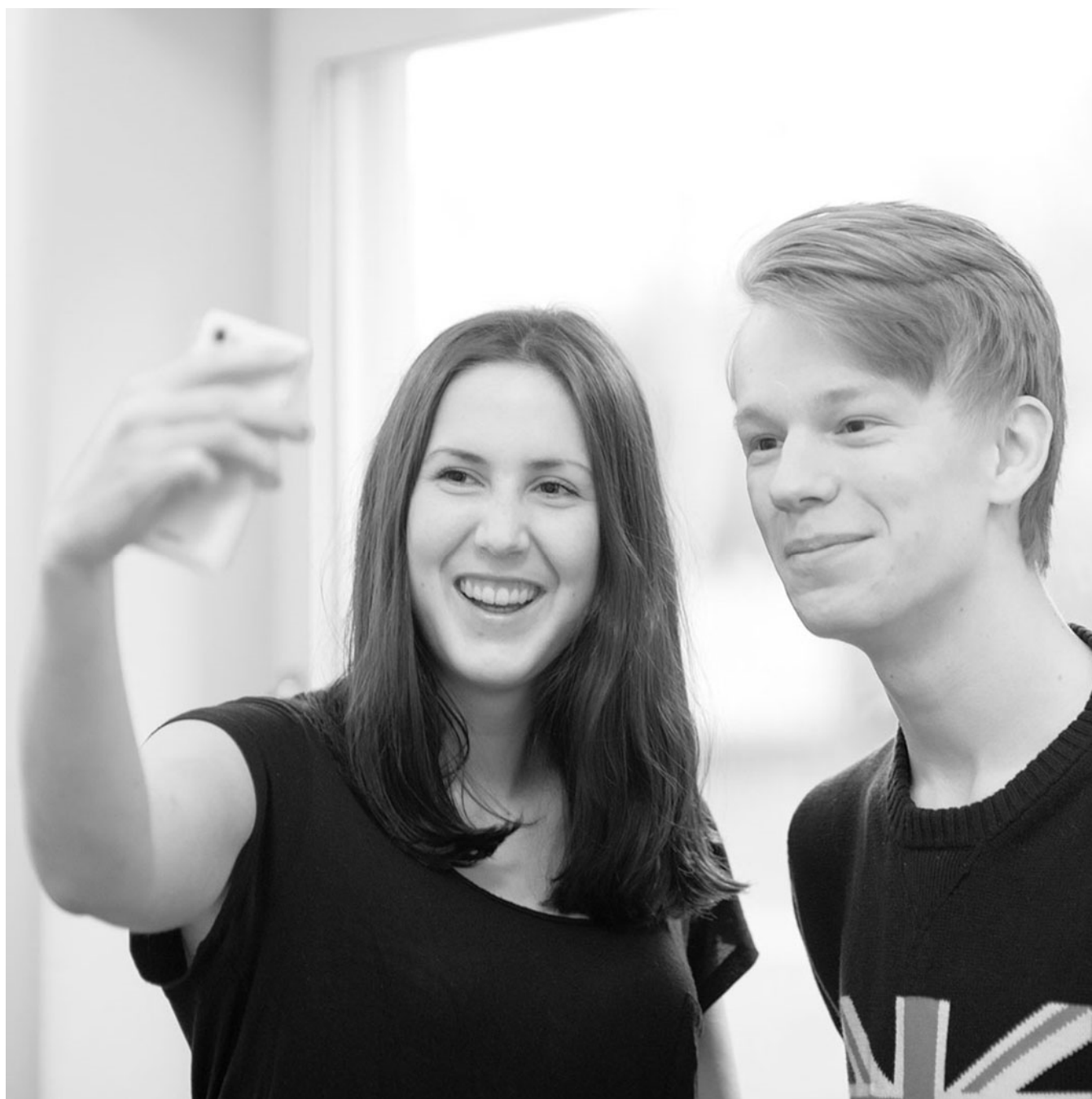


# Svenskarna och internet 2015



Utdrag om sociala medier



Version 1.0 2015

Olle Findahl och Pamela Davidsson

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

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

Författare: Olle Findahl och Pamela Davidsson

Fotograf: Kristina Alexanderson

Första upplagan

Internetstiftelsen i Sverige, IIS ansvarar för internets svenska toppdomän .se. IIS är en oberoende allmännyttig organisation som verkar för en positiv utveckling av internet i Sverige.

Organisationsnummer: 802405-0190

## 05. Sociala medier

Facebook är fortfarande det sociala nätverk som dominerar, hela 70 procent av internetanvändarna använder Facebook åtminstone någon gång och nästan alla som besöker sociala nätverk besöker också Facebook.

Bildbaserade nätverk får allt större spridning, särskilt bland de unga. Instagram ökar mest, totalt 40 procent av internetanvändarna använder nu tjänsten. Snapchat används däremot främst av tonåringar.

Både Twitter och LinkedIn används av en av fem internetanvändare. Men ännu är det traditionell e-post och korta snabbmeddelanden som dominerar den dagliga kommunikationen på internet.

### Nära hälften använder Facebook varje dag

I flera år har det spekulerats om när Facebook ska börja tappa sin dominerande ställning bland de olika sociala nätverken. Hittills har det inte skett utan andelen som är medlemmar på Facebook har ökat något för varje år och 2015 är inget undantag. 2012 var det 64 procent av internetanvändarna som någon gång besökte Facebook. Det steg sedan till 66 procent 2013, 68 procent 2014 och är nu uppe i 70 procent.

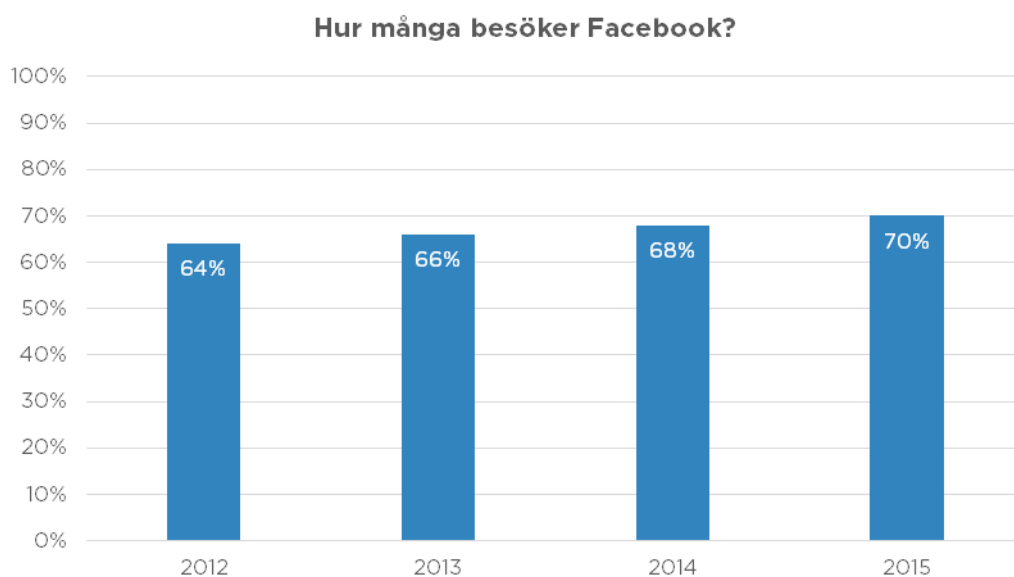


Diagram 5-1. Andel internetanvändare (+12 år) som någon gång besökt Facebook 2012-2015.

Denna ökning beror främst på att allt fler äldre börjat besöka Facebook. Det uppväger den minskande populariteten som Facebook fått bland de unga (12-15 år). Bland de yngsta har, sedan flera år, alternativa bildbaserade nätverk som Instagram, Snapchat, Kik med flera fått stor spridning samtidigt som Facebook inte används lika frekvent (se diagram 5-8).

Men nästan alla som är lite äldre, över 15 år, besöker Facebook och de gör det dagligen. Facebook används således av de flesta och det besöks flitigt.

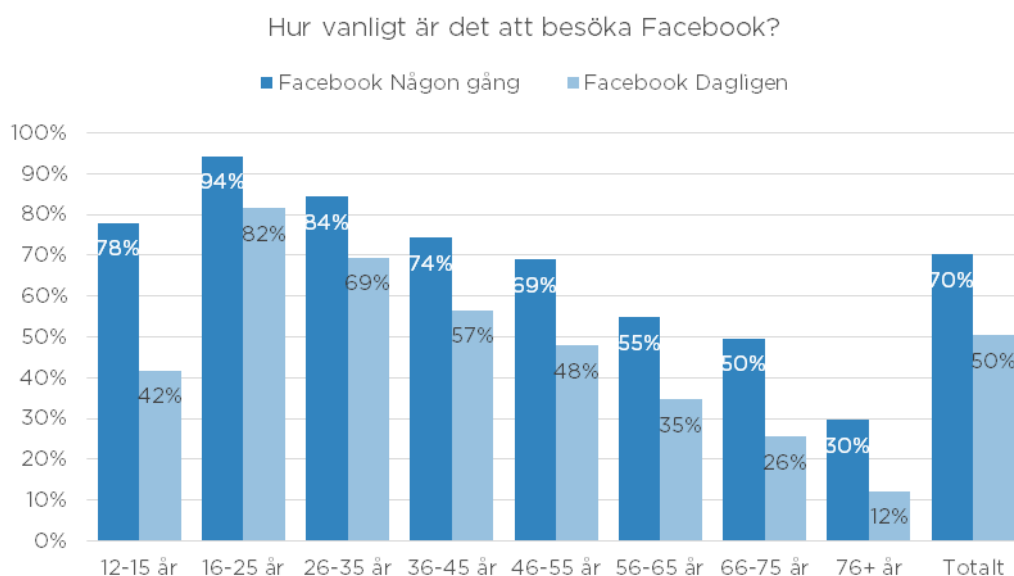


Diagram 5-2. Andel av internetanvändarna (12+ år) som besökt Facebook dagligen eller någon gång 2015.

Totalt sett över alla internetanvändare är Facebook helt dominerande och nästan alla som besöker sociala nätverk, besöker också Facebook. Undantaget är de unga mellan 12-15 år.

Bland de medelålders och äldre är Facebook helt dominerande. Här har det i år skett en ökning bland de över 55 år, medan nivåerna för de under 55 år är ungefär desamma som tidigare år.

2012 besökte 37 procent av internetanvändarna i åldern 56-65 år åtminstone någon gång Facebook, idag är det 55 procent som gör det. Bland de yngre pensionärerna (66-75 år) som använder internet var det 2012 32 procent som besökte Facebook, idag är det 50 procent.

Även bland de äldsta internetanvändarna besöker 30 procent Facebook, men eftersom många i den åldern inte använder internet utgör Facebook-besökarna 13 procent av den äldsta åldersgruppen.

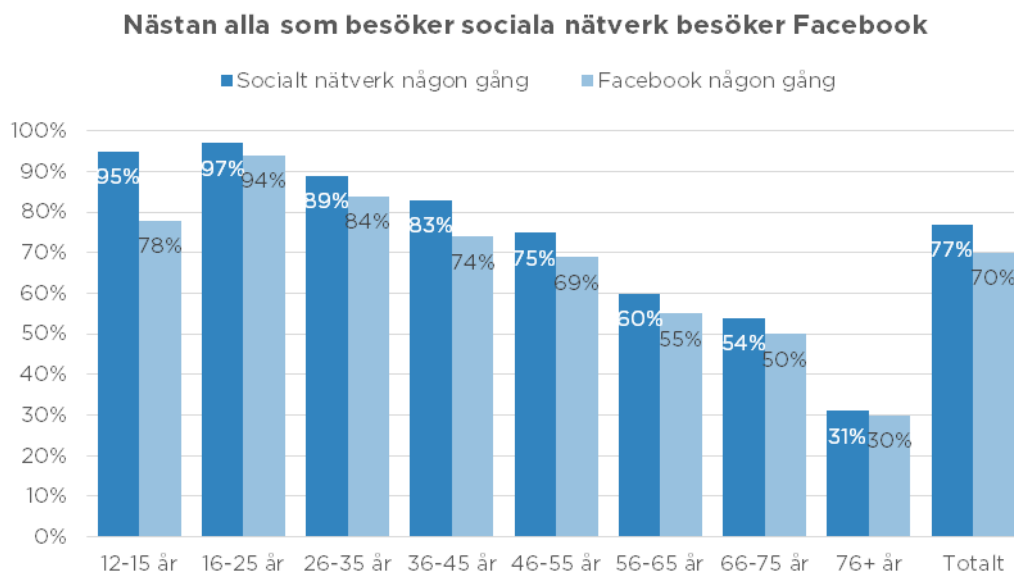


Diagram 5-3. Andelen av internetanvändarna som besökt ett socialt nätverk och som besökt Facebook 2015.

## Instagram ökar mest

Instagram används flitigast av de unga, men 40 procent av de i åldern 36-45 år använder också Instagram någon gång.

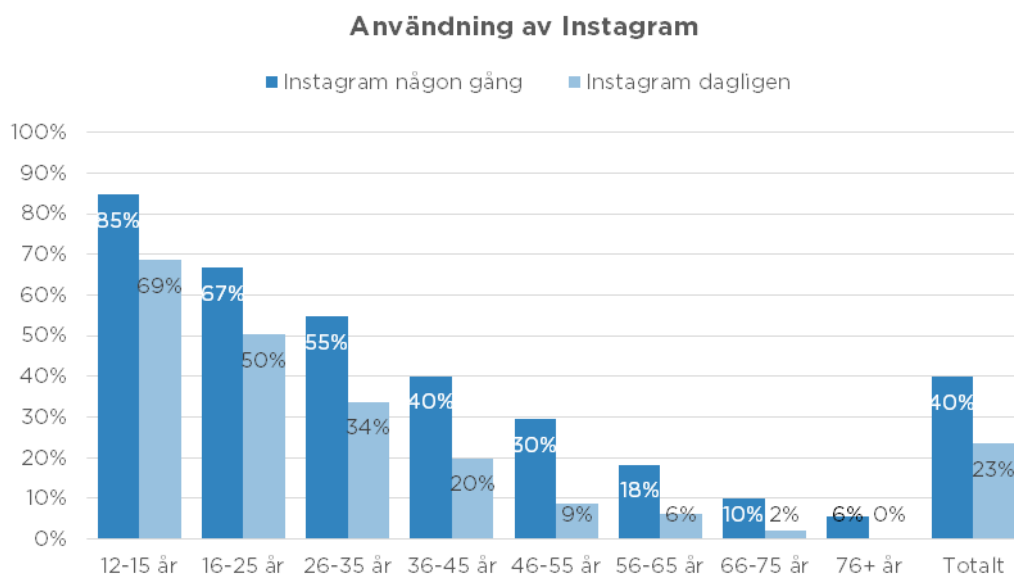


Diagram 5-4. Andelen av internetanvändarna som använder Instagram dagligen och någon gång 2015

Användningen av Instagram fortsätter att öka med raketfart i alla åldrar. Den årliga ökningen har varit 12 procentenheter, från 16 procent 2013 till 28 procent 2014 och nu 40 procent 2015.

Det är 40 procent av alla internetanvändare som använder Instagram 2015 och det är nästan en fjärdedel, 23 procent, som gör det dagligen. Men det är stor skillnad mellan åldersgrupperna. Med stigande ålder är det färre och färre som använder Instagram. Man kan något förenklat säga att för varje 10-årsgrupp upp i ålder minskar Instagramanvändandet med tio procentenheter. Det är fler kvinnor än män som använder Instagram i alla åldersgrupper. De flitigaste Instagram-användarna är de yngre tonårstjejerna, 12-15 år, där 83 procent använder Instagram dagligen.

## Snapchat domineras av tonåringar

Snapchat, är ett annat sätt att kommunicera med bilder, men där försvinner bilden efter ett antal sekunder som man själv kan bestämma (1-10 sekunder). Bilden försvinner dock inte helt utan finns kvar i minnet.

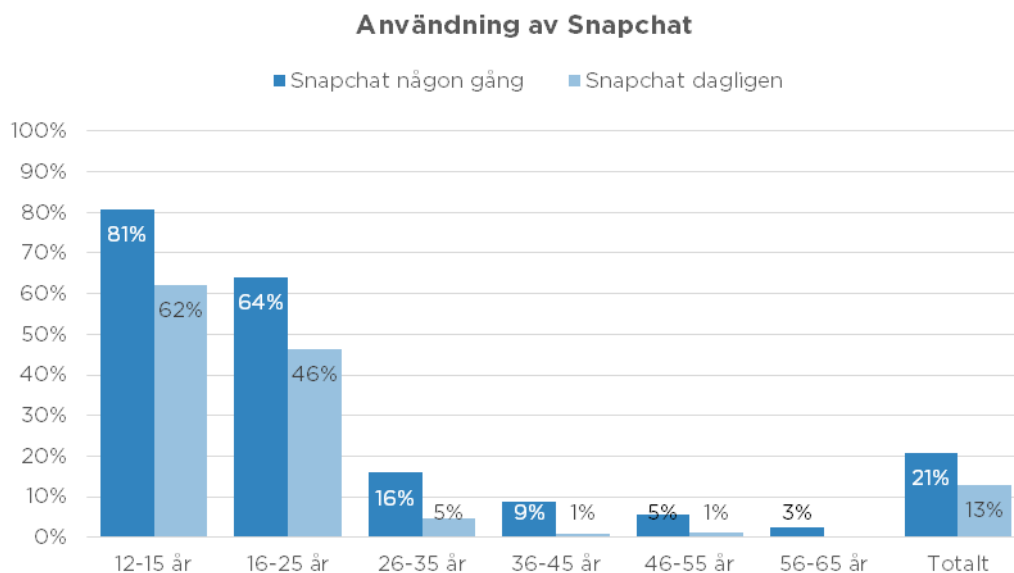


Diagram 5-5. Andelen av internetanvändarna som använder Snapchat dagligen och någon gång 2015.

Snapchat är en tjänst som de unga, 12-25 år, använder i nästan lika stor utsträckning som de använder Instagram. Fyra av fem 12-15 åringar använder Snapchat någon gång och tre av fem använder Snapchat dagligen.

De flitigaste Snapchattarna är 12-15 åringa flickor där så många som tre av fyra använder det dagligen. Dagliga Snapchatanvändare över 35 år är däremot sällsynta.

## En av fem använder LinkedIn

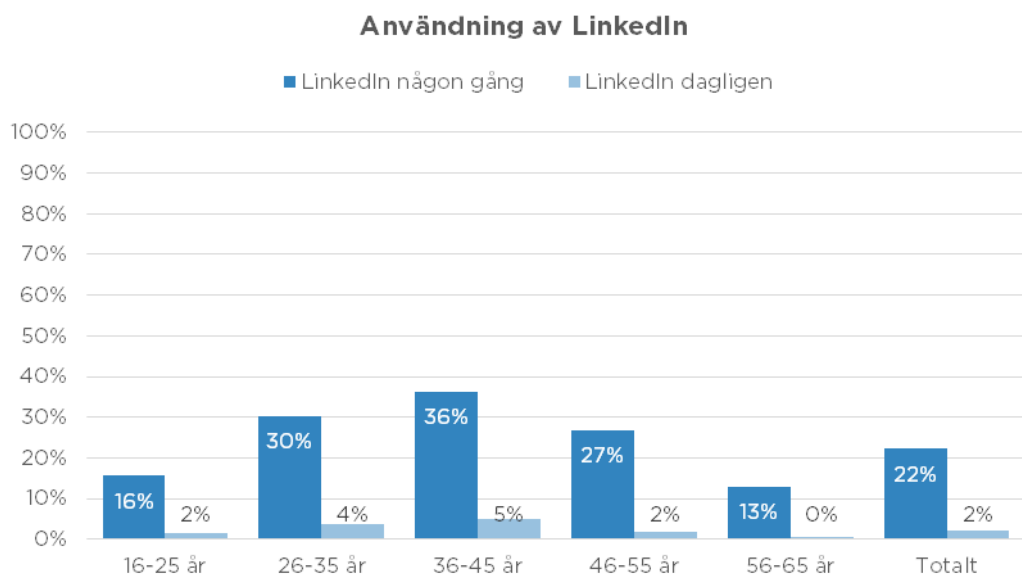


Diagram 5-6. Andelen av internetanvändarna som använder LinkedIn dagligen och någon gång 2015.

LinkedIn är det sociala nätverk som utmärker sig genom att inte ha majoriteten av sina användare i de yngsta åldersgrupperna. Totalt sett är det lika stor andel som använder LinkedIn som Twitter. Det är 22 procent som någon gång använder LinkedIn och 2 procent som gör det dagligen. Den dagliga användningen av LinkedIn är inte stor. De flitigaste dagliga besökarna hittar man bland de 36-45 åriga kvinnorna och de 26-35 åriga männen med 6 respektive 5 procent.



## Användningen av Twitter har fördubblats på tre år

Twitter är en mikroblogg med en utrymmesbegränsning på 140 tecken. Den har samma spridning som LinkedIn.

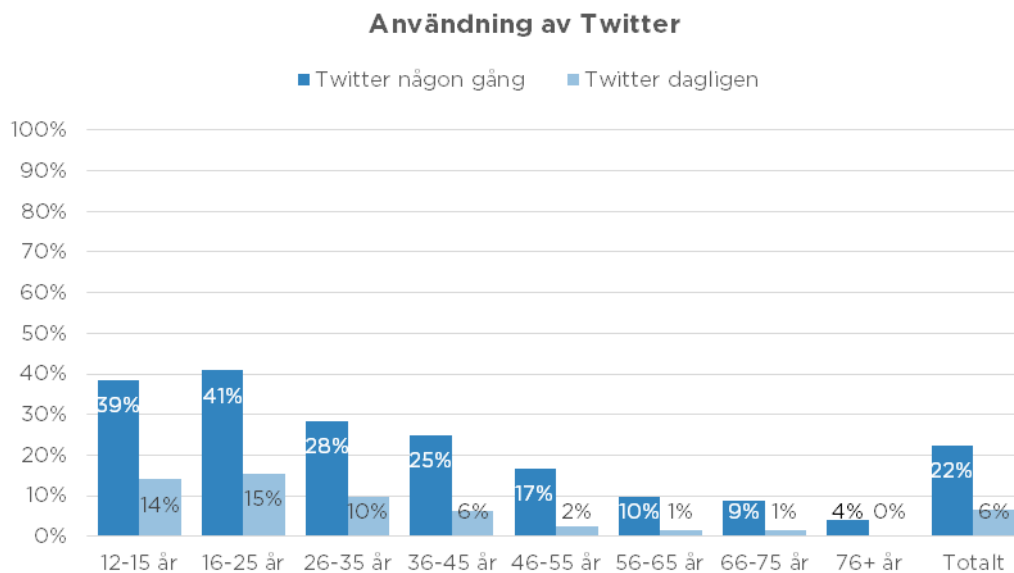


Diagram 5-7. Andelen av internetanvändarna som använder Twitter dagligen och någon gång 2015.

Även om användningen av Twitter nästan har fördubblats på tre år, från 12 procent 2012 till 22 procent 2015, är det inte ens var fjärde internetanvändare som någon gång använt tjänsten. De flitigaste användarna är unga män, 16-25 år, där 16 procent använder tjänsten dagligen. Dagliga Twitteranvändare över 55 år är däremot sällsynta. På det hela taget är Twitter ett av få sociala medier där andelen användare är högre bland män än bland kvinnor.

Skillnaden är här stor mellan den andel som besöker och följer Twitter eller andra mikrobloggar och de som själva deltar med inlägg. Det är mer än dubbelt så många som är följare än som aktivt deltar. 4 procent av internetanvändarna skickar en tweet (ett inlägg) åtminstone en gång i veckan, och 11 procent är under samma tidsperiod där och läser.

## Unga använder många olika sociala nätverk

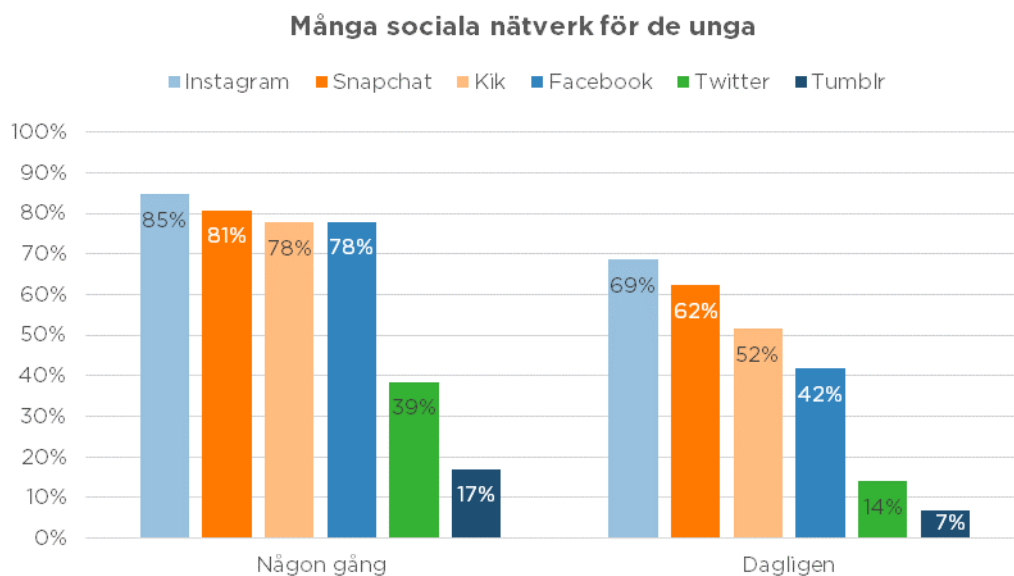


Diagram 5-8. Andelen av 12-15 åringar som besöker olika sociala nätverk någon gång och dagligen 2015.

I de yngre tonåren, 12-15 år, är det tre av fyra som någon gång använder ett flertal av de sociala nätverken. Populärast är Instagram med 85 procent följt av Snapchat med 81 procent, Kik med 78 procent och Facebook med 78 procent. Hälften så många, 39 procent, använder Twitter och 17 procent använder Tumblr. Det som är populärast att använda dagligen följer samma rangordning.

## De sociala nätverkens popularitet i olika åldersgrupper

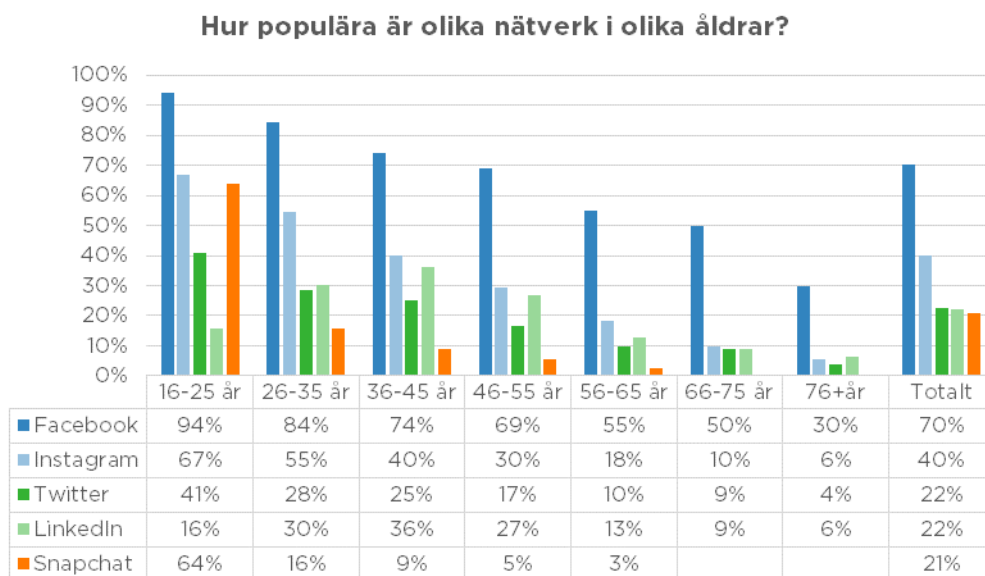


Diagram 5-9. Andelen av internetanvändare i olika åldrar som besöker olika sociala nätverk någon gång 2015.

I alla åldersgrupper över 16 år är Facebook det mest populära sociala nätverket följt av Instagram. I gruppen 16-25 år kommer Snapchat på tredje plats medan LinkedIn intar den tredje platsen i alla övriga åldersgrupper. Twitter kommer sedan på fjärde plats i popularitet.

## E-post och meddelanden dominerar kommunikationen på internet

Direkt kommunikation via traditionell e-post och korta snabbmeddelanden (instant messages) via olika tjänster dominerar fortfarande den dagliga kommunikationen på internet. Men alternativen att via olika sociala nätverk vända sig till många ökar hela tiden. Här är följarna mångdubbelt fler än de som själva skriver och postar.

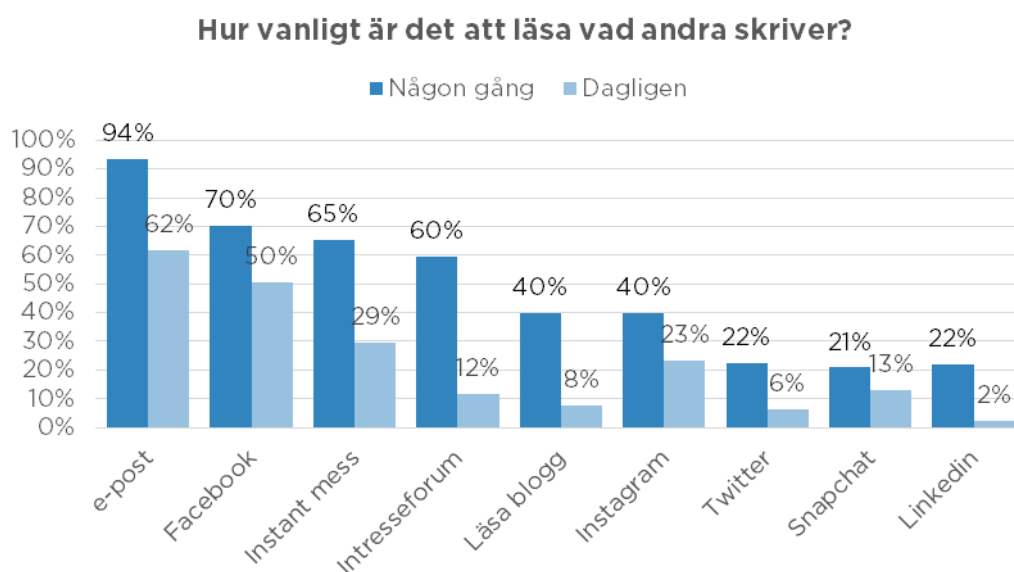


Diagram 5-10. Andelen av internetanvändare (12+ år) som läser vad andra skriver 2015.

## Bloggandet bland unga kvinnor minskar

Vanliga bloggar, utan begränsning i utrymmet, läses av 40 procent av internetanvändarna. Så har det sett ut under många år. Här är det, som tidigare, de unga kvinnorna som dominerar.

Men ser vi lite närmare hittar vi förändringar bland de yngsta upp till 25 år. Andelen av flickorna 12-15 år som någon gång läser en blogg har minskat från 81 procent 2012 till 62 procent 2015, och de som själva någon gång skriver på en blogg har minskat från 23 procent 2012 till 5 procent idag. Över hälften av flickorna i åldern 12-25 år skrev eller hade skrivit på en egen blogg 2012.

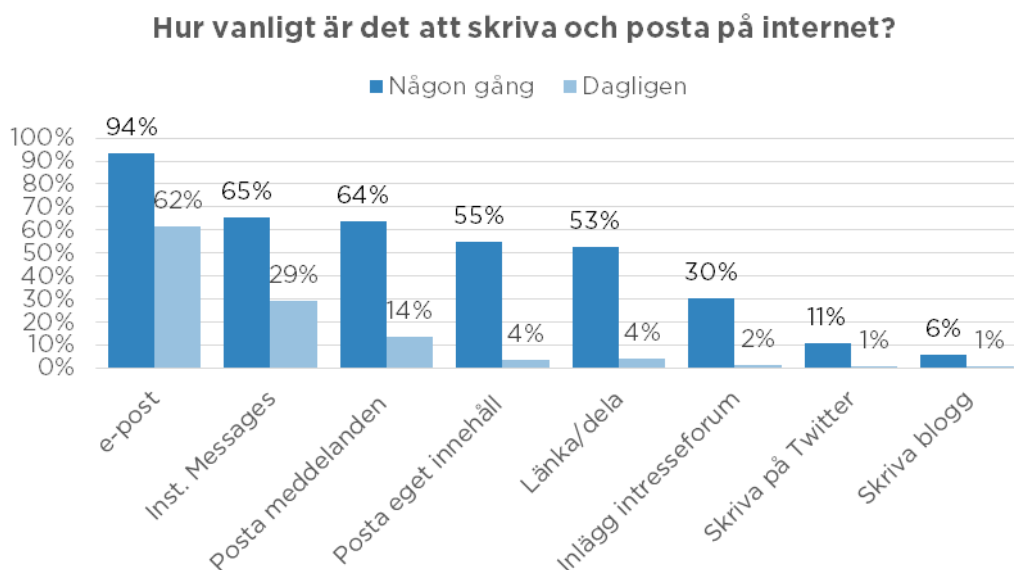


Diagram 5-11. Andelen av internetanvändare (12+ år) som själv skriver eller delar på olika sociala nätverk och kommunikationskanaler 2015.

## Unga är mest aktiva på de sociala nätverken

De yngre är mer aktiva än de äldre på de sociala nätverken. De yngsta, 12-25 år, tillhör de mest aktiva att uppdatera sig och posta eget innehåll (till exempel text, bild eller video). Hälften (52%) uppdaterar sig och var tredje (33%) postar eget innehåll åtminstone någon gång i veckan.

Hälften av 12-55 åringarna som besöker sociala nätverk postar någon gång i veckan meddelanden och kommentarer och en tredjedel i åldern 16-35 år skickar vidare eller delar material med andra.

Det är inte de yngsta som är mest aktiva utan de som är lite äldre, 16-45 år. Kvinnorna är genomgående både mer frekventa besökare och mer aktiva skribenter än männen.

## De flesta är inte särskilt aktiva att uppdatera och dela

Även om en del unga är aktiva på de sociala nätverken med att uppdatera och kommentera andras inlägg så är huvuddelen av de som någon gång gör ett besök inte särskilt aktiva. Mer än hälften (57%) av de som besöker Facebook uppdaterar sig någon gång i månaden eller mer sällan.

De flesta, tre av fyra (70%), är inte heller särskilt aktiva att dela och länka vidare intressanta saker som de sett. Majoriteten gör det högst någon gång i månaden eller mer sällan.

**Varje ny .se-adress bidrar till utvecklingen av internet**

Internetstiftelsen i Sverige, IIS ansvarar för internets svenska toppdomän och administrerar registreringen av domännamn under .se och .nu.

Överskottet från registreringsavgifterna för domännamn investeras i internetutveckling som gagnar alla internetanvändare, bland annat den här rapporten!

Detta är ett försläpp från IIS årliga rapport **Svenskarna och internet 2015** som släpps den 11 november 2015.