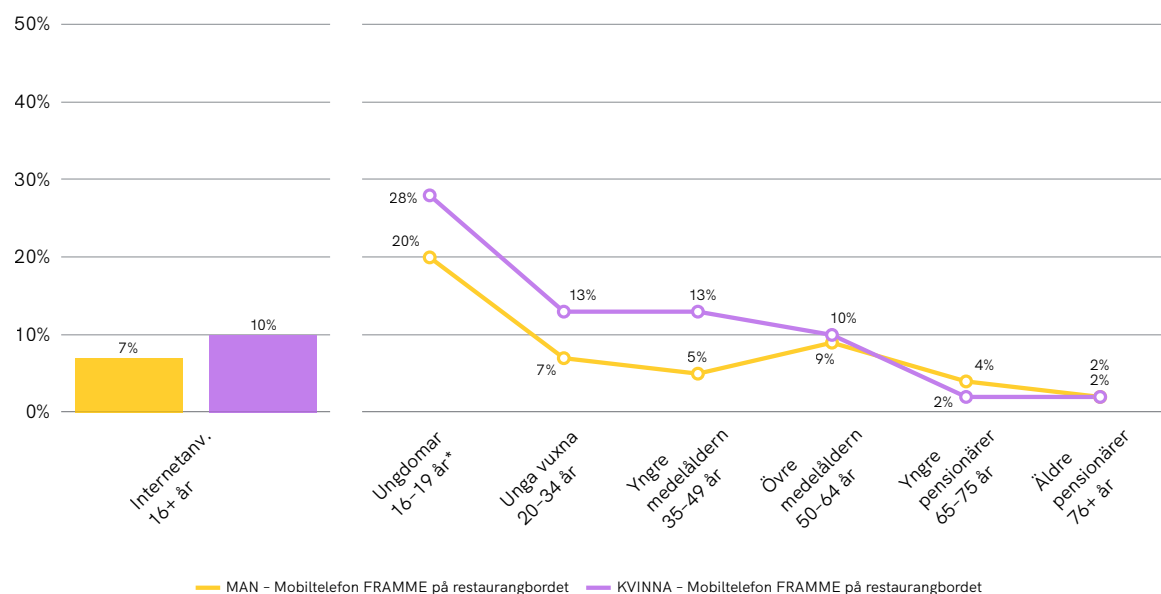


Diagram 5.1d, Bas: Internetanvändare 16+ år, År 2026 (Studie 1)

\*) Låg bas vilket ger högre felmarginaler. Obs! Skala 50%

**När svenskarna är på restaurang med sina vänner, var har de då sin mobil?**

Det vanligaste är att ha mobilen nära till hands, men inte synlig, till exempel i en ficka nära kroppen. Det uppger hälften av svenskarna att de har när de är på restaurang med vänner.

På andra plats kommer att ha mobilen undanstoppad i en väska eller en jacka som man inte har på sig. Så hanterar mer än en tredjedel av svenskarna sin mobil i denna sociala situation.

Både ålder och kön påverkar dock om man väljer att ha mobilen lättillgänglig eller undanstoppad:

- I den äldre halvan av befolkningen, framför allt bland pensionärer, är det vanligast att ha den undanstoppad, medan yngre i majoritet har den lättillgänglig i fickan.
- Det är betydligt fler män (62%) än kvinnor (36%) som har mobiltelefonen lättillgänglig än undanstoppad, och i synnerhet yngre män.\* Detta kan kanske hänga samman med att väskor på restaurang med vänner är mer vanligt bland kvinnor än bland män.

Det tredje vanligaste alternativet är att ha mobilen framme på restaurangbordet synlig för vännerna.

### **Vilka har mobilen framme på bordet när de är på restaurang med sina vänner?**

- Nära var tionde svensk har mobiltelefonen framme på bordet när de är på restaurang med vänner.
- Det är vanligare hos kvinnor än män att ha mobilen framme på bordet. Framför allt kvinnor (15%) i den yngre halvan av befolkningen jämfört med jämnåriga män (8%).\*
- Allra vanligast är det att ha mobilen framme på bordet bland ungdomar. Nästan var fjärde 16–19-åring har sin mobil synlig på restaurangbordet. Det är fler flickor än pojkar i tonåren som begår detta så kallade etikettsbrott. Nästan 3 av 10 av tonårsflickorna har mobilen framme jämfört med 2 av 10 av tonårspojkarna.
- Sett till generationer är det 00-talisterna (15%) som i högst grad har denna mobilvana, följt av 70-talisterna (11%).\*
- Det är också något mer vanligt förekommande att föräldrar med hemmaboende barn (13%) har mobilen framme på bordet när de är på restaurang med sina vänner. Det är dock dubbelt så vanligt bland mammor (18%) som pappor (9%).\*

### **Är det ett etikettsbrott att använda mobilen på restaurang med vänner?**

Vad som är accepterat beteende när det gäller mobiltelefoner och andra digitala enheter varierar mellan olika personer, grupper och sammanhang. Det ser vi inte minst i vår undersökning. Det finns alltså inga regler som gäller för alla situationer.

Kanske är detta ett tecken på att vårt förhållande till ständig uppkoppling håller på att mogna? När mobiltelefonen blivit en konstant följeslagare börjar vi fundera på i vilka situationer det är självklart att använda mobilen. Och när den stör samvaron med våra vänner.

### **Vad säger svenskarna om mobilvanor på restaurangen?**

Dessa svar är hämtade från en fråga om vad det värsta etikettbrottet är någon kan begå med sin mobil under avsnittet Mobil olydnad.

*“Jag bryr mig inte om etikett för jag vet att det finns andra saker som kan tynga en mer än att vara helt fläckfri och perfekt. Så om min kompis på restaurangen måste ta upp mobilen så bryr jag mig inte.”*

Kvinna, 16 år



*"Det värsta är att bläddra i mobilen vid en middag på restaurang. Då känner jag mig ledsen som att jag är tråkig och dom i mobilen är roligare."*

Kvinna, 21 år

*"Det värsta etikettsbrottet är när man umgås, på restaurang eller hemmavid och under ett samtal ta upp och börja flippra på telefonen, speciellt när man hör att de kollar på klipp."*

Kvinna, 36 år

*"När någon använder mobilen under en middag på restaurang känner jag mig kränkt. Bara att se någons mobil på bordet gör mig irriterad."*

Kvinna, 57 år

*"Att stirra i sin mobil under en middag på restaurang i stället för att konversera sina vänner är det värsta etikettsbrottet. Mobilen ska vara helt avstängd tills desserten är avklarad. Sedan kan den användas för kontrollera vissa fakta i ett förhoppningsvis givande samtal."*

Man, 66 år

*"Att prioritera mobilen genom att ta emot samtal och prata med den som ringer, när man sitter ihop med andra människor på en restaurang. Måste man ta emot samtalet så ska man resa sig upp och gå undan för att prata."*

Kvinna, 78 år

## Fler äldre än yngre har mobilens ljud påslaget på restaurang med vänner

Fråga: Om du är på restaurang med vänner, brukar du i regel ha ljudet på mobilen på eller av?

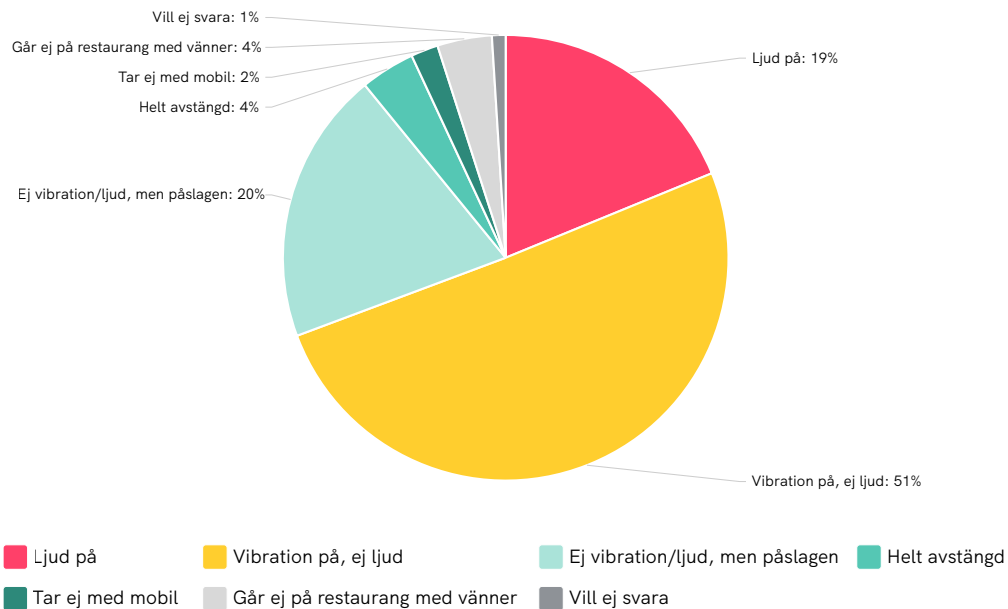
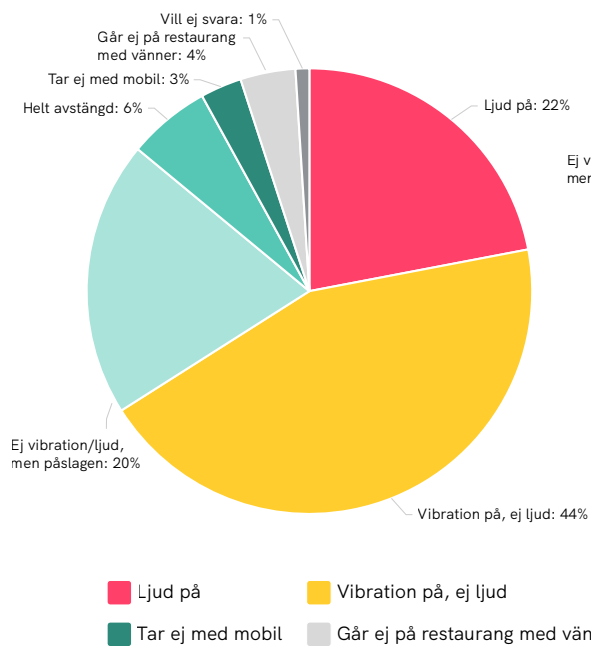


Diagram 5.2a, Bas: Internetanvändare 16+ år, År 2026 (Studie 1)

### ÄLDRE HALVAN AV BEFOLKNINGEN



### YNGRE HALVAN AV BEFOLKNINGEN

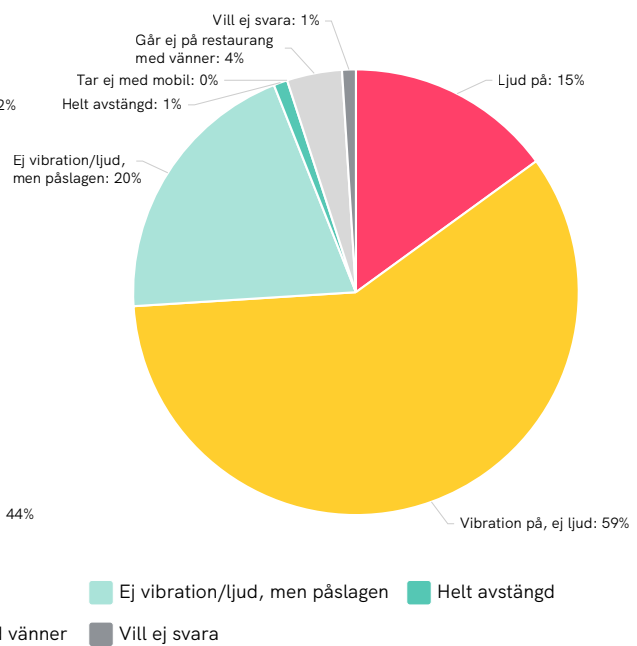


Diagram 5.2b, Bas: Internetanvändare 16+ år, År 2026 (Studie 1) Äldre halvan av befolkningen = Född på 20-70-talet, Yngre halvan av befolkningen = Född på 80-00-talet

## MOBILLJUDET PÅSLAGET PÅ RESTAURANG MED VÄNNER

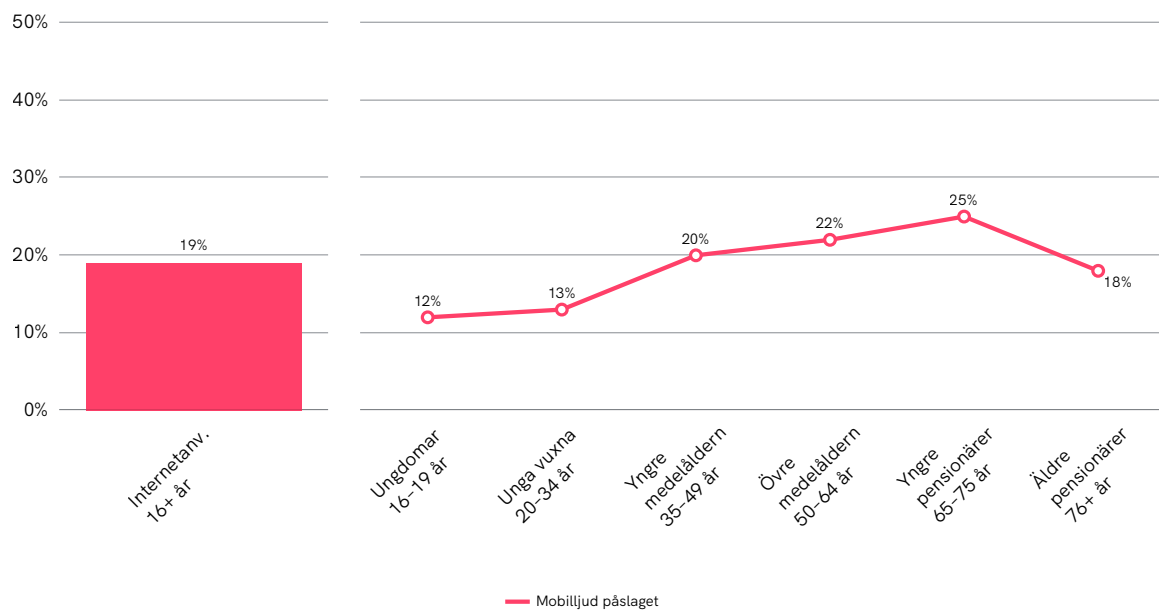


Diagram 5.2c, Bas: Internetanvändare 16+ år, År 2026 (Studie 1) Obs! Skala 50%

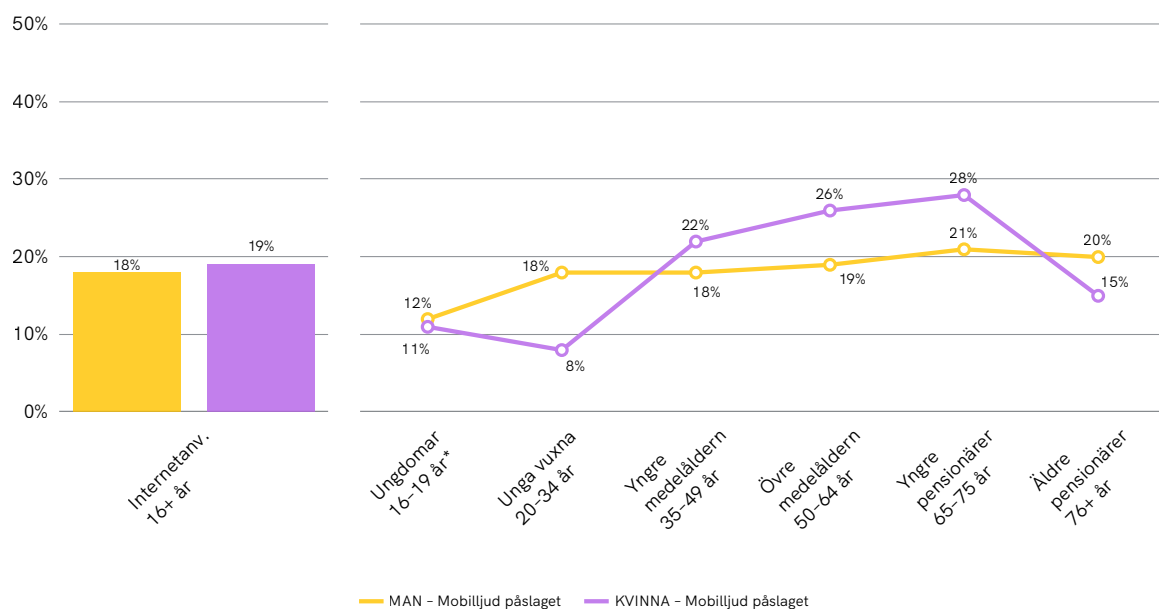


Diagram 5.2d, Bas: Internetanvändare 16+ år, År 2026 (Studie 1)

\*) Låg bas vilket ger högre felmarginaler. Obs! Skala 50%

### Har svenskarna ljudet på eller av på sina mobiler vid restaurangbesök med vänner?

Majoriteten av svenskarna har mobilen påslagen men ljudet avstängt när de är på restaurang med vänner. Hälften har dock vibration på, alltså att mobilen vibrerar vid inkommande samtal, meddelanden eller notiser. Endast 4 procent har mobilen helt avstängd, vilket är mer vanligt i den äldre halvan av befolkningen än i den yngre. Så hur många har då ljudet påslaget när de är på restaurang med vänner? Jo, i princip var femte svensk.

**Vilka har mobilljudet påslaget vid restaurangbesök med vänner?**

- 1 av 5 svenskar har ljudet påslaget på mobilen när de är på restaurang med vänner.
- Det är mer vanligt i den äldre halvan av befolkningen än i den yngre att ha mobilljudet påslaget på restaurangen.
- Sett till generationer är det bland 70-talisterna (25%) och 50-talisterna (24%) som flest begår detta så kallade etikettsbrott.\*
- På befolkningsnivå är det ingen skillnad mellan hur många män och kvinnor som har mobilljudet påslaget på restaurangen med vänner. Det skiljer sig dock åt mellan olika åldrar.
- Skillnaden är som störst mellan män och kvinnor i åldern 20–34 år. I denna ålder är det mer än dubbelt så många män som kvinnor som har mobilljudet påslaget på restaurangen med vänner. I medelåldern blir rollerna ombytta – fler kvinnor än män har alltså ljudet på, och det håller i sig ända upp till 75 års ålder.
- I tonåren är det ingen skillnad mellan hur många pojkar och flickor som har mobilljudet påslaget på restaurangen.
- Bland män och kvinnor i olika åldersgrupper är det kvinnor mellan 50–75 år som i högst utsträckning har denna mobilvana. I lägst utsträckning är det istället unga kvinnor 20–34 år, tätt följt av både pojkar och flickor i tonåren.
- Det är varken fler eller färre föräldrar med hemmaboende barn som har ljudet påslaget på mobilen på restaurang jämfört med befolkningen i stort. Det är också likvärdigt mellan mammor och pappor.\*

## Ungdomar har mobilen framme och äldre har mobilljudet påslaget

Fråga: Om du är på restaurang med vänner, brukar du i regel då ha mobilen framme eller undanstoppad?

Fråga: Om du är på restaurang med vänner, brukar du i regel ha ljudet på mobilen på eller av?

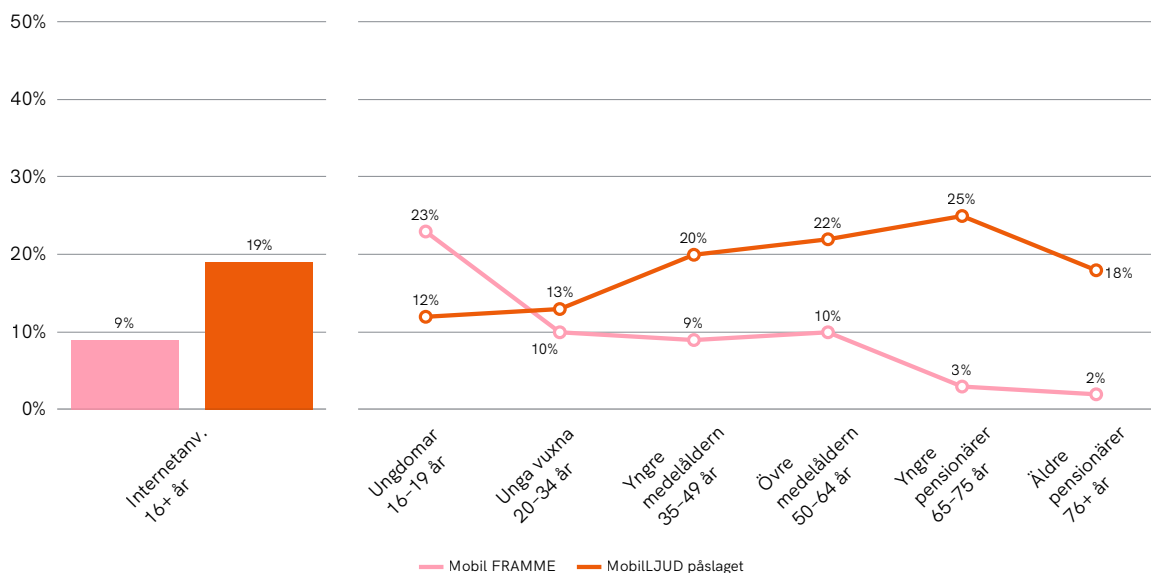


Diagram 5.3, Bas: Internetanvändare 16+ år, År 2026 (Studie 1) Obs! Skala 50%

### Skiljer det sig åt mellan vilka som har mobilen framme och vilka som har mobilljudet påslaget på restaurang med vänner?

Svenskarna verkar vara mer okej med att ha ljudet på än att ha mobilen framme på bordet. Det är i alla fall dubbelt så många svenskar som låter ljudet vara påslaget än som låter mobilen ligga framme när de är på restaurang med vänner.

Det skiljer sig dock en hel del mellan hur yngre och äldre hanterar mobilen i detta sociala sammanhang. Kort summerat har ungdomar mer ofta mobilen framme på bordet, men då oftast på ljudlös. Medan äldre – från yngre medelåldern och uppåt i betydligt större utsträckning stoppar undan mobilen i en väska eller jacka men låter ljudet vara påslaget.

En fjärdedel av de yngre pensionärerna har ljudet påslaget, vilket är mest av alla åldersgrupper. Men bara 3 procent av de yngre pensionärerna har mobilen framme på bordet, vilket i princip är minst av alla åldersgrupper tillsammans med de äldre pensionärerna.

### De som har ljudet påslaget på mobilen – var förvarar de den när de är på restaurang?

Knappt var tionde (9%) har mobilen framme på bordet och resten har den antingen lättillgänglig i fickan eller undanstoppad i en väska i jämnstora andelar. Några som i högre grad än andra har den både framme och med ljud på är kvinnor i den yngre halvan av befolkningen, födda på 80-talet eller senare (13%). Föräldrar med hemmaboende barn (14%) sticker också ut genom att ha både mobilen framme och ljudet på i detta sociala sammanhang.\*

## Mobilen i sovrummet

### Majoriteten har mobiltelefonen i sovrummet om natten

Fråga: Var förvarar du i regel mobilen om nätterna när du sover?

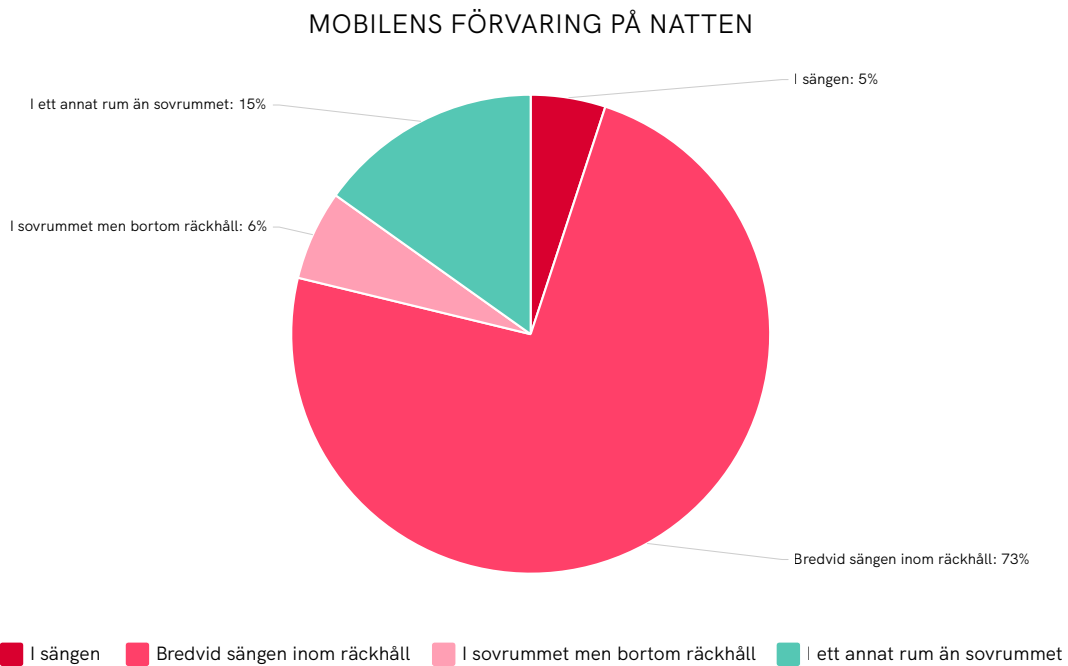


Diagram 5.4a, Bas: Internetanvändare 16+ år, År 2026 (Studie 1)

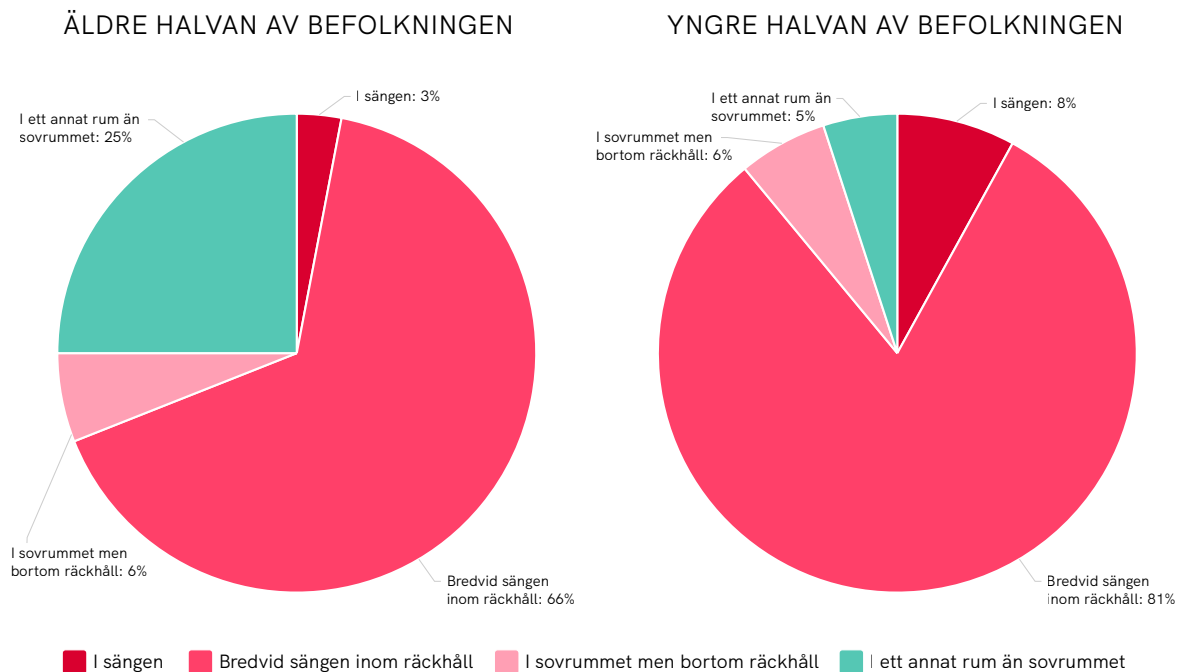


Diagram 5.4b, Bas: Internetanvändare 16+ år, År 2026 (Studie 1) Äldre halvan av befolkningen = Född på 20-70-talet, Yngre halvan av befolkningen = Född på 80-00-talet

## MOBILTELEFON I SOVRUMMET OM NATTEN

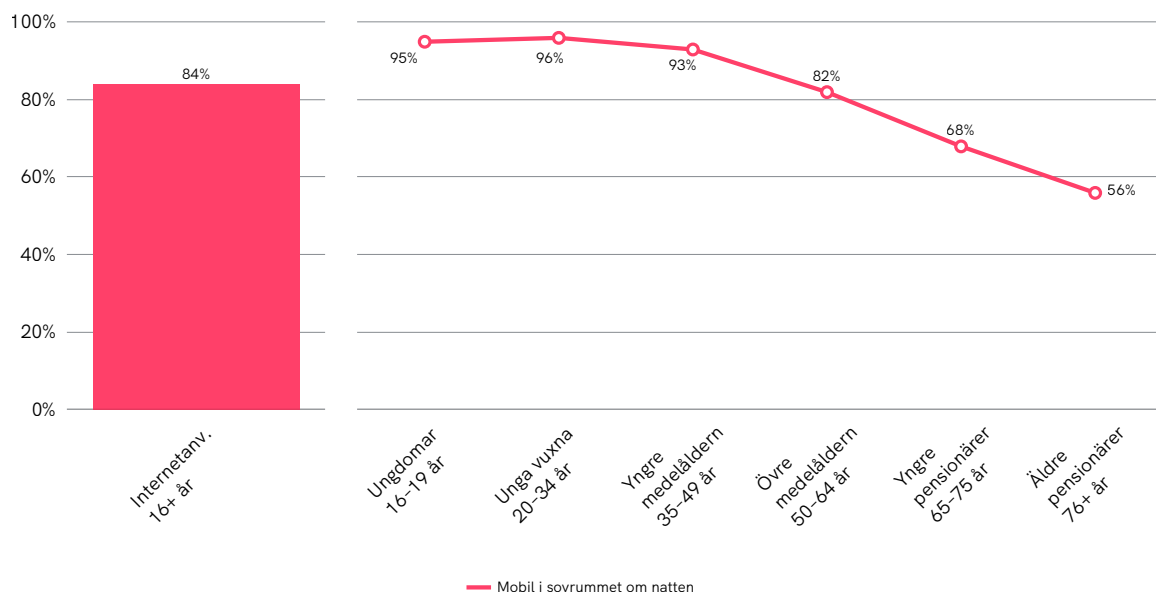


Diagram 5.4c, Bas: Internetanvändare 16+ år, År 2026 (Studie 1)

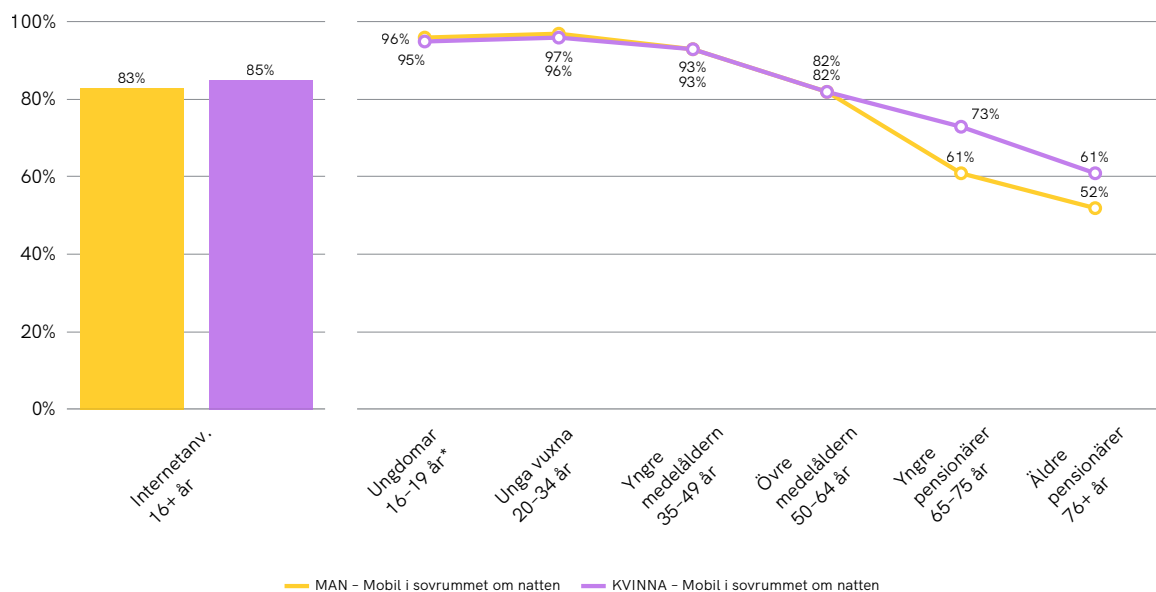


Diagram 5.4d, Bas: Internetanvändare 16+ år, År 2026 (Studie 1) \*) Låg bas vilket ger högre felmarginaler.

**Var förvarar svenskarna mobiltelefonen om natten när de ska sova?**

De allra flesta – 3 av 4 svenskar – har mobilen bredvid sängen inom räckhåll när de ska sova. Var tjugonde har den till och med i sängen och ungefär lika många har den bortom räckhåll från sängen men fortfarande i sovrummet. Endast var sjunde har den i ett annat rum än sovrummet om natten.

### Hur många har mobilen i sovrummet om natten när de ska sova?

- Totalt sett har fler än 8 av 10 – 84 procent – mobiltelefonen i sovrummet när de ska sova.
- I den yngre halvan av befolkningen har nästan alla – 95 procent – mobilen i sitt sovrum vilket är betydligt fler än i den äldre halvan.\* Den höga nivån på över 90 procent spänner från tonåren ända fram till yngre medelåldern då antalet börjar dala. Även bland pensionärerna är det dock en bra bit över hälften som har mobilen i rummet de sover i.
- Det är likvärdigt mellan hur många män och kvinnor som har mobilen i sovrummet ända fram till pensionsåldern, där något fler kvinnor än män har denna vana.
- Fler singlar (90%) än de i relation (81%) har mobilen i sina sovrum när de ska sova.\*
- Föräldrar med hemmaboende barn (92%) har mobiltelefonen i sovrummet i högre utsträckning än befolkningen i stort. Mellan mammor och pappor är det likvärdigt.\*

### Vilka har mobilen i sängen om natten när de ska sova?

- Det är 5 procent av svenskarna som sover med mobilen i sängen.
- Fler kvinnor (6%) än män (4%) sover med mobilen i sängen.\*
- Ungdomar mellan 16–19 år (17%) är de som i störst utsträckning sover med mobilen i sängen och det är betydligt mer vanligt bland tonårsflickor (22%) än tonårspojkar (14%).\*
- Mer än dubbelt så många singlar (8%) jämfört med de i relation (3%) sover med mobilen i sängen.\*
- Föräldrar med hemmaboende barn (7%) har mobiltelefonen i sängen i högre utsträckning än befolkningen i stort, och i synnerhet mammor (9%) jämfört med pappor (5%).\*
- Det är fler personer med någon form av funktionsnedsättning (9%) som sover med mobilen i sängen jämfört med befolkningen i stort.\*

### Hur många har mobilen i ett annat rum än sovrummet om natten när de ska sova?

- Endast var sjunde – 15 procent – sover med mobiltelefonen i ett annat rum än sovrummet.
- Det är hela fem gånger fler i den äldre halvan av befolkningen (25%) som har mobilen i ett annat rum om natten jämfört med den yngre befolkningshalvan (5%).
- Pensionärer (36%) är de som i högst utsträckning sover med mobilen i ett annat rum än sovrummet, och framför allt de äldre männen över 75 år (47%).\*



### Hur många barn och ungdomar har en skärm i sängen vid läggdags?

I rapporten *Barnen och internet 2024* tog vi reda på hur många barn och ungdomar i åldern 8–19 år som har en skärm eller en tryckt bok i sängen innan de ska somna. Vi frågade också om innehållet på skärmarna i sovrummet. Du kan läsa mer om detta i *Skärmar vid läggdags*.

Du kan även ta del av [\*Folkhälsomyndighetens rekommendation kring skärmar och sömn för barn och ungdomar här: Skärmanvändning och hälsa: Skärmar och sömn\*](#)

### Mer lästips! Är det "vettigt" att ha mobiltelefonen i sovrummet?

Vill du ta del av vad experter och forskning säger om att ha mobilen i sovrummet? Då kan vi rekommendera följande läsning:

Artikel från SVT:

[\*FHM:s nya uppmaning till föräldrar: Lägg undan mobilen\*](#)

Debattartikel från Socialdepartementet:

[\*Låt inte era barn ha mobilen i sovrummet\*](#)

## Mobilen som sällskap eller rival

### Många unga motar bort ensamhetskänslor med mobilen

Fråga: Händer det att du tittar på mobilen för att mota bort känslor av ensamhet?

MOTA BORT ENSAMHETSKÄNSLOR MED MOBIL

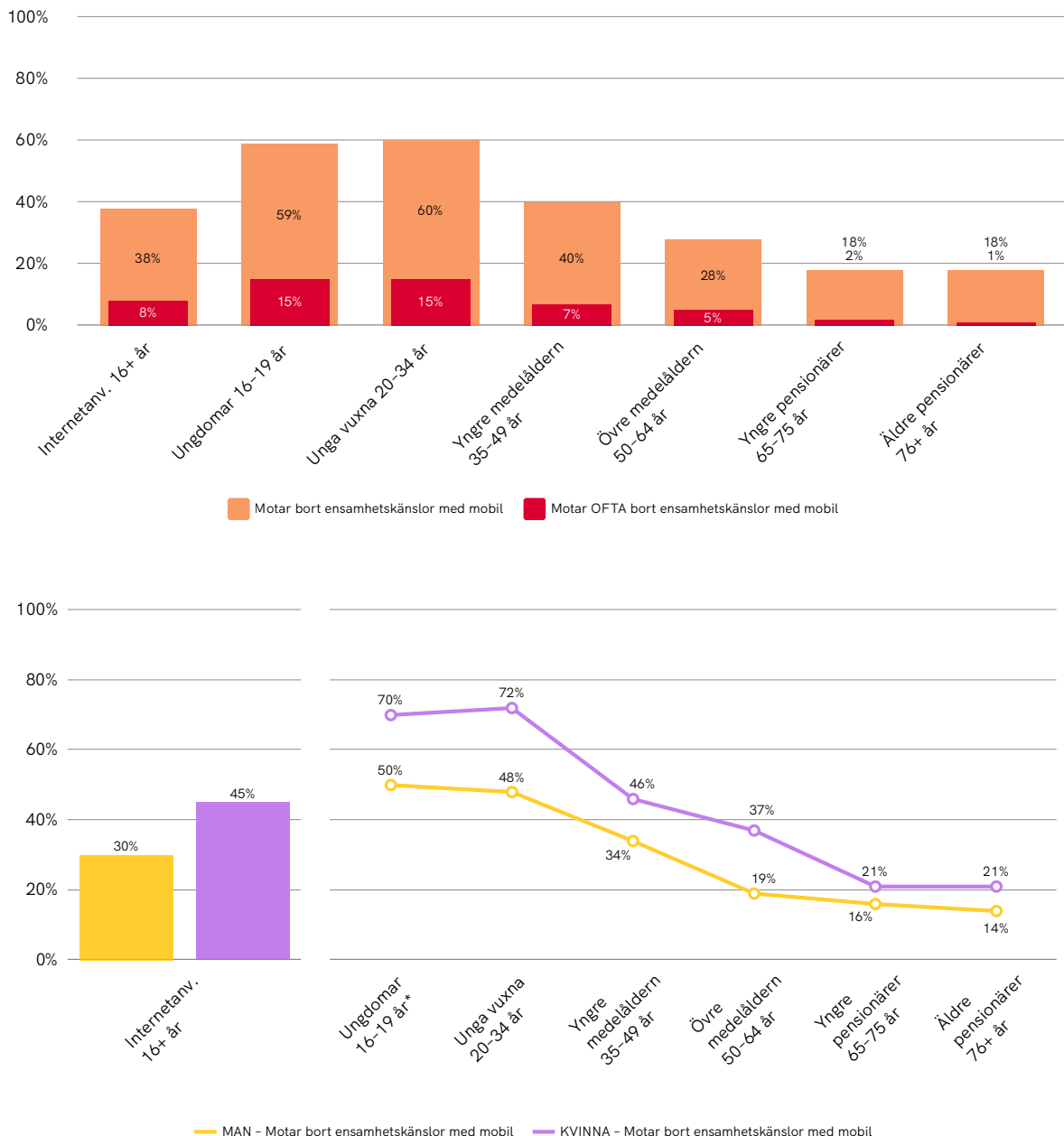


Diagram 5.5a-b, Bas: Internetanvändare 16+ år, År 2026 (Studie 1)

\*) Låg bas vilket ger högre felmarginaler. För exakta svarsalternativ, se frågeformulär.

**Hur många använder mobilen för att mota bort känslor av ensamhet?**

- Nära 4 av 10 svenskar använder mobilen för att mota bort ensamhetskänslor, varav nära 1 av 10 gör det ofta.
- Bland unga under 35 år är det tre gånger vanligare att använda mobilen för att inte känna sig ensam jämfört med de som är i pensionsåldern. 6 av 10 bland både ungdomar och unga vuxna använder mobilen i detta syfte, jämfört med knappt 2 av 10 pensionärer.
- Det är mer vanligt att kvinnor än män i alla åldrar motar bort ensamhetskänslor med mobilen. Störst skillnad är det mellan yngre män och kvinnor. Runt 7 av 10 kvinnor under 35 år använder mobilen på detta sätt, jämfört med cirka 5 av 10 av de jämnåriga männen.
- Fler singlar än de som lever i en relation använder mobilen för att mota bort ensamhet. Nära hälften av singlarna använder mobilen på detta sätt jämfört med en tredjedel som är i ett förhållande.\*
- Fler personer med någon form av funktionsnedsättning (50%) använder mobilen för att mota bort ensamhetskänslor jämfört med befolkningen i stort (38%).\*

## De flesta känner sig nedprioriterade när sällskapet tittar på mobilen

Fråga: Händer det att du känner dig nedprioriterad om någon du umgås med tittar på sin mobil istället för på dig?

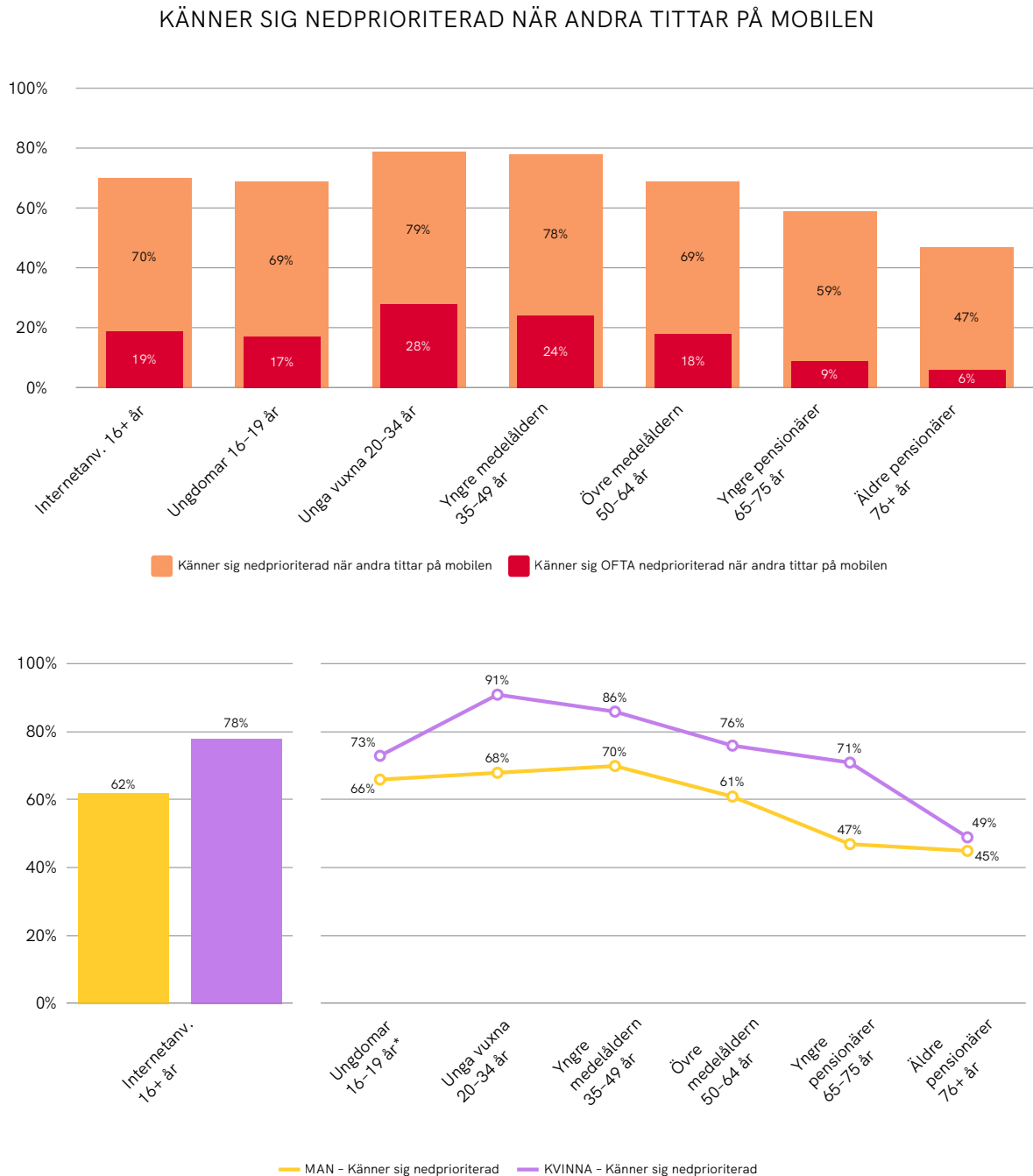


Diagram 5.6a-b, Bas: Internetanvändare 16+ år, År 2026 (Studie 1)

\*) Låg bas vilket ger högre felmarginaler. För exakta svarsalternativ, se frågeformulär.

### Känner sig svenskar nedprioriterade när någon de umgås med tittar på mobilen?

Majoriteten av svenskarna känner sig nedprioriterade när någon de umgås med tittar på mobilen istället för dem. Var femte känner sig ofta nedprioriterad, hälften

känner sig nedprioriterade ibland och mindre än en tredjedel känner sig aldrig nedprioriterad.\*

### **Hur många känner sig nedprioriterade när någon de umgås med tittar på mobilen?**

- De flesta – 7 av 10 – känner sig nedprioriterade när någon som de umgås med tittar på mobilen.
- Det är betydligt fler kvinnor än män som känner sig nedprioriterade. Det gäller alla åldrar men mest likvärdigt är det i den yngsta och äldsta åldersgruppen.
- Känslan av att vara nedprioriterad drabbar unga kvinnor i åldern 20–34 år allra mest, varav 9 av 10 känner detta. I denna ålder, och bland yngre pensionärer, är skillnaden mellan män och kvinnor som störst.
- Sett till generationer är det 90-talisterna (81%) som i högst grad känner sig nedprioriterade när den de umgås med tittar på sin mobil istället för på dem.\*
- Något fler i en relation (72%) än de som är singlar (67%) känner sig nedprioriterade när någon som de umgås med tittar på mobilen.\*
- Det är också mer vanligt att föräldrar med hemmaboende barn (76%) känner sig nedprioriterade när någon de umgås med tittar på mobilen istället för på dem. Betydligt fler mammor (84%) än pappor (68%) upplever detta.\*

## Yngre kvinnor är avundsjuka på den tid deras partners ägnar åt mobilen istället för åt dem

Fråga: Händer det att du känner dig avundsjuk på den tid din partner ägnar åt sin mobiltelefon istället för att umgås med dig?

### I RELATION: KÄNNER SIG AVUNDSJUK PÅ TIDEN PARTNERN LÄGGER PÅ MOBILEN ISTÄLLET FÖR DEM

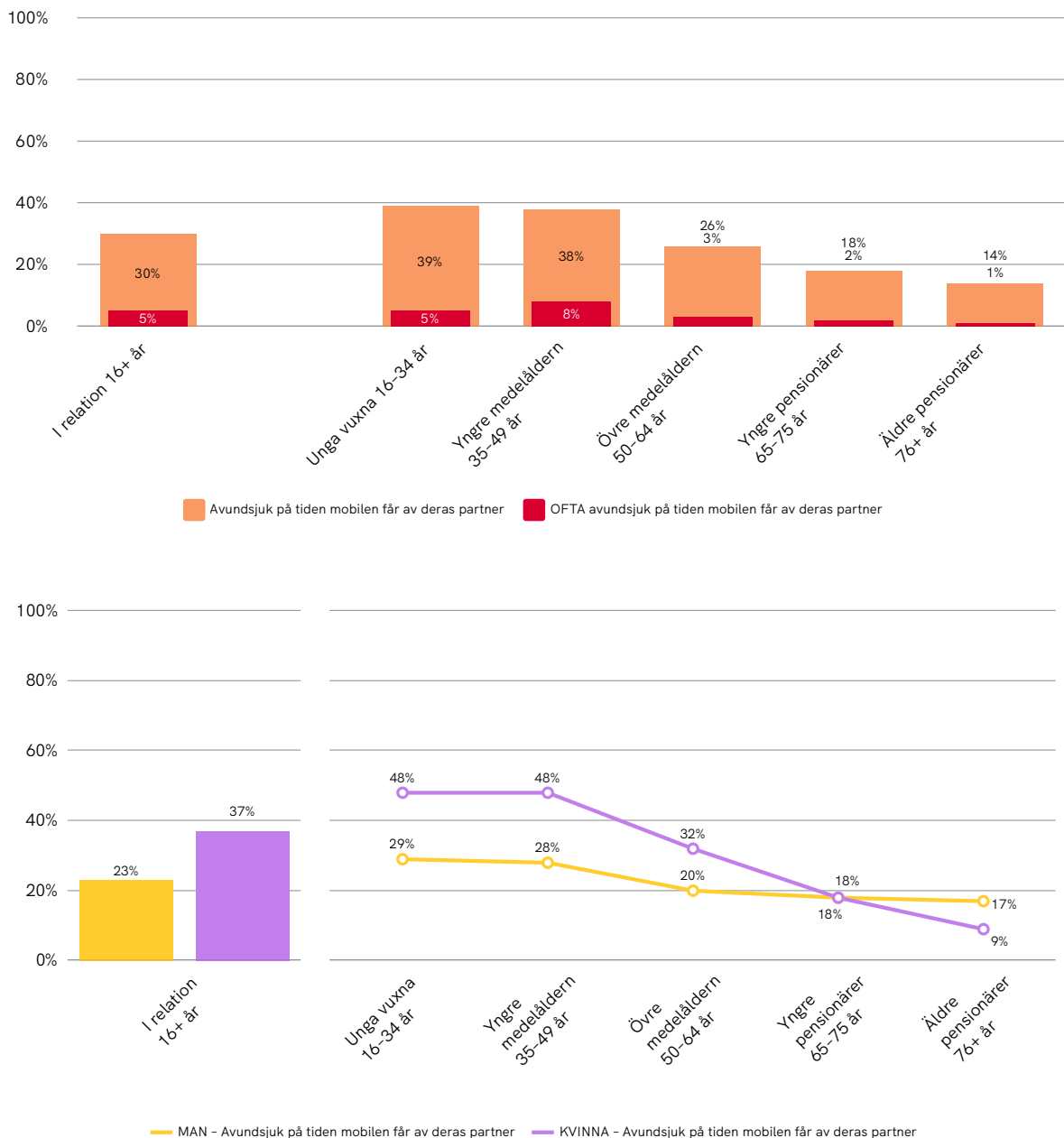


Diagram 5.7a-b, Bas: Internetanvändare i relation 16+ år, År 2026 (Studie 1)  
För exakta svarsalternativ, se frågeformulär.

### **Hur många är avundsjuka på den tid deras partner ägnar åt mobilen istället för dem?**

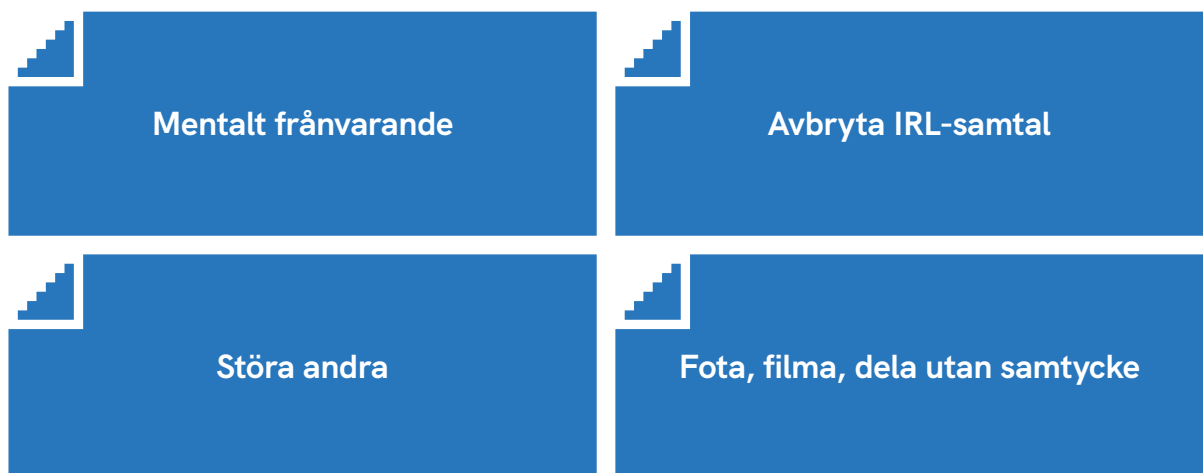
- 3 av 10 som är i en relation känner sig avundsjuka på den tid deras partner ägnar åt mobilen istället för dem. Var tjugonde känner ofta denna avundsjuka.
- Detta är mer vanligt bland yngre. Nästan dubbelt så många i den yngre halvan av befolkningen (39%) känner denna avundsjuka jämfört med den äldre befolkningshalvan (23%), alltså de som är födda på 70-talet eller tidigare.\*
- Fler kvinnor än män är avundsjuka på den tid deras partner lägger på mobilen. Skillnaden är som störst bland kvinnor och män under 50 år. Nära 5 av 10 kvinnor under 50 år känner detta jämfört med knappt 3 av 10 av de jämnåriga männen.
- I pensionsåldern minskar denna avundsjuka och skillnaden mellan män och kvinnor planar ut. Bland äldre pensionärer över 75 år är det till och med fler män än kvinnor som känner sig avundsjuka på den tid som deras partner ägnar åt mobilen.
- Det är mer vanligt att föräldrar med hemmaboende barn (36%) känner sig avundsjuka på den tid som partnern ägnar åt mobilen istället för åt dem. Betydligt fler mammor (44%) än pappor (29%) upplever denna avundsjuka.\*
- Fler med någon form av funktionsnedsättning (40%) känner sig avundsjuka på tiden som partnern ägnar åt mobilen istället för åt dem, jämfört med befolkningen i stort (30%).\*

## Mobil olydnad

### “Värst är att smygfota i känsliga lägen och välja mobilen över vänner”

Fråga: Vilket är det värsta etikettsbrottet någon kan begå med sin mobiltelefon enligt dig?

#### VÄRSTA ETIKETTSBROTTET MAN KAN BEGÅ MED MOBILEN



Figur 5.8, Bas: Internetanvändare 16+ år, År 2026 (Studie 1)

#### Vilka är det värsta etikettsbrottet någon kan begå med mobilen enligt svenskarna?

Vi har frågat svenskarna som är 16 år eller äldre om vad de tycker är det värsta etikettsbrottet som någon kan begå med sin mobiltelefon. Något som vi med glimten i ögat har valt att kalla “mobil olydnad”, alltså i betydelsen att man är olydig med sin mobil. Alla har fått svara i fritext och här kommer en summering av deras svar.

Majoriteten av svenskarna anser att det är ett stort etikettsbrott att ägna sig åt sin mobil istället för människorna runt omkring dem. Här ser vi två tydliga spår:

Det kan antingen handla om att ägna sig åt skärmen och därmed bli mentalt frånvarande i det umgänge som pågår IRL, alltså “i riktiga livet” och inte på skärmen. Eller så kan det vara att avbryta ett samtal med personer i det fysiska rummet för att man får ett mobilsamtal eller ett meddelande som man prioriterar framför dem. Några påpekar dock att det kan finnas giltiga skäl som kan vara godtagbara, som “läkare eller barnvakt”, men då ska de “föranmälans och ursäktas”.

I ett förtroligt samtal, när man berättar något känsligt eller viktigt, kan det göra “extra ont” om någon är mentalt frånvarande eller rentav avbryter samtalet på grund av sin mobil. Det kan vara allt från att svara på samtal till att scrolla på skärmen eller skriva med andra. Man kan känna sig sårad eller “tråkig och oviktig” när något i den andres mobil tycks vara roligare och intressantare. Är man på dejt och detta händer kan det vara en “red flag”.



Enligt många hör inte heller mobilen hemma vid matbordet. Varken i hemmet eller på restaurangen. Det anses som ett stort etikettsbrott att inte ha den undanlagd eller avstängd då man "ska umgås och vara mentalt närvarande" under måltiden. Många har även samma uppfattning vad gäller familjestunder och kompishäng.

Andra situationer när mental frånvaro orsakad av mobilen kan uppfattas som ett brott mot etiketten är föräldrar som går med barnvagn och har "mer ögonkontakt med skärmen än med barnet". Eller kassörskan i affären eller servitrisen på café som behandlas som om de vore osynliga. Eller kollegan som inte får uppmärksamhet i ett möte eller gemenskap i fikarummet på grund av att någon är mer intresserad av sin mobil.

Att mobilen "får högre prio" än människor som finns "öga mot öga", beskrivs med ord som nonchalant, ignorant, egoistiskt, respektlöst, ohysat, ouppfostrat, osnyggt och oförskämt.

Enligt svenskarna är det också ett stort etikettsbrott att störa andra med sina "dåliga mobilvanor". Det kan handla om att ha ljudet påslaget, allt från "ringsignaler och pling" till att man tittar på videoklipp eller lyssnar på musik på hög volym utan hörlurar i det gemensamma rummet. Många offentliga miljöer nämns, som kollektivtrafiken, väntrum, kyrkan, restauranger och butiker.

Det kan också vara att man pratar högljutt eller med högtalartelefon "så högt att det hörs till nästa stad", ibland med mobilen som en "knäckemacka under näsan". Ett par personer omnämner detta som "mobilblottning". Någon annan kallar det för "respektlöst pratande", vilket särskilt gäller för platser som på buss och tåg "där man inte kan komma undan".

En del påpekar också att det är ett stort mobilt etikettsbrott att inte berätta för den man pratar med att högtalaren är på, så att människor runtomkring kan höra vad som sägs utan att man vet om det.

Ytterligare ett störande moment i det offentliga rummet är när någon "glömmer" att stänga av ljudet på sin mobiltelefon, särskilt på föreställningar som på bio eller på teater, eller på högtidliga tillställningar som bröllop och begravningar. Likaså om folk i ett salongsmörker tar upp mobilen och låter dess skärmljus förstöra upplevelsen för medbesökarna. Eller om folk ställer sig upp och börjar filma på evenemang som konserter och skymmer sikten för andra. Detta beskrivs som provocerande, irriterande, hänsynslöst, respektlöst, ojuste och fräckt.

Enligt många svenskar är också ett av de värsta etikettsbrotten man kan begå med mobilen att fota, filma eller sprida material utan samtycke. Det kan handla om allt från "fotosadister som medvetet tar fula bilder" och delar dem på sociala medier till "smygfotare och smygfilmare" som inte ber om lov först. Det kan också handla om att ta upp mobilen vid en olycka och filma "istället för att ringa 112", eller att fota någon som är drogad, alkoholpåverkad eller i en annan utsatt eller pinsam situation. Oavsett upplevs detta inte bara som oartigt och elakt utan även som integritetskränkande och omoraliskt.

Det finns några nyanskillnader i svaren mellan olika åldrar. Det är något mer vanligt förekommande att yngre nämner foto och film som ett etikettsbrott, medan äldre i något högre utsträckning nämner etikettsbrott i samband med begravningar. Fördelade på ålder, ska vi nu få ta del av exempel på svenskarnas egna svar på vad de anser är det värsta etikettsbrottet som någon kan begå med sin mobil.

**Mobil olydnad enligt ungdomar 16–19 år:**

*“Oskönt när någon fotar eller filmar andra i smyg. Eller scrolla på den under en film eller när man är på typ en dejt eller nåt.”*

Man, 16 år

*“När man pratar så kollar dom mobilen istället och när man har pratat klart så säger dom “va sa du” så man måste upprepa sig.”*

Kvinna, 16 år

*“Jag är uppfostrad med att man helst inte ska ta upp mobilen under tillställningar, middagar eller när man umgås. Eftersom att jag är så pass van vid det tycker jag att det är ganska otrevligt när någon annan tar upp sin mobil och totalt stänger andra ute. Allmänt när man har en konversation med någon, då ska h\*n inte ha sin mobil uppe.”*

Man, 18 år

*“Ta smygfoton. Det finns fotosadister som tar foto när man stoppar in en tugga mat, ser trött ut eller gör en konstig min och kallar det för “naturliga bilder”. Sämst när bilder delas utan att jag får godkänna.”*

Kvinna, 19 år

*“Använda mobilen på ett störande sätt under någon slags föreställning, t.ex. ta ett samtal, lysa upp mörkret, blockera vyn bakåt genom att filma. Eller när jag väljer att dela med mig om nåt svårt eller mycket personligt, och den man berättar för plötsligt börjar titta på mobilen.”*

Kvinna, 19 år

**Mobil olydnad enligt unga vuxna 20–34 år:**

*“Att scrolla på någon app samtidigt som vi har bestämt att vi ska se på en film tillsammans. Ifall de måste ha en viktig konversation så får de säga till och pausa filmen. Men att meningslöst titta på sin mobil istället för att dela den gemensamma filmupplevelsen med den bredvid är väldigt oförsäamt.”*

Kvinna, 23 år

*“Mobilen som en knäckemacka mot munnen. Att gå och prata i högtalartelefon, trots att en uppenbarligen kan hålla telefonen vid örat, á la Kardashian. Tappar det helt.”*

Man, 23 år

*“Att knappa på sin telefon medan man umgås. Ingen ögonkontakt. Om personen tar upp telefonen för att svara på sms utan att ge en förklaring varför: t.ex “min mamma behöver hjälp med att starta diskmaskinen, behöver bara svara lite snabbt”. Ger man en vettig förklaring är det inga problem för mig. Det är när det är “spontan-sms” eller att bestämma planer med andra som gör att jag känner att vår tid inte spelar någon roll.”*

Kvinna, 24 år

*“Ta samtal under pågående möten på jobbet. Surfa istället för att socialisera på fikarasten. Avbryta en första kyss på en dejt för det ringer.”*

Man, 28 år

*“Det gör ont när någon tar upp mobilen när jag berättar något känslösamt eller meningsfullt. Min vän gjorde ofta det. Det har fått mig att känna att det jag säger inte spelar så stor roll, även fast det gör det för mig. Det har fått mig att öppna upp mig mindre.”*

Man, 31 år

*“Prata alldeles för högt i telefon eller spela hög musik eller kolla på TikTok-klipp utan hörlurar på offentliga platser, primärt i kollektivtrafiken där man inte kan komma undan.”*

Kvinna, 33 år

### **Mobil olydnad enligt de i yngre medelåldern 35–49 år:**

*“Ha ljudet på eller ta fram på teater eller bio och tro att det inte stör för att man har på lägsta ljusstyrkan. Eller prata i telefon med högtalare bland folk. Eller porrsurfa med ljud på i kollektivtrafiken. Smäller av!”*

Kvinna, 35 år

*“Filma folk i utsatta lägen, trafikolyckor och liknande. Filma någon som är alkoholpåverkad. Dela filmer och bilder utan samtycke. Omoraliskt och respektlöst. Prata i telefon samtidigt som en ska interagera med servicepersonal, t.ex. i kassan eller på kafé, tycker jag är ganska respektlöst också.”*

Kvinna, 36 år

*“När man äter eller är på en dejt och telefonen är framme hela tiden. De är en gigantisk red flag.”*

Man, 37 år

*“Jag vet inte vad jag ogillar värst: Att någon säger “Vänta ska bara betala, jag ringer upp! Hejdå!” Klick. Eller när någon babblar på samtidigt som de betalar till kassören. Respektlöst mot oss båda. Tudelat. Mitt råd är: Ring inte när ni är i en affär utan först när ni går därifrån!”*

Man, 38 år

*“Att den man umgås med samtidigt “umgås” med någon på sin mobil. Chattar, skickar bilder, småskattar åt saker utan att man blir involverad. Eller förstås föräldrar med barnvagn eller barn i hand som bara tittar på mobilen.”*

Kvinna, 42 år

*“Mobilblottning, alltså tala i högtalartelefon, både i samtal med mig och i samtal jag inte är med i men i min närhet så att jag hör samtalet. Sjukt provocerande! Samt ha ljud på när man ser på videor/stream i närheten av andra människor.”*

Man, 48 år

**Mobil olydnad enligt de i övre medelåldern 50–64 år:**

*“Prata i offentlig miljö om privata saker högt och allt för länge...när man känner att samtalet alldeles uppenbart helt kunde tagits vid en annan tidpunkt så vi andra slapp störas. Det är ju omöjligt att stänga av sin hörsel. Respektlöst pratande skulle man kunna kalla det...”*

Kvinna, 50 år

*“Att prata i mobilen när man står och skall betala. Så satans ohyfsad attityd mot kassapersonal. Värst när någon avbryter sitt lyssnande i vårt samtal. Då går jag.”*

Man, 50 år

*“Ha högtalare på när man pratar på buss eller tåg. Skrika högt i den. Lyssna med högt ljud på skräckfilm, porr eller obscent språk. Bjuda hem gäster och sedan samtidigt föra en parallell kommunikation med sin hemliga älskare...”*

Kvinna, 51 år

*“Jag ogillar att den man sitter och pratar med tar upp mobilen mitt i ett samtal bara för att kolla varför den plingade till. I större grupp stör det mig väldigt om en person visar en video helt plötsligt när alla andra och jag sitter och pratar om någonting. Och om den används till annat än fotografering vid ex begravning, giftemål etc.”*

Kvinna, 56 år

*“Ha ljud påslaget på möten när det inte är brådskande. Ett exempel, vi satt 10 pers i möte, vår chef höll på att prata om något, hennes man smsar, hon slutar prata och svarar, alla sitter tysta och väntar några minuter, så säger hon “ja, det var min man som undrar vad jag tycker vi ska köpa till hans brors födelsedag”, det visade sig att födelsedagen var en månad senare, alltså öht inte brådskande...”*

Man, 57 år

*“När människor väljer att sitta i mobilen och scrolla istället för att umgås. Föräldrar som är ute och går med sina barn i barnvagn med hela ansiktet i mobilen medans barnen är utan ögonkontakt med föräldrarna...”*

Kvinna, 61 år

**Mobil olydnad enligt yngre pensionärer 65–75 år:**

*“Prata med den som en macka, dvs rakt framför ansiktet, i en miljö där den stör ex buss, museum. Titta på mobilen under en film på bio. Filma under en konsert. Svara på toaletten och spola mig i örat.”*

Kvinna, 66 år

*“Att ständigt gå med tfn i handen under näsan. Utemiljön är ingen telefonkiosk. Att ha högtalaren på och samtala högt t.ex. på bussen om privata saker. Även ojust om man ringer och mottagaren ej säger att högtalare är på och det finns fler som lyssnar.”*

Man, 67 år

*“Värst är när de lägger mobilen på matbordet, påslagen och tittar så fort det kommer nåt på skärmen och besvarar samtal flertalet gånger. Det avbryter VÅRT samtal många gånger. Så irriterande! Trött på “Öh, var var vi...” Vart tog vett o etikett vägen.”*

Kvinna, 69 år

*“Att ha hög ringsignal på i sociala sammanhang och i det offentliga rummet. När man åker tåg så används telefonen flitigt och med störande ljud istället för att prata med medpassagerarna, ingen kontakt med nya bekantskaper får man.”*

Kvinna, 72 år

*“Bryta sociala sammanhang, som t ex måltid med att ta samtal, tyder på egoism. Inte stänga av mobilen vid högtidliga tillfälle som möten, begravningar, teater eller motsvarande är rent ohyfs. Att filma pågående misshandel pga dess underhållningsvärde är emellertid värst.”*

Man, 74 år

### **Mobil olydnad enligt äldre pensionärer 76+ år:**

*“Väldigt ofint att skrolla i väntrum eller i kyrkan vid ex begravning. Eller att prata högt om personliga problem i offentlig miljö, ex buss o t-bana. Eller att alltid svara när det ringer. Mitt i maten. Mitt i samtal med vänner osv. Utan att be om ursäkt.”*

Kvinna, 77 år

*“Jag retar mig på när mitt sällskap har headset på sig när vi går i naturen. För att hon ska kunna svara om någon ringer. Hon prioriterar därmed andra före mig, naturen och upplevelsen vi skulle dela.”*

Man, 78 år

*“Ohyfsat om jag bjuder på tex kaffe och gästen tar upp mobilen och ringer någon annan eller bara har intresse för vad som finns där. Eller att stå i kassan i butiken och betala till kassörskan och prata i telefonen. Det tycker jag är dålig stil.”*

Kvinna, 83 år

*“Spela dataspel på mobiltelefonen och ha kul utan mig som sitter bredvid. Då känner jag mig mer ensam än om jag varit själv i rummet.”*

Man, 85 år

*“Att en gäst bums måste svara på mobiltelefonen och gå ifrån under pågående samtal “öga mot öga”. Det är nonchalant.”*

Man, 94 år

# Metodbeskrivning



***Svenskarna och internet* är Sveriges största individundersökning om internetanvändning. Den har genomförts sedan år 2000 – sedan 2010 i Internetstiftelsens regi. Här presenterar vi metod och urval.**

Årets *Svenskarna och internet* består liksom tidigare år av flera delstudier. Vilken studie vår data är hämtad från framgår sist i bildtexten under respektive diagram i rapporten. Frågeformulär och tabellbilagor finns att hitta på sidan Bilagor.

De enskilda frågorna till barn och föräldrar redovisas separat i studien *Barnen och internet* (BOI) som släpps efter huvudrapporten under hösten 2026. Denna metodbeskrivning inrymmer samtliga datainsamlingar.

Internetstiftelsen har själva genomfört analysen av datan, visualiseringen samt författat rapporten. För samtliga studier har Internetstiftelsen anlitat undersökningsföretaget Novus för datainsamlingen som ägde rum under januari 2026. Majoriteten av vår data är insamlad i Studie 1 (n=3 776) i Novus slumpmässigt rekryterade Sverigepanel, med en deltagarfrekvens på 59 procent. Resultatet är viktat mot SCB vad gäller kön, ålder, utbildning, geografi. Resultatet är även viktat mot valresultatet i valet 2022 (Valmyndigheten) samt internetanvändningsfrekvens (internetpenetrationsstudien).

## Metod och urval

I årets datainsamling ingår följande delundersökningar.

1. Internetpenetrationsstudie
2. Studie 1
3. Föräldrar och internet (FOI) / Barnen och internet (BOI)

### 1. Internetpenetrationsstudie

Syftet med denna undersökning har varit att kartlägga internetpenetrationen bland den svenska allmänheten. För detta ändamål har frågan om man använder internet eller ej, ställts via telefon baserat på ett obundet slumpmässigt urval bland den svenska allmänheten 16+ år.

Urvalet för denna undersökning är baserat på folkbokföringsregistret som omfattar alla personer som är folkbokförda i Sverige, både svenska och utländska medborgare. Urvalsleverantören har sedan med underlag från telefonoperatörer i Sverige genererat både fasta och mobila telefonnummer. Utifrån dessa folkbokförda personer med telefonnummer har urvalsleverantören därefter levererat ett slumpmässigt urval för undersökningen. Nix-nummer har inte sorterats bort. Intervjuerna genomfördes under perioden 20 november 2025 – 11 januari 2026. Totalt har det genomförts 1 714 telefonintervjuer. Telefonintervjuerna har genomförts 5 dagar i veckan, måndag-torsdag samt söndag, med upp till 10 kontaktförsök.

## 2. Studie 1

För Studie 1 användes primärt Novus webbpanel, även kallad Sverigepanelen, för datainsamling. Novus Sverigepanel består av cirka 60 000 aktiva medlemmar i huvudsak i åldern 18–89 år, men även i viss mån 90+ år, spridda över hela landet. Denna del har dessutom omfattat intervjuer från en delstudie kallad *Barnen och internet* (BOI). Se mer om BOI under punkt 3 nedan.

Inför undersökningen drog Novus ett stratifierat urval ur sin webbpanel i målgruppen allmänheten 16+ år. Totalt genomfördes 2 944 intervjuer under perioden 2–19 januari 2026. Deltagarfrekvensen uppgick till 59 procent. Utöver de 2 944 intervjuerna genomfördes också 682 kompletterande intervjuer med barn/ungdomar 8–19 år samt med två små kompletterande målgrupper insamlade per telefon; sällananvändare (72 intervjuer), det vill säga de som inte använder internet dagligen, och icke-användare (78 intervjuer), det vill säga de som inte använder internet alls.

Anledningen till de kompletterande intervjuerna med sällananvändare är för att det i internetpenetrationsstudien (se punkt 1) framgår att andelen sällananvändare är något underrepresenterade i webbpanelen och ska ligga på cirka 4 procent. Gruppen sällananvändare består nästan uteslutande av personer i åldern 65 år eller äldre. Dessa kompletterande telefonintervjuer genomfördes med målgruppen 65+ år, under perioden 19 december 2025 – 15 januari 2026.

Resultaten i samtliga studier är viktade mot kända populationstal (enligt SCB och Valmyndigheten) med avseende på kön, ålder, utbildning, geografi (NUTS2), valresultat i valet 2022. Dessutom viktas data mot internetanvändningsfrekvens (enligt internetpenetrationsstudien, se ovan).

Rekryteringen till Novus webbpanel sker med obundna slumpmässiga urval bland alla folkbokförda i Sverige, främst via postala utskick och SMS men även telefonintervjuer. Novus vårdar sin webbpanel genom så kallad Panel Management. Det innebär bland annat att Novus ser till att respondenterna inte kan delta i för många undersökningar under en kort period, och inte heller i flera liknande undersökningar.

Notera att befolkningen i allmänhetsundersökningar som denna, är den svensktalande, internetanvändande befolkningen som är förmögna att svara på en undersökning antingen via telefon eller webb. Det innebär att man inte får med de som (ännu) inte behärskar det svenska språket, de som lider av demens, har läs- och talsvårigheter eller av andra skäl inte kan svara eller nås.

## 3. Föräldrar och internet (FOI) / Barnen och internet (BOI), 8–19 år

Totalt genomfördes 1 323 intervjuer med föräldrar respektive barn, där 619 intervjuer är med föräldrar till barn i åldern 8–19 år och 704 intervjuer med barn i åldern 8–19 år.

Föräldrar till barn i målgruppen 8–19 år har också valts ut slumpmässigt ur Novus Sverigepanel (se mer om metoden under Studie 1) för en egen intervju. I det fall föräldern haft flera barn i målgruppen har de ombetts besvara undersökningen utifrån det barn som senast fyllde år. Totalt genomfördes 619 intervjuer med föräldrar under perioden 2–19 januari 2026. Deltagarfrekvensen uppgick till 57 procent bland intervjuer med föräldrar. Resultaten för FOI har viktats efter barnets ålder och kön.

Barnen 8–19 år har rekryterats bland slumpmässigt utvalda föräldrar i Novus Sverigepanel (se Studie 1 ovan). Novus har skickat ut undersökningen till föräldrarna som godkänt att deras barn deltar och föräldrarna har sedan vidarebefordrat webbenkäten till sitt barn.

Totalt genomfördes 704 intervjuer med målgruppen 8–19 år under perioden 2–19 januari 2026. Om föräldrarna hade flera barn i målgruppen frågade Novus efter det barn som senast fyllde år. Eftersom det inte går att veta exakt hur många föräldrar som totalt bjöd in sitt barn så är det heller inte möjligt att redovisa en korrekt deltagarfrekvens för denna målgrupp. Resultaten för BOI har viktats inom ramen för de parametrar som Studie 1 viktats mot.

### Om Novus Group International

Novus Group International är ett analys- och undersökningsföretag som grundades 2006 och har sitt huvudkontor i Stockholm. Bolaget är noterat på Spotlight Stock Market. Novus är medlem i Esomar – European Society for Opinion and Market Research – och följer branschens anvisningar om god undersökningsetik.

För undersökningens delar som avser telefonintervjuer har Novus samarbetat med Norstat Sverige AB. Företaget grundades 1997 och har sitt säte i Stockholm. Norstat är en av de största och ledande datainsamlarna för marknadsundersökningar i Europa.

Alla system, processer och rutiner är i enlighet med ESOMARs uppförandekod.

### Om Internetstiftelsen

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

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

### Om Svenskarna och internet – Historik

Studien *Svenskarna och internet* startade år 2000. Startskottet var att World Internet Institute började samla in data om hur den svenska befolkningen använder informations- och kommunikationsteknik samt hur detta påverkar enskilda individer, familjer och samhället. Sedan år 2010 är Internetstiftelsen huvudman för studien. Svenskarna och internet har alltså följt utvecklingen av internetanvändning och digitalisering i samhället under mer än 20 års tid.

För att undersökningen ska innehålla aktuell och relevant data behöver metod, frågeuppställningar och frågeformuleringar ses över och uppdateras i takt med digitaliseringen. År 2021 togs därför en reviderad metod för penetrationsmätning av internetanvändandet fram. Detta för att få en så representativ fördelning bland befolkningen och i synnerhet för att ännu mer precist kunna skatta de alltmer smala målgrupperna sällan- och icke-användare av internet.

Av samma anledning ändrades då även frågeuppställningar och frågeformuleringar för så kallade "frekvensfrågor" där vi frågar om hur ofta något har använts, exempelvis sociala medier. Dessa frågor avgränsas från 2021 i tid och avser användning under de senaste 12 månaderna. Syftet med avgränsningen är att enbart ringa in aktuell användning och därmed exkludera eventuell användning som skett mer än ett år tillbaka i tiden. Denna förändring var nödvändig i takt med att allt fler tjänster är så pass väletablerade och att andelen som någonsin varit användare med



tiden blir alltför stor och att frågeställningen därmed riskerar att tappa relevans över tid.

De nya uppdateringarna säkerställer att undersökningsresultatet framåt fortsätter att vara aktuellt och relevant. Förändringarna innebär dock att de berörda frågorna blir svårare eller inte möjliga att jämföra med data bakåt i tiden, före år 2021, vilket är viktigt att ha i åtanke.

### **Om World Internet Project (WIP)**

*Svenskarna och internet* är den svenska delen av *World Internet Project (WIP)*, ett internationellt forskningsprojekt som följer internets spridning och användning runt om i världen. Antalet deltagande länder ökar för varje år och nu har projektet ett trettiotal medlemsländer. Varje partner i respektive land finansierar sin egen verksamhet i projektet. De nationella urvalen är representativa urval av befolkningen. I frågepaketen finns flera gemensamma frågor för alla länder, de så kallade Common Questions. Dessa är formulerade likadant i varje land för att skapa jämförbara resultat.

Den svenska studien startade år 2000 då World Internet Institute började samla in data om hur den svenska befolkningen använder informations- och kommunikationsteknik samt hur detta påverkar enskilda individer, familjer och samhället. Sedan år 2010 är Internetstiftelsen huvudman för studien.

### **Författare**

*Svenskarna och internet 2026* är skriven av Jenny Andersson och Tobias Wranger, Insight Managers på Internetstiftelsen med hjälp av Jakob Bäck, Digital Content Specialist, på Internetstiftelsen.

### **Upphovsrätt**

Texten och bilderna i *Svenskarna och internet 2026* skyddas enligt lag om upphovsrätt och tillhandahålls med licensen [Creative Commons, Erkännande, icke kommersiell, inga bearbetningar 4.0 Internationell](#).

Graferna i rapporten tillhandahålls med [Creative Commons licensen CC Erkännande 4.0 Internationell](#).

*Svenskarna och internet* är en unik undersökning av hur vi svenskar använder nätet. I årets rapport följer vi hur AI förändrat svenskarnas digitala vardag. Vi undersöker användningen av digitala samhällstjänster som Bank-id och digital brevlåda, följer utvecklingen av sociala medier och kommunikationstjänster, samt belyser fenomenet "digital detox" och vilka olika etikettsregler som vuxit fram kring mobilen.

*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 som verkar för att internet ska bidra positivt till människor och till samhället. Internetstiftelsen säkerställer en robust och säker internetinfrastruktur som möter dagens och framtidens behov i Sverige, samtidigt som man främjar forskning, utbildning och undervisning med inriktning på internet.

Internetstiftelsen ansvarar för internets svenska toppdomän .se, samt drift och administration av toppdomänen .nu. Intäkterna från denna verksamhet finansierar allmännyttiga insatser.

Genom satsningar bidrar Internetstiftelsen till att öka digital kompetens och resiliens i samhället, stärka kunskapen om internetanvändning och dess påverkan på individ och samhälle, samt utveckla identitets- och behörighetslösningar som förenklar inloggning och stärker säkerheten.

Internetstiftelsens vision är att alla i Sverige vill, vågar och kan använda internet.

Exempel på våra satsningar är:

- Den här rapporten, *Svenskarna och internet*
- Rapporten om ungas digitala liv, *Barnen och internet*
- Lärresursen *Digitala lektioner*
- Folkbildningssatsningen *Internetkunskap*
- Det digitala museet *Internetmuseum*
- Mätverktyget *Bredbandskollen*

