

Svenskarna och internet 2017



Undersökning om svenskarnas internetvanor



Version 1.0

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: Pamela Davidsson och Anders Thoresson

Redaktör: Matti Palm

Fotograf: Kristina Alexanderson

Första upplagan

IIS (Internetstiftelsen i Sverige) 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

Innehållsförteckning

| | |
|---|-----|
| Inledning | 4 |
| Sammanfattning | 5 |
| 1 Allmänt om internetutvecklingen..... | 9 |
| 2 Barn och internet..... | 22 |
| 3 Internet på arbetet..... | 29 |
| 4 Kommunikation och sociala plattformar | 35 |
| 5 Titta, lyssna, läsa | 57 |
| 6 Söka och värdera information..... | 78 |
| 7 E-handel och banktjänster | 86 |
| 8 Spel, sex och dejting | 95 |
| 9 Barns digitala kompetens..... | 104 |
| 10 Vuxnas digitala kompetens | 119 |
| Om rapporten | 131 |

Inledning

Internets utveckling är en av de starkaste krafter som förändrat världen de senaste två decennierna. Vi på Internetstiftelsen i Sverige, IIS, ansvarar för .se-domänen och driften av .nu-domänen. Det kan beskrivas som kärnan i det svenska internet. Vi är en oberoende, allmännyttig organisation som arbetar för en positiv utveckling av internet. Vi främjar forskning, utbildning och undervisning med inriktning på internet. Med den här undersökningen, *Svenskarna och internet 2017*, vill vi bidra med fakta och insikter om hur användningen av internet och digitala tjänster utvecklas och hur internet bidrar till samhällets och näringslivets utveckling i Sverige. För att på så sätt ge förutsättningar till att digitaliseringen av det svenska samhället och näringslivet sker på välinformerad grund.

Flera av frågorna har vi ställt årligen sedan år 2000. Därför blir statistiken mer heltäckande för varje ny utgåva av rapporten. Samtidigt tillkommer många nya spännande frågor genom åren i samband med att vi och internet förändras. När tillgång till internet blir en självklarhet är det vår roll att gräva djupare i hur det används i detalj.

När vi började, för 17 år sedan, använde bara varannan svensk internet. I dag är internet en stor del av så gott som alla svenskars vardag, såväl fritid som arbete, studier och myndighetskontakter. Dagens unga har aldrig levt utan internet och även för oss som var med tidigare kan det vara svårt att tänka sig hur vi skötte allting före internet.

Även om materialet i rapporten är omfattande så är det ett urval av den statistik vi samlat in. Därför hoppas jag, som statistikansvarig och inbiten siffernörd, att många tar en titt på tabellbilagorna. Där kan du se och sortera frågorna i undersökningen fördelat på bakgrundsvariabler, som ålder, kön, utbildning och sysselsättning. Du hittar tabellbilagorna i Excelformat på www.svenskarnaochinternet.se, där även hela den här rapporten finns.

Pamela Davidsson
Projektledare Svenskarna och internet 2017
Stockholm i oktober 2017

Svenskarna och internet 2017 finns i webbversion.
På www.svenskarnaochinternet.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.

Sammanfattning

Nu använder alla internet

Svenskarna är ett allt mer digitaliserat folk. I undersökningen *Svenskarna och internet* kommer vi allt oftare upp i 100 procents användning av både internet generellt och olika digitala tjänster. I årets undersökning är det dags att konstatera att så gott som alla använder internet upp till pensionsåldern. Även i den äldsta gruppen, 76 år och äldre, är mer än hälften internetanvändare.

16–25-åringarna slår i taket med 100-procentig användning av smart mobiltelefon, musik via internet, film på nätet och användning av chatt-tjänster.

Allt fler har bredband via fiber hemma, och användningen av bredbands-krävande tjänster som att titta på film och ha videosamtal ökar.

I årets undersökning har vi ställt frågor om hur man upplever sin internetanvändning – om oro och säkerhet, kunskapsnivå och förmåga att värdera innehåll. Litar deltagarna i undersökningen på innehållet de ser på internet? I ett så digitaliserat samhälle som det svenska är förmågan att använda tekniken på ett kunnigt och medvetet sätt allt viktigare både för unga, vuxna och äldre.

Sammantaget ger undersökningen en bild av hur svenskarna värderar sin ”digitala kompetens”, ett begrepp som används både i skolans värld och i regeringens digitaliseringsstrategi.

En majoritet av de äldre använder internet (Kapitel 1 - Allmänt om internetutvecklingen)

Som vi har konstaterat har så gott som alla i Sverige tillgång till internet i sitt hem 2017. Yngre använder visserligen nätet oftare än äldre men i år visar vår undersökning för första gången att en majoritet (56 %) av vår äldsta åldersgrupp, de som är 76 år och äldre, använder internet. Äldre personer använder dock inte internet dagligen i lika hög grad som yngre. De har heller inte samma vana att använda internet i sin mobil dagligen som yngre personer. 21 procent, av de som är 76 år och äldre, gör det jämfört med 76 procent av befolkningen.

Det genomsnittliga antalet datorer i hushållen har för länge sedan planat ut medan surfplattorna fortsätter att bli fler. I år finns det i genomsnitt 1,2 surfplattor i svenska hushåll. I 62 procent av hushållen i Sverige finns idag såväl dator som smart mobil och surfplatta.

Bredband via fiber blir allt vanligare. Årets undersökning är den första där mer än hälften av hushållen (51 %) är uppkopplade till internet via fiber. Det vanligaste sättet att använda internet dagligen är dock via sin mobiltelefon.

Åtta av tio tvååringar använder internet (Kapitel 2 - Barn och internet)

Barns användning av internet fortsätter att öka. Redan vid två års ålder använder en stor majoritet internet, 79 procent. Framförallt tittar de på tv och video, men

det är också populärt att spela spel och använda läroappar. Vid sex års ålder använder 98 procent internet.

De minsta använder oftast surfplattor för att nå internet, 81 procent av 2-3-åringarna, med en lånad mobiltelefon på andra plats. Det är först i 10-11-årsåldern, när så gott som alla barn har en egen mobil, som internet i telefonen går om surfplattan.

När barnen kommer upp i skolåldern blir det vanligt att använda internet både för att söka information och som en del av skolarbetet. Redan vid åtta års ålder söker en majoritet av barnen efter information på internet. Vid nio års ålder använder en majoritet internet i skolarbetet.

De flesta läser jobbmail under semestern (Kapitel 3 – Internet på arbetet)

Tillgång till internet på arbetet fortsätter att öka något från redan höga nivåer och ligger nu på 93 procent. Unga använder dock internet på arbetet i mindre utsträckning än äldre (65 procent av 16-25-åringarna). Utbildningsnivå samvarierar starkt med att använda internet på arbetet.

Inom vissa yrkesgrupper, såsom finans samt it och kommunikation är internetanvändning i det närmaste 100 procent medan det är mindre vanligt inom hotell/restaurang samt transportbranschen.

Internet gör att arbetsplatsen och hemmet samt arbetstid och fritid glider ihop. Exempelvis är det vanligt att använda internet för att arbeta hemifrån. (64 procent gör det åtminstone någon gång.) De flesta, men inte alla som gör det, kan då vara mindre på sin arbetsplats. Andra exempel på hur arbetsliv och fritid glider ihop är att en majoritet av de som arbetar (51 %) numera läser e-post under sin semester och att fyra av fem (82 %) använder internet för privata ändamål på sin arbetsplats.

Facebook är störst, men nu använder fler än hälften Instagram (Kapitel 4 – Kommunikation och sociala plattformar)

Den överlägset vanligaste kommunikationstjänsten på internet är också den äldsta: e-posten (97 %). Andra tjänster utmanar dock. Att skicka och ta emot direktmeddelanden ökar stort. I år skickar nära varannan person direktmeddelanden varje dag.

Många fler än tidigare använder också internet för telefonsamtal. Även videosamtal ökar stort i årets mätning.

Andelen personer som använder det största sociala nätverket, Facebook, ökar. Men vi ser att den yngsta målgruppen, 12 till 15-åringar, inte har börjat använda Facebook i samma utsträckning som tidigare. Därför minskar användandet i den åldersgruppen stort det senaste året, från 67 procent till 54 procent. Den vanligaste aktiviteten bland de som använder Facebook är att skicka meddelanden via Messenger.

I årets undersökning ser vi för första gången att en majoritet av alla internetanvändare använder Instagram, det näst vanligaste sociala nätverket. Det

är stort bland yngre, framförallt tjejer. Så gott som alla 12–15-åriga tjejer, 97 procent använder Instagram.

Snapchat ökar stort i årets mätning och är en tjänst som används av en stor majoritet av såväl män som kvinnor upp till 25 års ålder. Sedan faller användandet snabbt med ökande ålder.

Så gott som alla under 25 använder Youtube (Kapitel 5 – Titta, lyssna, läsa)

Både att titta på rörlig bild och lyssna på innehåll på internet blir allt vanligare. När det gäller tittandet är Youtube den vanligaste tjänsten. Praktiskt taget alla unga personer under 25 år använder Youtube, en stor majoritet av dem dagligen.

Tittandet ökar även i tv-kanalernas playtjänster och på Netflix. 77 procent använder playtjänster och 46 procent använder Netflix.

När det gäller lyssnandet på innehåll växer såväl radio som poddradio och musik. Två tredjedelar av de som lyssnar på musik på internet gör det via Spotify.

Färre personer än tidigare använder fildelningstjänster varje månad. Fler betalar också för såväl musik som film än tidigare.

Yngre värderar information mer skeptiskt än äldre (Kapitel 6 – Söka och värdera information)

Internetanvändare söker efter allt från information i tidtabeller, nyheter och offentlig information till hälsa och bostäder. De allra flesta tycker att det är enkelt att hitta rätt sökord när de använder söktjänster, även om de yngsta och äldsta har något svårare.

Yngre personer värderar information på internet mer skeptiskt än äldre personer, som i större utsträckning anser att det mesta som de tar del av på internet är pålitligt. Yngre har också i större utsträckning fått utbildning i att värdera information på internet.

Nio av tio e-handlar (Kapitel 7 – E-handel och banktjänster)

Internetbank, mobilt BankID och Swish är tre tjänster som en stor del av befolkningen använder. Nästan alla använder internetbank. Många använder också mobilt BankID för att identifiera sig på nätet och användandet stiger för varje år. Betalappen Swish används av 66 procent av befolkningen.

E-handel är ett väletablerat sätt att köpa varor för nära nio av tio svenskar. Nästan alla internetanvändare mellan 26 och 55 år har köpt saker via internet som de fått levererade med post. Även bland de över 76 år har en majoritet handlat via internet. Lika vanligt som det är att handla varor är det att använda internet för att jämföra priser inför ett köp.

Åtta av tio unga män tittar på sexuellt innehåll på nätet (Kapitel 8 – Spel, sex och dejting)

Så gott som alla unga pojkar, 98 procent, spelar spel på internet. Med åldern sjunker spelandet men i medelåldern går kvinnorna om männen och bland äldre är det vanligare att kvinnor spelar spel på internet än män.

En stor majoritet av de unga männen tittar på sidor med sexuellt innehåll på internet (79 % av män 16–25 år). Men ju äldre de blir desto färre använder internet för att titta på sexuellt innehåll.

Unga nätdejtar i större utsträckning än äldre, nästan en tredjedel av 16–25-åringarna. 15 procent av de som har nätdejtat uppger att det har lett till att de blivit sambo eller gift sig.

Skolbarn uppger att de har lärt sig om källkritik (Kapitel 9 – Barns digitala kompetens)

Ju äldre barn blir, desto viktigare blir internet, såväl privat, som i skolan. Särskilt viktigt för studierna är det för äldre elever. Gymnasieelever uppger till och med att internet är viktigare för studier än i privatlivet.

Redan i mellanstadiet uppger en majoritet av barnen att de fått lära sig om källkritik på internet. På gymnasiet uppger över fyra femtedelar att de fått den kunskapen.

Lågutbildade, arbetslösa och sjukskrivna mindre delaktiga i informationssamhället (Kapitel 10 – Vuxnas digitala kompetens)

Den digitala kompetensen och den digitala delaktigheten är viktiga frågor hos både regeringen och skolan. Det är också viktiga faktorer för att bedöma hur nätet verkligen når ut till alla. Lågutbildade, arbetslösa och sjukskrivna känner sig mindre delaktiga i informationssamhället än personer med högre utbildning. De grupperna upplever det även som svårare att exempelvis söka efter information på internet.

Svenskarna och internet 2017 finns i webbversion.
På www.svenskarnaochinternet.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.

1 Allmänt om internetutvecklingen



- Så gott som alla i Sverige har tillgång till internet i sitt hem 2017. Det vanligaste sättet att använda internet dagligen är dock via sin mobiltelefon.
- Yngre använder nätet oftare än äldre men i år är det första gången vår undersökning visar att en majoritet av de som är 76 år och äldre svarar att de använder internet. Äldre personer använder dock inte internet dagligen lika ofta som yngre. De har heller inte samma vana att använda internet i sin mobil dagligen som yngre personer.
- Antalet datorer i hushållen har för länge sedan planat ut medan surfplattorna fortsätter att bli fler. I de flesta hushåll i Sverige idag finns också såväl dator som smart mobil och surfplatta.
- Bredband via fiber blir allt vanligare. Årets undersökning är den första där en majoritet av hushållen är uppkopplade till internet via fiber medan anslutningar via kabel-tv och ADSL-uppkopplingar blir allt ovanligare.

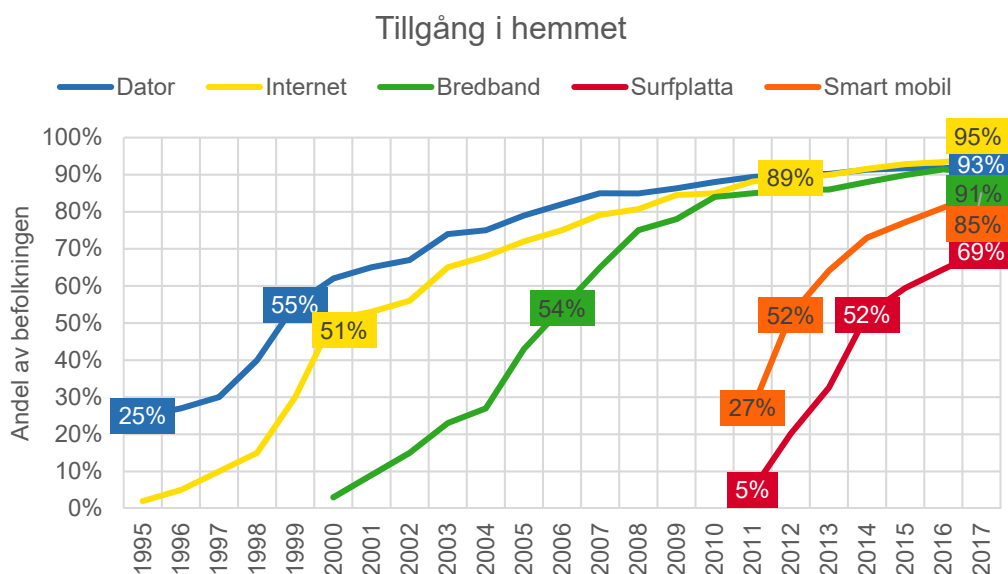


Diagram 1.1 Andel av befolkningen (12+ år) som har tillgång till dator, internet, bredband respektive surfplatta i hemmet, samt andel som har tillgång till en smart mobil. Åren 1995–2017.

Tillgången till internet, bredband, dator och surfplatta i hemmet har ökat konstant sedan 1995. 95 procent av alla svenskar över 12 år har idag tillgång till internet i hemmet. På så här höga nivåer är det naturligt att ökningstakten har planat ut. Det är dock drygt en procentenhet fler som svarar att de har internet hemma jämfört med 2016. Förändringar i den här storleksordningen i ett urval av 3 000 personer inte kan sägas vara statistiskt säkerställda. Slutsatsen i år är dock att så gott som alla nu har tillgång till internet i sitt hem. Man behöver dock inte gå särskilt långt tillbaka i tiden för att få en annan bild. För fem år sedan, 2012 hade 89 procent tillgång till internet hemma och vid millennieskiftet hade enbart varannan tillgång till internet hemma.

91 procent har tillgång till bredband hemma, vilket är samma nivå som för ett år sedan men mer än en fördubbling sedan 2005 då 43 procent hade bredband hemma.

93 procent av svenskarna har en dator i hemmet, vilket är en aning mer än förra året. För drygt 20 år sedan, 1995, fanns det datorer i 25 procent av alla hem. Andelen hushåll med dator har mer än trefaldigats på 20 år.

Det är alltså fler som har tillgång till internet hemma än vad det är som har datorer i hemmet. Numera behövs det ingen dator för att ansluta sig till internet.

Det är 98 procent av Sveriges befolkning som har en mobiltelefon och 85 procent av befolkningen har en smart mobil. Det är en ökning med 4 procentenheter sedan förra året (2016) då 81 procent av befolkningen hade en smart mobil.

Drygt två tredjedelar (69 %) av svenskarna har minst en surfplatta i hemmet. 2010 var surfplattan årets julklapp och i början av 2011, när de första mätningarna om surfplattor gjordes, var det bara 5 procent av hushållen som hade en surfplatta. Ökningen var snabb och redan 2014 fanns det surfplattor i mer än hälften av alla hushåll.

Internet hemma

I åldrarna upp till och med 65 år har minst 98 procent tillgång till internet hemma.

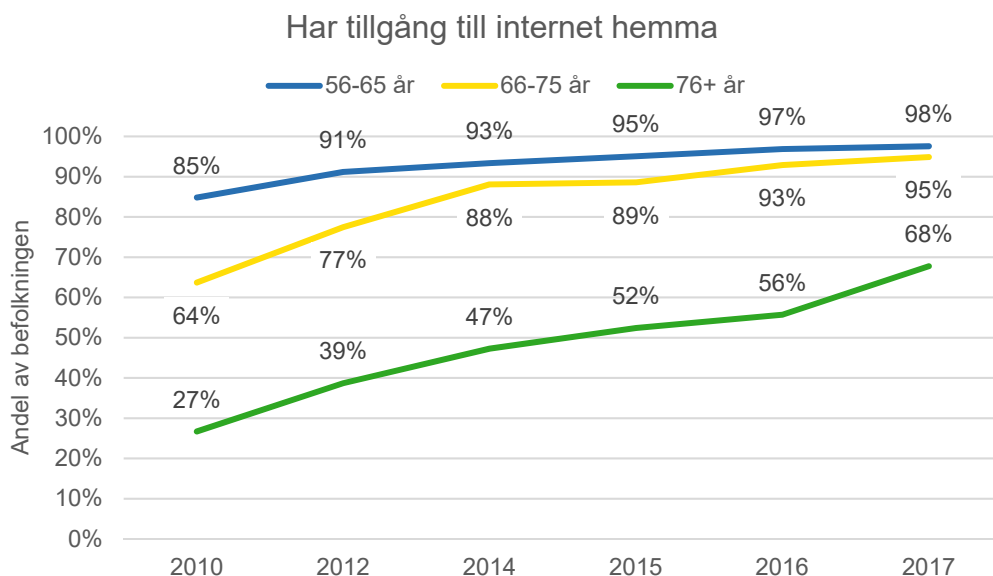


Diagram 1.2 Andel av befolkningen (56+ år) som har tillgång till internet hemma 2010-2017.

Ända upp i åldrarna 66-75 år är det så gott som alla, 95 procent, som har tillgång till internet hemma. Men bland den äldsta gruppen i undersökningen, de över 76 år, har enbart två tredjedelar (68 procent) tillgång till internet hemma. Nära en tredjedel är alltså utan internetuppkoppling i hemmet. Mer om dem kan man läsa i kapitel 10.

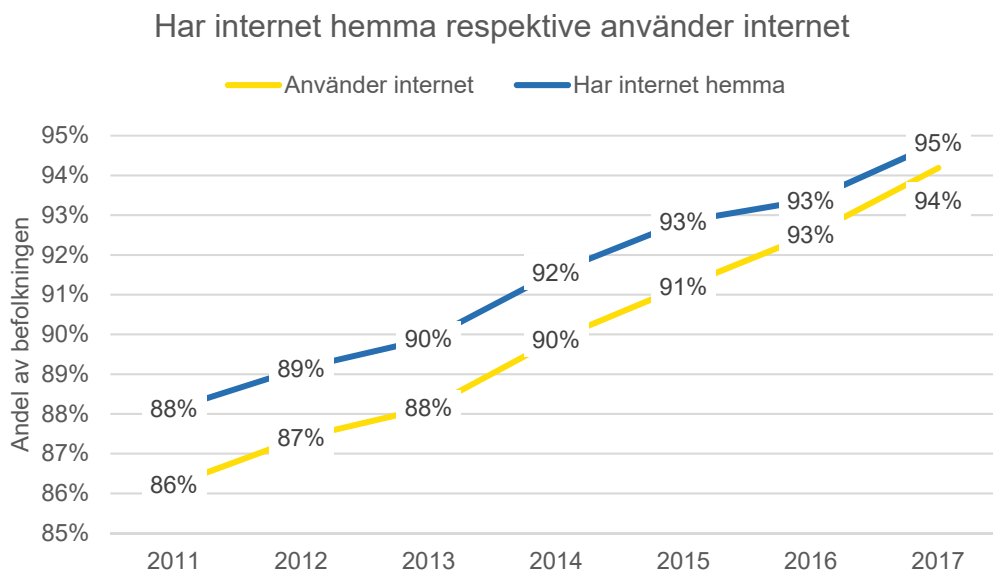


Diagram 1.3 Andel av befolkningen (12+ år) som har tillgång till internet hemma och som använder internet (oavsett plats) 2011-2017.

Det var 91 procent av befolkningen som vid intervjutillfället i mars 2017 hade använt en internetuppkoppling hemma "under den senaste månaden". Det motsvarar 96 procent av alla internetanvändare.

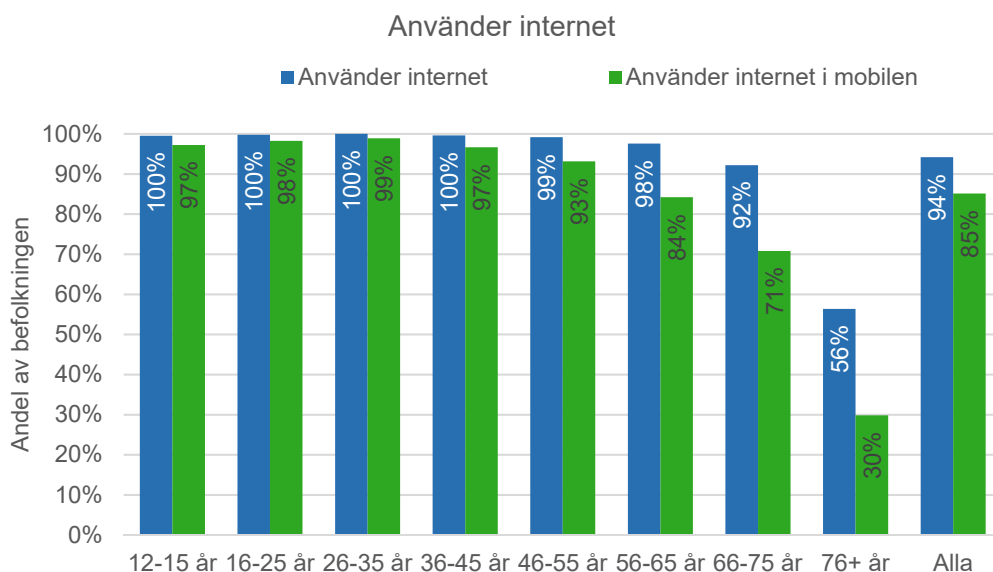


Diagram 1.4 Andel av befolkningen (12+ år) som minst någon gång använder internet respektive använder internet i mobilen 2017.

I åldrarna upp till 55 år använder så gott som alla internet (mer än 99 %). Sedan sjunker andelen internetanvändare med stigande ålder. 98 procent av de mellan 56 och 65 år använder internet. Sammantaget är det över 99 procent av befolkningen i arbetsför ålder, 16–65 år, som använder internet. I åldern 66–75 år använder 92 procent internet.

Bland befolkningen över 76 år, är det nu över hälften, 56 procent, som använder internet och 52 procent som använt det hemma senaste månaden. I den åldersgruppen är det 12 procent som inte använder internet trots att de har tillgång till det hemma.

Mer än 8 av 10 (85 %) av befolkningen använder internet i mobilen. I åldrarna upp till 55 år är det mer än 93 procent som använder internet i mobilen, men sedan sjunker användningen kraftigt med stigande ålder. 84 procent i åldern 56–65 år använder internet i mobilen, Drygt 7 av 10 (71 %) av 65–76-åringarna och nära var tredje (30 %) av de över 76 år använder internet i mobilen.

Använder internet i olika utrustning

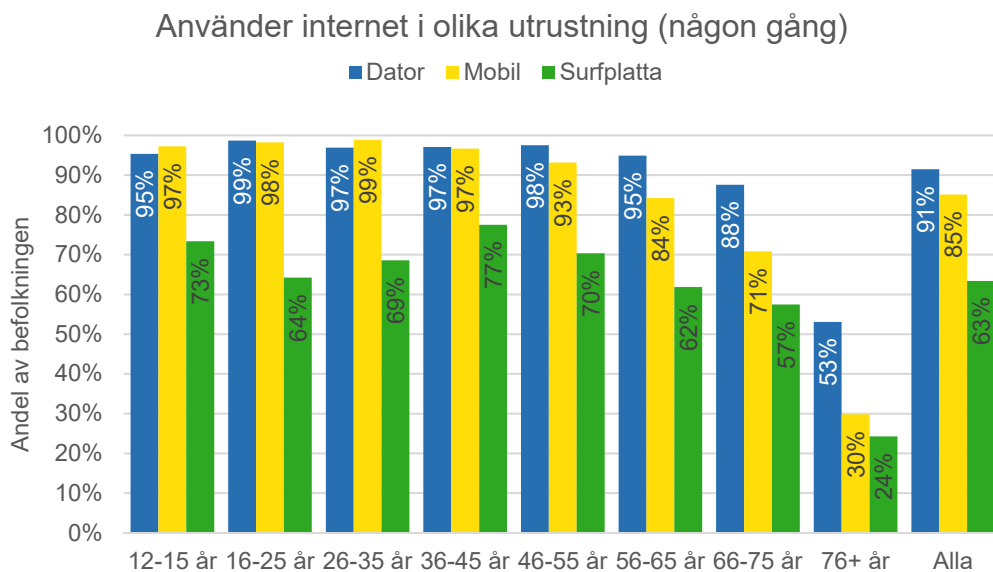


Diagram 1.5 Andel av befolkningen (12+ år) som någon gång använder internet i dator, mobiltelefon respektive surfplatta fördelat på ålder 2017.

I samtliga åldersspann mellan 12 och 45 år ligger internetanvändningen på 95 procent eller mer i såväl dator som mobiltelefon. I samma grupper använder över ungefär två av tre internet i surfplatta någon gång (mellan 64 och 77 procent). Bland de som är 46 år eller äldre är det fler som använder dator för att nå internet medan mobiltelefon inte är så vanligt. Oavsett ålder är surfplatta det minst vanliga att använda för att nå internet.

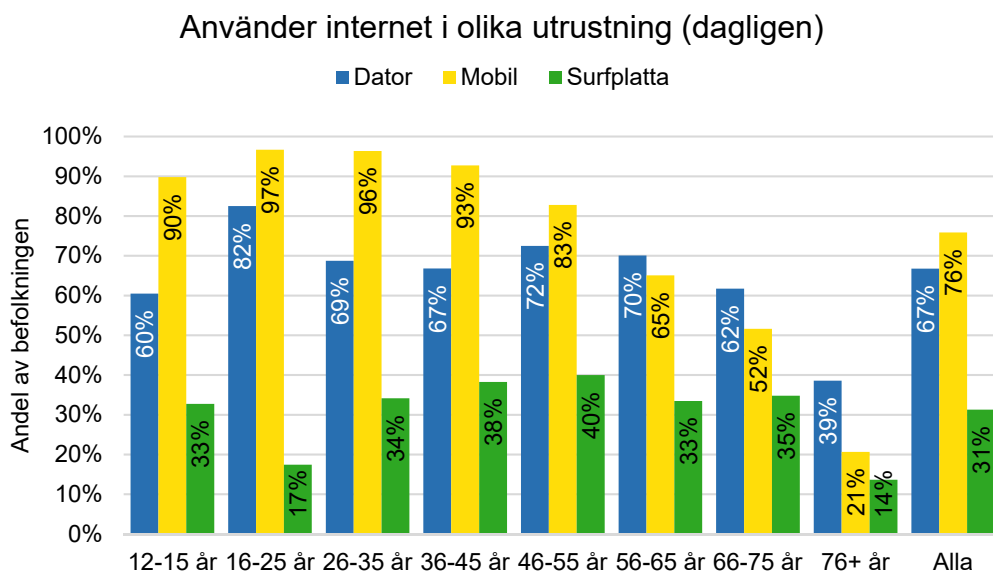


Diagram 1.6 Andel av befolkningen (12+ år) som dagligen använder internet i dator, mobiltelefon respektive surfplatta 2017.

Ser man till den dagliga användningen är det däremot mobiltelefonen som är klart vanligast upp till 55 år. I åldersgruppen 16–35 gör 96 procent det dagligen. Det går att dra slutsatsen att så gott som alla mellan 16 och 35 år, som har en smart

mobil, använder internet i den dagligen. Sett till hela befolkningen är det mobiltelefonen som är det vanligaste sättet att nå internet dagligen (76 procent av befolkningen).

För personer över 55 år är det inte lika vanligt att använda internet dagligen och de som gör det använder främst dator. Det är värt att notera att även bland de som är 76 år eller äldre är det två av fem som dagligen använder internet i en dator.

Surfplattan har inte slagit igenom som dagligt redskap för att använda internet. Det är ungefär en tredjedel av befolkningen som dagligen använder internet via en surfplatta. Det är ingen större skillnad mellan åldrarna förutom att inte ens var femte i åldersgruppen 16–25 år dagligen använder surfplatta. Den åldersgruppen är också de som flitigast använder internet dagligen i dator och mobiltelefon. Även äldre avviker. Bland personer över 76 år använder endast 14 procent internet i en surfplatta dagligen.

Använder internet på olika platser

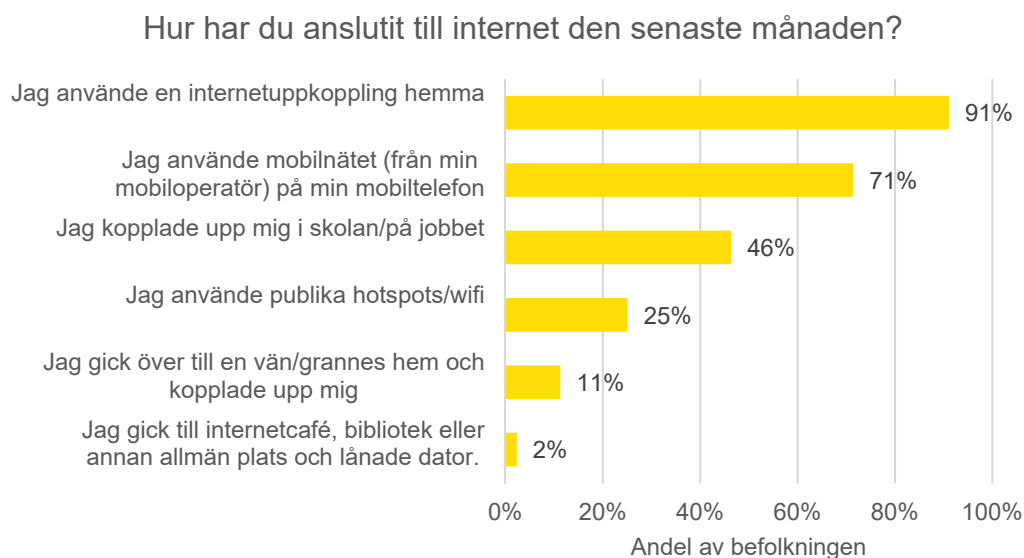


Diagram 1.7 Andel av befolkningen (12+ år) som kopplade upp sig på olika vis till internet under "den senaste månaden", 2017.

Det är allra vanligast att koppla upp sig till internet hemma. Det är mer än 90 procent av deltagarna som svarat att de gjort det den senaste månaden. Det är även vanligt att koppla upp sig via mobilnäten. Det är över 70 procent av befolkningen som gjort det senaste månaden. Sett till hela befolkningen är det 46 procent som kopplat upp sig på skolan eller jobbet. För mer statistik kring internet på arbetet, se kapitel 3.

Var fjärde svensk har kopplat upp sig via publika wifi-nätverk medan drygt var tionde har gått över till någon vän och kopplat upp sig där (privata nätverk). Det är främst unga 12–15 år som kopplar upp sig hemma hos andra (60 % av 12–15 åringarna gör det, 20 % av 16–25 åringar, men inte ens 5 % av de över 45 år gör

det). Få svenskar (2 %) går till en allmän plats och lånar en dator för att använda internet.

Innehav av utrustning

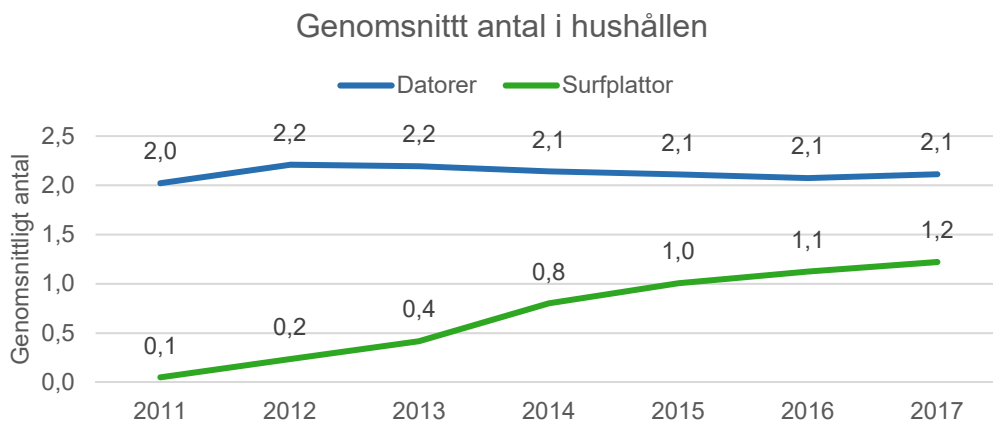


Diagram 1.8 Genomsnittligt antal datorer och surfplattor i hushållen, åren 2011-2017.

Det finns i genomsnitt lite drygt 2 datorer i varje hem. Med dator avses här bärbara och stationära datorer, inte surfplattor. Antalet ökar inte längre utan har legat på samma nivå i flera års tid. I enpersonshushåll finns det i genomsnitt 1,5 datorer medan det i hushåll med barn finns i genomsnitt 2,5 datorer. Flest datorer, i genomsnitt 2,7, finns inte oväntat i hushåll där någon jobbar inom IT och kommunikation, medan de som jobbar inom vård har i genomsnitt 1,7 datorer i hushållet. Naturligtvis finns det ett samband mellan inkomst och antal datorer. I hushåll med en inkomst över 750 000 per år finns det i genomsnitt nära 3 datorer.

Medan antalet datorer i hushållen har planat ut så fortsätter det genomsnittliga antalet surfplattor i hemmen att öka. Nu finns det i genomsnitt 1,2 surfplattor i varje hushåll. I enpersonshushåll finns det i genomsnitt 0,6 surfplattor medan det i barnfamiljer finns i genomsnitt 1,9 surfplattor. Precis som med datorinnehav är det de som jobbar i IT och kommunikationsbranschen som har flest (1,5) medan de som jobbar inom vården har 1 surfplatta hemma i genomsnitt. I hushåll med en inkomst över 750 000 kronor finns det i genomsnitt 2 surfplattor.

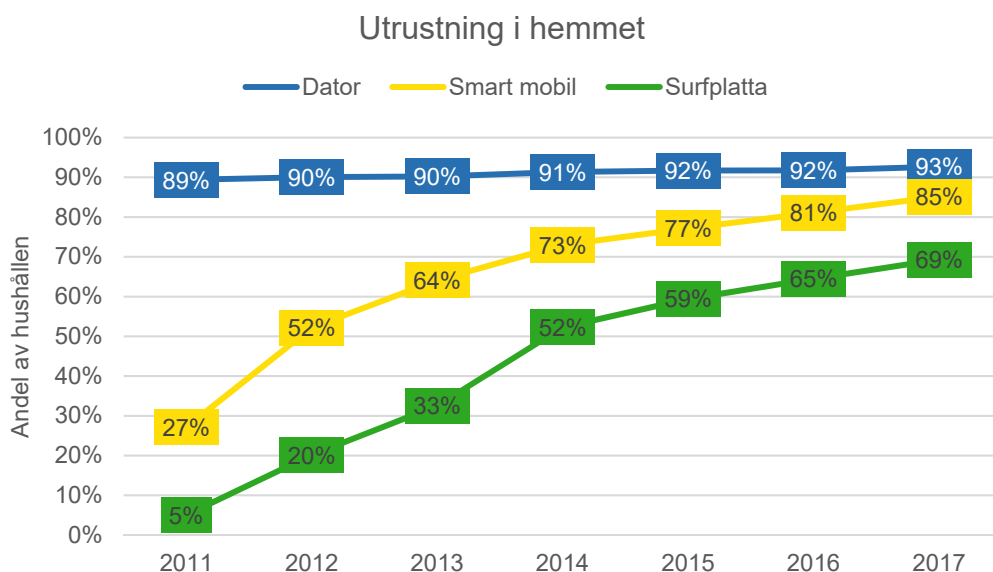


Diagram 1.9 Andel hushåll som har dator, surfplatta respektive smart mobiltelefon 2011-2017.

93 procent av hushållen har en dator i hemmet. Det sker ingen nämnvärd ökning av andelen hushåll som ha en dator.

Det finns en smart mobiltelefon i 85 procent av alla hushåll. Det har varit en jämn tillväxt med 4 procentenheter per år de senaste tre åren.

Nu finns det en surfplatta i mer än två av tre hushåll. Även det är en ökning med 4 procentenheter på ett år. Det är samma ökningstakt som för smarta mobiler, även om tillväxten för surfplattor har planat ut något.

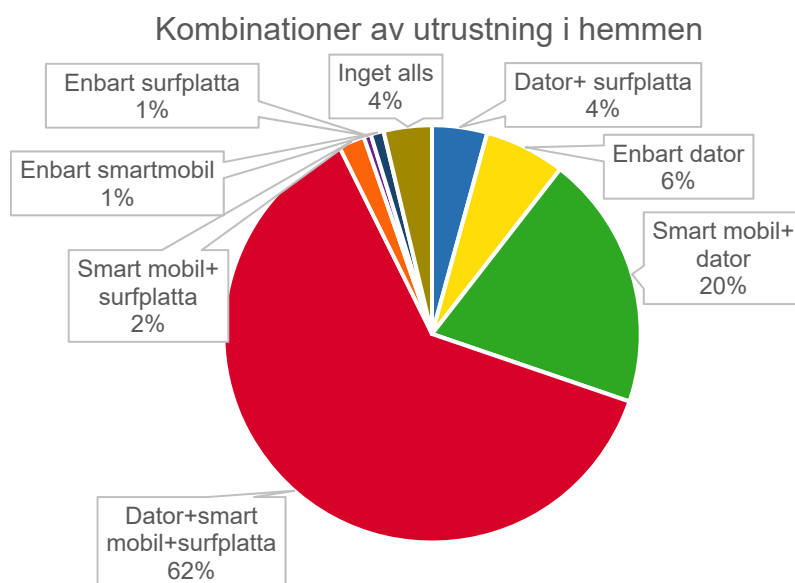


Diagram 1.10 Andel hushåll som har olika kombinationer av dator, smart mobil och surfplatta 2017.

Det är vanligast att det finns såväl dator som smart mobiltelefon och surfplatta i ett hushåll. En majoritet, 62 procent av de svenska hushållen, har alla tre enheterna. Näst vanligast är att ha dator och smart mobiltelefon, vilket 20 procent av hushållen har. Hos 6 procent av hushållen finns enbart dator. Det är

enbart i 1 procent av hushållen som det endast finns mobiltelefon och ingen dator eller surfplatta. Så även om mycket av internetanvändningen har gått över till mobilen så är det få svenskar som slutat ha en dator eller surfplatta.

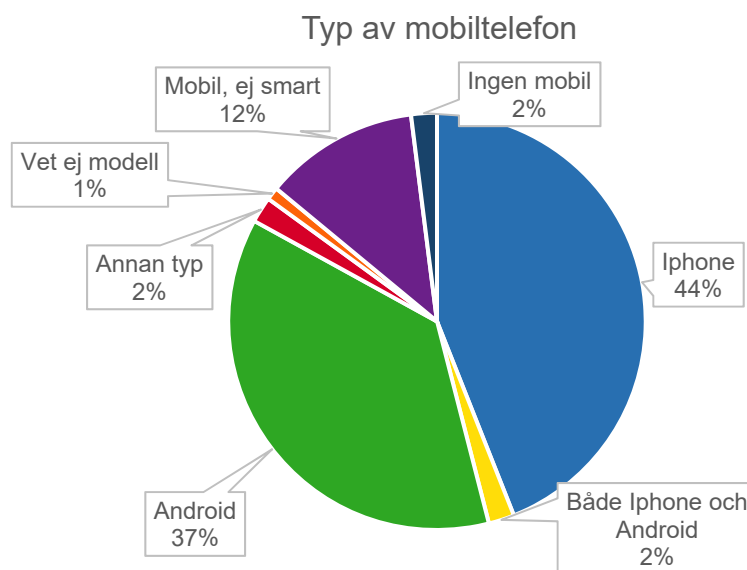
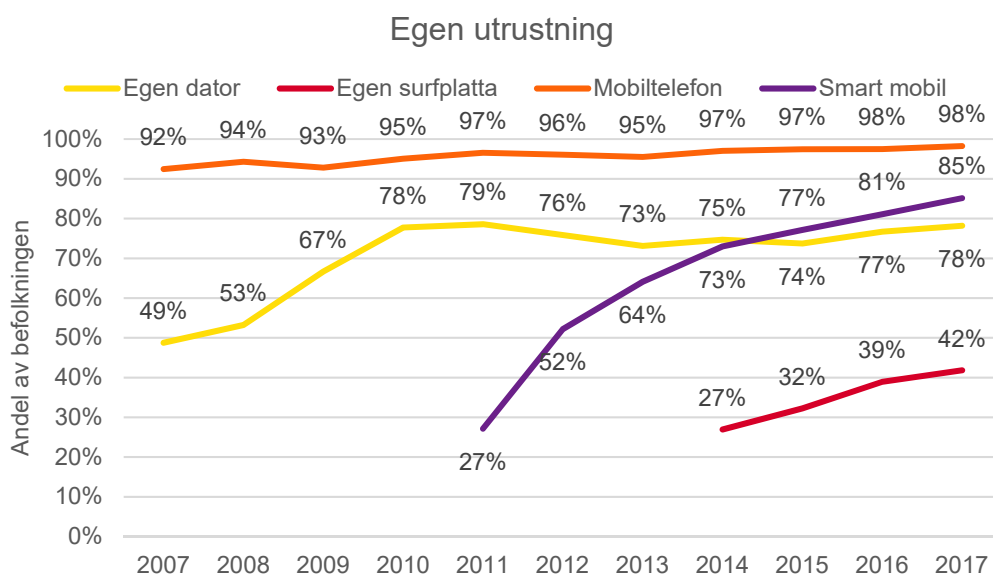


Diagram 1.11 Andel av befolkningen (12+ år) som har olika modell av smart mobiltelefon, ingen smart mobil respektive ingen mobiltelefon 2017.

Iphone är den vanligaste mobilmodellen bland svenskarna. 46 procent har en Iphone, medan 39 procent har en Androidtelefon. Av dessa har 2 procentenheter båda modellerna. 2 procent har en annan modell. Ett fåtal, som har smart mobil, vet inte vilken modell de har. Utöver det är 14 procent av svenskarna utan en smart mobil.



Figur 1. Diagram 1.12 Andel av befolkningen (12+ år) som har en egen dator, surfplatta, mobiltelefon respektive smart mobiltelefon 2017.

Det är mycket vanligt att ha en egen mobiltelefon, vilket 98 procent av befolkningen (12 år och äldre) har. Eftersom nivån är hög sker så gott som ingen

tillväxt. Post- och telestyrelsens statistik över svenska telekommunikationsmarknaden visar dessutom att vi har över 11 miljoner privata mobilabonnemang i Sverige, vilket med tanke på att befolkningen är 10 miljoner, innebär att många har mer än ett abonnemang. (PTS Svensk telekommunikationsmarknad 2016 www.statistik.pts.se)

85 procent av befolkningen har en egen smart mobil. Det är en ständig ökning och sedan några år tillbaka är det mer vanligt att ha en egen smart mobiltelefon än att ha en egen dator. Det är 78 procent som uppger att de har en dator som de kan betrakta som sin egen. Det är samma nivå som de senaste sju åren.

Det är 42 procent som har en egen surfplatta.

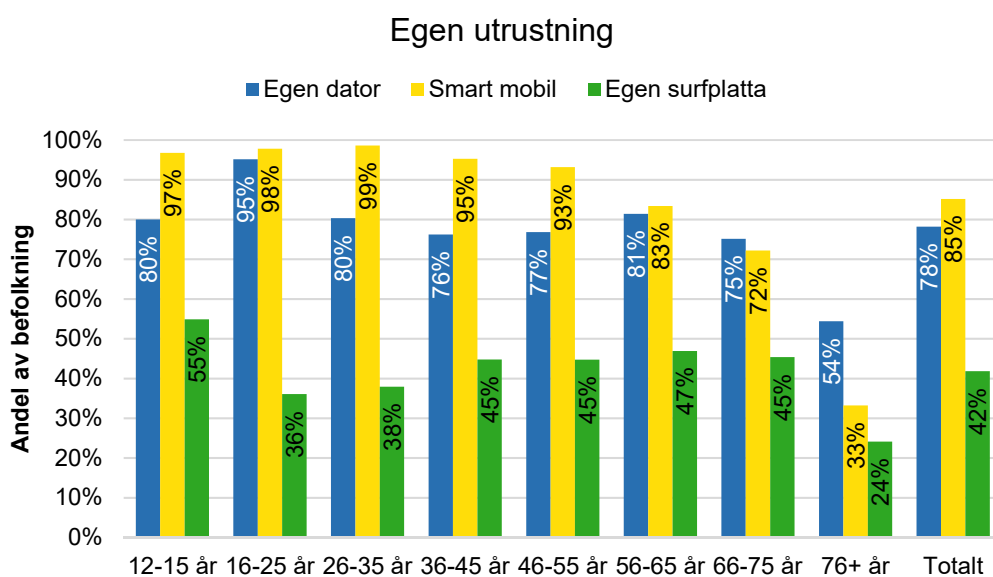


Diagram 1.13 Andel av befolkningen som har en egen dator, surfplatta respektive smart mobiltelefon fördelat på ålder 2017.

Ungdomar mellan 16 och 25 år har i störst utsträckning egen dator (95 procent) medan 12-15-åringarna i högst utsträckning (55 %) har egen surfplatta, följt av de i åldern 56-65 år (47 %).

Svenskarna och internet 2017 finns i webbversion.

På www.svenskarnaochinternet.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.

Typ av bredbandsanslutning hemma

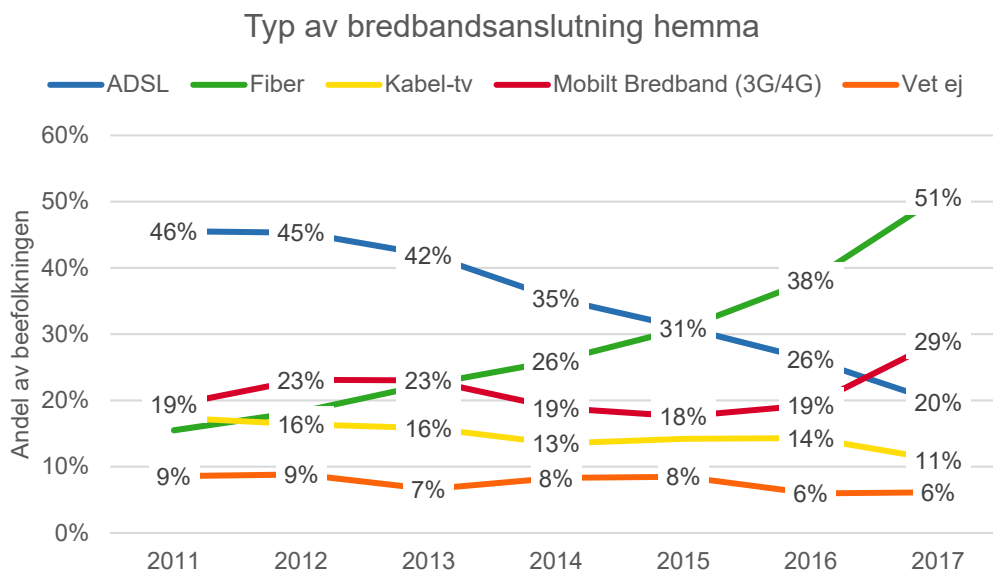


Diagram 1.14 Andel av befolkningen (16+ år) som uppger olika typer av bredbandsanslutning i hemmet 2011-2017. (Flera svar möjliga, så summan blir mer än 100 procent.)

Andelen hushåll som har ADSL (bredband via telefonjacket) fortsätter att sjunka medan andelen hushåll som har bredband via fiberkabel ökar. 2017 är det mer än hälften (51 %) av alla hushåll som uppger att de har fiber hemma. Medan andelen som har ADSL numera har sjunkit till vart femte hushåll (20 %). Andelen som har mobilt bredband (3G/4G) via router har ökat till 29 procent och är nu större än andelen som har ADSL.

Andelen som uppger att de har bredband via kabel-tv har minskat till 11 procent. Det är fortfarande många (6 %) som inte vet vad de har för bredband i hushållet. Det är vanligt att ungdomar (16-25 år) inte vet vad de har för sorts bredband (18 %), medan det enbart är 3 procent i åldern 36-75 år som inte vet vad de har för bredband i hemmet. Det är mer vanligt att kvinnor (9 %) inte vet än män (5 %).

Det är vanligare att ha fiber (55 %) om man bor i stad än på landet (41 %), samma för internet via kabel-tv (15 % i staden jämfört med 4 % i landsbygd) medan det är motsatta förhållandet för ADSL där det är (30 % landsbygd jämfört med 15 % stad) och mobilt bredband (36 % landsbygd jämfört med 26 % stad).

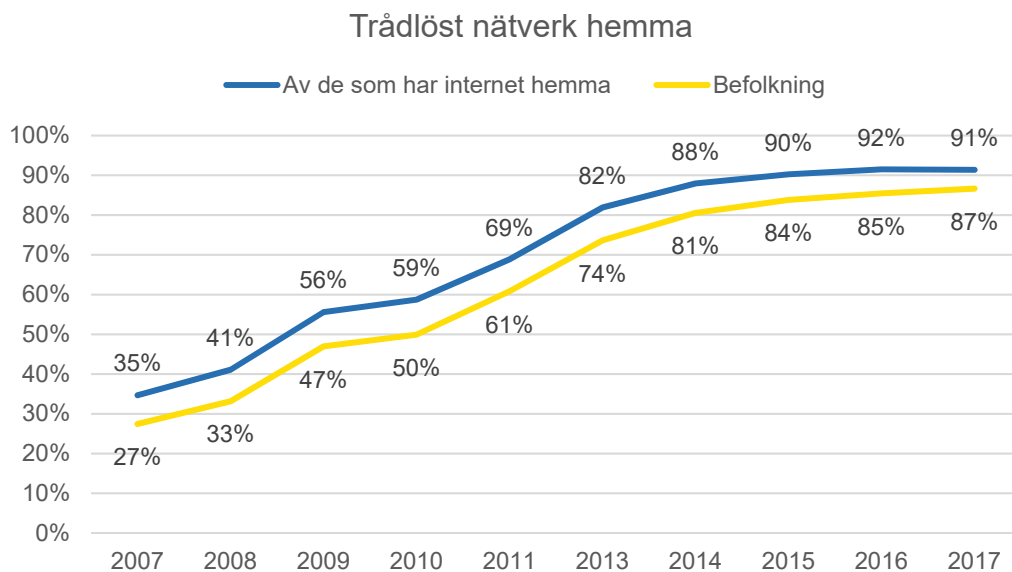


Diagram 1.15 Andel av befolkningen respektive andel av internetanvändarna som har trådlöst nätverk hemma 2007–2017.

Drygt 9 av 10 hushåll som har en internetanslutning har även ett trådlöst nätverk hemma, 87 procent av befolkningen. Ökningen har varit stor de senaste tio åren. 2007 hade enbart en dryg fjärdedel tillgång till trådlöst nätverk (27 % av hushållen).

Svenskarna och internet 2017 finns i webbversion.
På www.svenskarnaochinternet.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.

Internet i mobilen

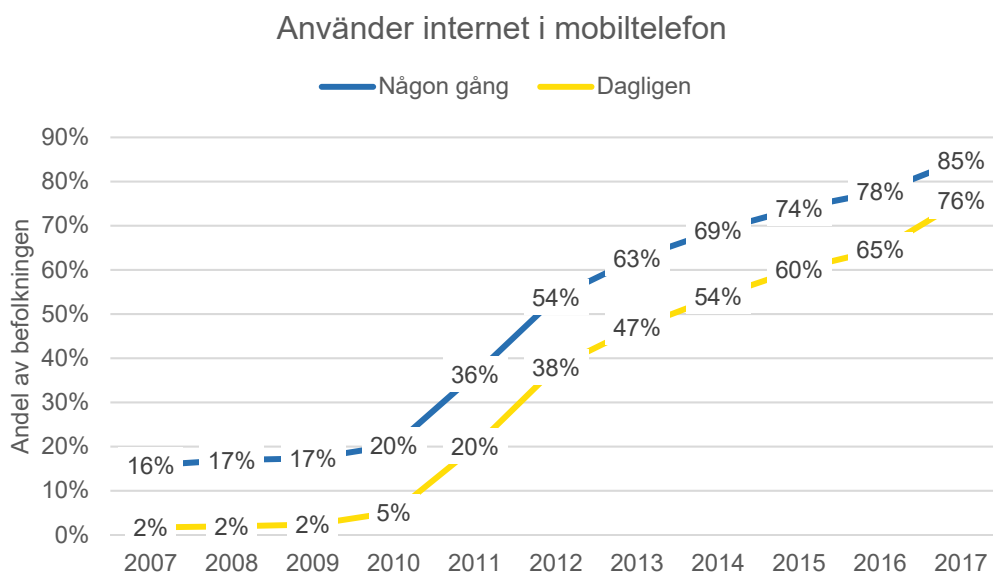


Diagram 1.16 Andel av befolkningen (12+ år) som använder internet i mobilen varje dag respektive någon gång åren 2007-2017.

Det sker fortfarande en ökning i andelen svenskar som använder internet i sina mobiltelefoner. Det är 85 procent av befolkningen som använder internet i mobiltelefon och 76 procent av befolkningen som gör det dagligen.

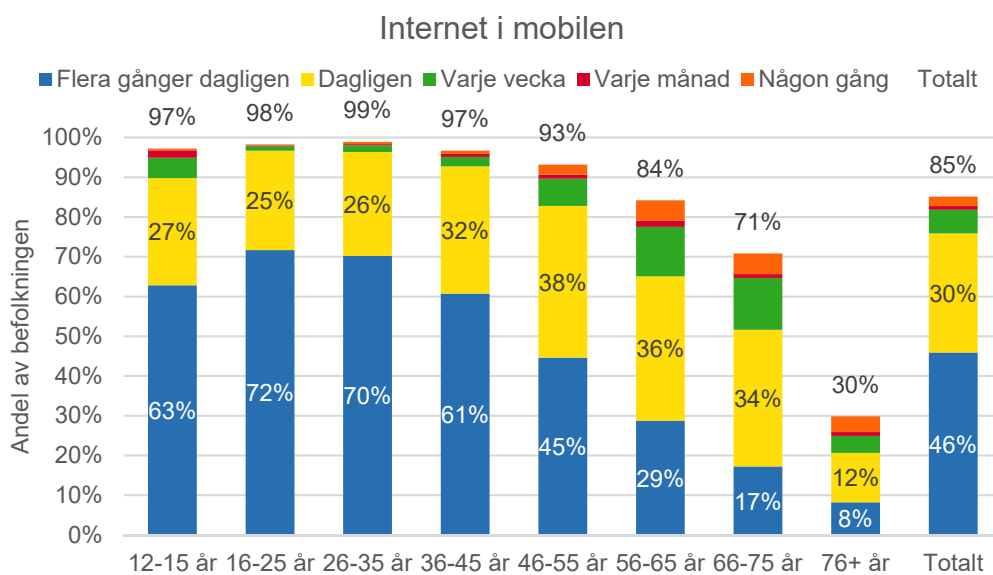
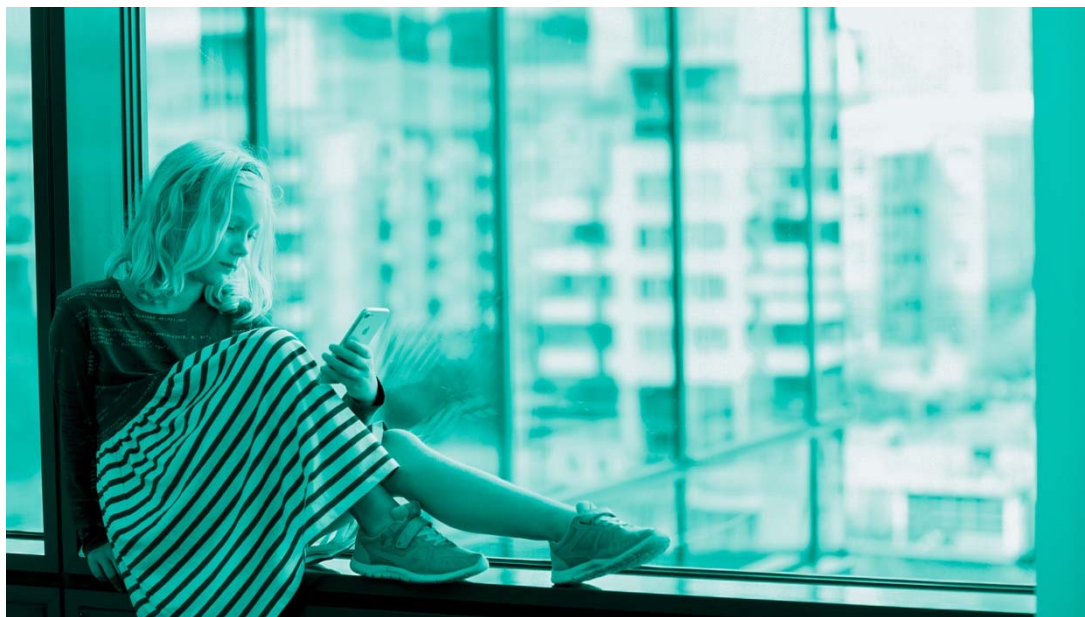


Diagram 1.17 Andel av befolkningen i olika åldrar som använder internet i mobilen olika ofta 2017.

I åldrarna upp till 45 år är det över 90 procent av befolkningen som använder internet i mobilen dagligen. Sedan sjunker andelen av den dagliga användningen. Även bland 66-75 åringar är det mer än hälften som använder internet i mobiltelefonen dagligen.

2 Barn och internet



- Barns användning av internet fortsätter att öka. Redan vid två års ålder använder 79 procent internet, framförallt för att titta på tv och video men även spel och läroappar är populärt. Bland de minsta är surfplattor det vanligaste sättet att använda internet med en lånad mobiltelefon på andra plats. Det är först i 10-11-årsåldern, när så gott som alla barn har en egen mobil, som internet i telefonen går om surfplattan.
- När barnen kommer upp i skolåldern blir det vanligt att använda internet både för att söka information och som en del av skolarbetet. Redan vid åtta års ålder söker en majoritet av barnen efter information på internet. Vid nio års ålder använder mer än hälften internet i skolarbetet.

Detta är en sammanställning av drygt 800 barns internetanvändning. Svaren om barnens internetanvändning kommer från de drygt 500 vuxna deltagarna i undersökningen Svenskarna och internet som är föräldrar till barn i åldern 2-11 år.

Nästan alla skolungdomar, över 98 procent, från sex års ålder använder internet. Allt fler gör det varje dag. Två tredjedelar av sex- och sjuåringarna (67 %) använder internet dagligen.

De stora förändringarna de senaste fem åren har skett bland de yngre barnen. Internet går allt längre ner i åldrarna. Redan vid två års ålder har fyra av fem (79 %) börjat använda internet. Över hälften av barnen som är tre år och äldre är nu dagliga användare.

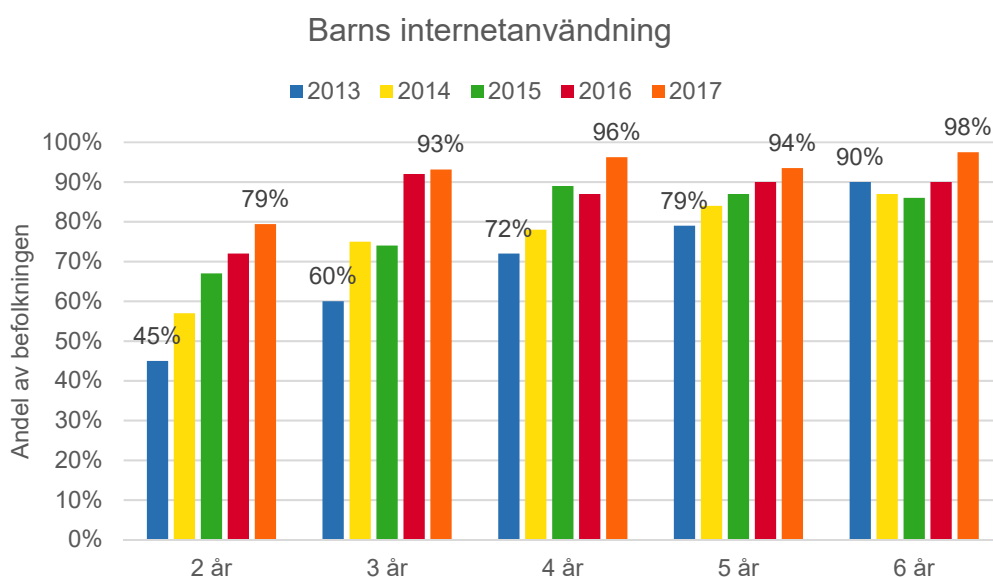


Diagram 2.1 Andel 2-6-åringar som någon gång använde internet under åren 2013 till 2017.

Fyra av fem (79 %) 2-åringar använder internet 2017. För fyra år sedan (2013) använde knappt hälften (45 %) av 2-åringarna internet. Dagens 2-åringar använder internet i samma grad som 5-åringarna gjorde för fyra år sedan.

Över 90 procent av 3-5 åringarna använder internet 2017, vilket är i samma utsträckning som 6 åringarna använde internet för fyra år sedan.

98 procent av sexåringarna använder internet någon gång. I åldersgrupperna från 7 år och uppåt är det över 99 procent av barnen som använder internet.

Daglig användning av internet bland barn

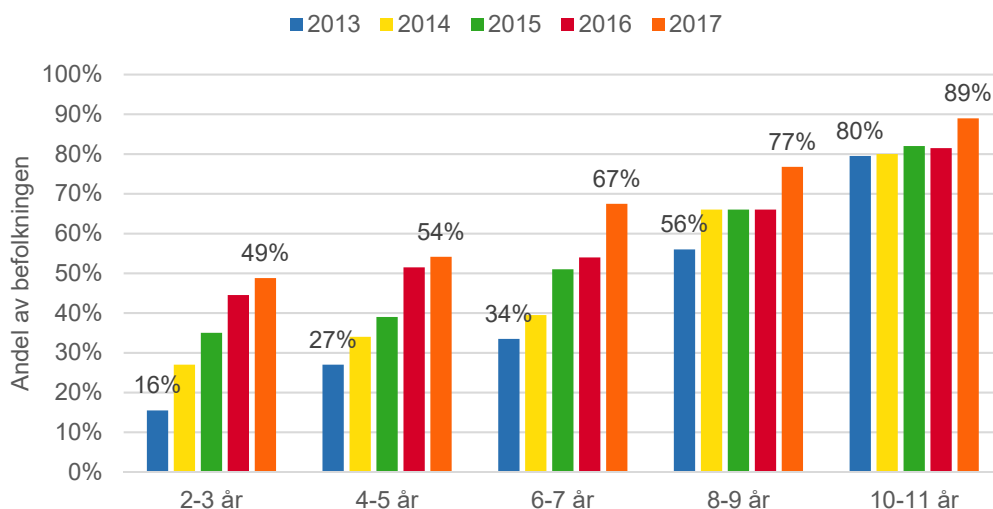


Diagram 2.2 Andel av 2-11 åringar som dagligen använde internet under åren 2013 till 2017.

Det är en ständig ökning i alla åldrar i daglig användning av internet. Nu använder hälften av barnen i åldern 2-5 år internet dagligen, att jämföra med att det var en fjärdedel av barnen i den åldern som dagligen använde internet för fyra år sedan (2013). I skolstartsåldern, 6-7 år är det två tredjedelar som är dagliga internetanvändare, nästan en fördubbling på fyra år från 34 procent 2013. I åldern 8-9 år är tre av fyra barn dagliga internetanvändare och i åldrarna 10-11 år är det nästan nio av tio (89 %) som dagligen använder internet.

Barns tillgång till en egen mobiltelefon

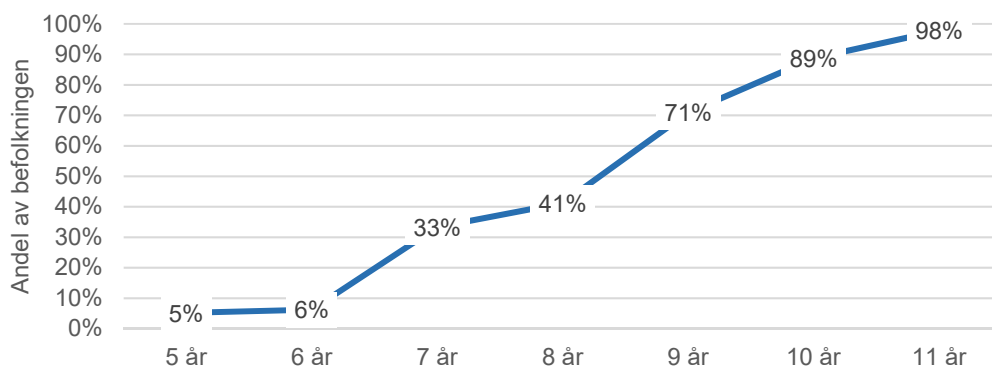


Diagram 2.3 Andel av barnen i olika åldrar som har tillgång till en egen mobiltelefon 2017.

Det är knappt några 5- eller 6-åringar som har en egen mobiltelefon. Många yngre barn får dock tillgång till internet via föräldrarnas mobiler innan de själva har tillgång till en egen smart mobil. Bland 7-8 åringarna är det lite drygt var tredje som har en egen mobiltelefon. Bland 9-åringarna är det drygt två tredjedelar som har en egen mobiltelefon och bland 10-åringarna är det nästan nio av tio. Från 11 års ålder är det så gott som alla (minst 98 %) som har en egen mobiltelefon.

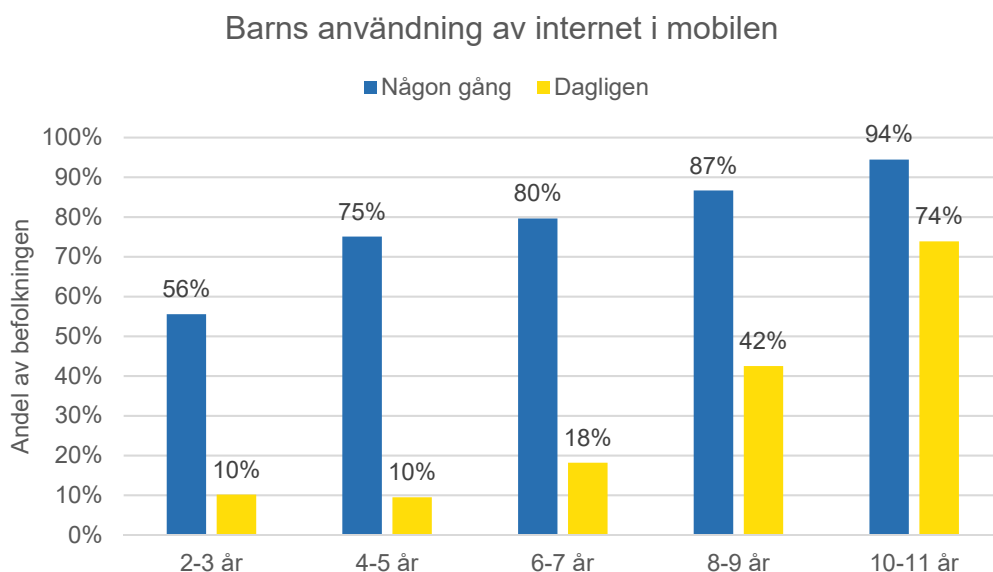


Diagram 2.4 Andel barn i olika åldrar som använder internet i mobiltelefon någon gång respektive dagligen 2017.

Även om mindre barn inte har en egen mobiltelefon så är det redan vid 2-3 års ålder över hälften av dem som använder internet i mobilen, och var tionde (10 %) som gör det varje dag. Andelen som använder internet i mobiltelefon stiger med stigande ålder men det är först i 10-11 år som alla som använder internet i mobilen även har sin egen mobiltelefon.

Det är långt ifrån hälften av barnen i åldern 2-9 år som dagligen använder internet i mobiltelefon. Men från 10-11 års ålder, det vill säga när de har en egen mobiltelefon, blir en majoritet dagliga användare (74 %).

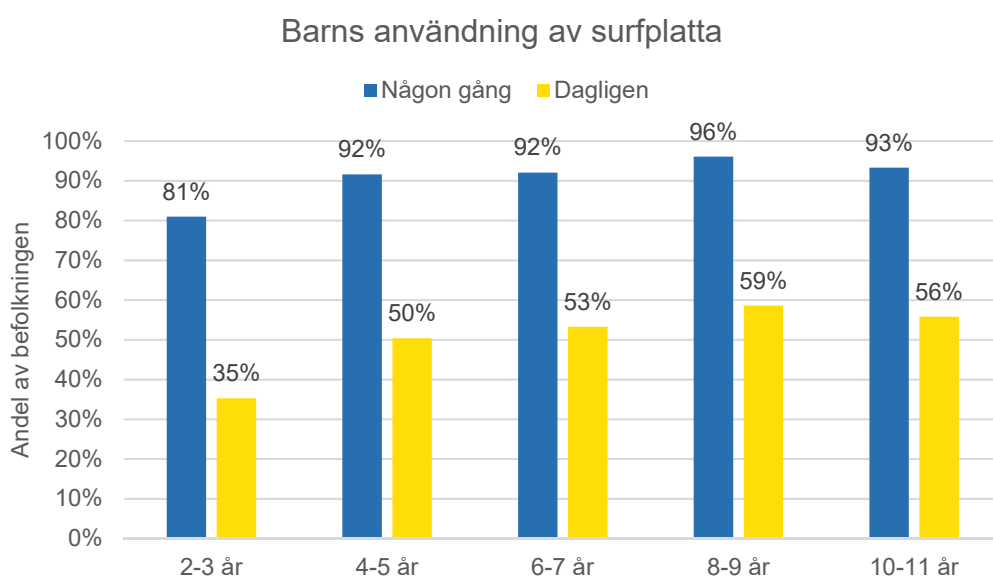


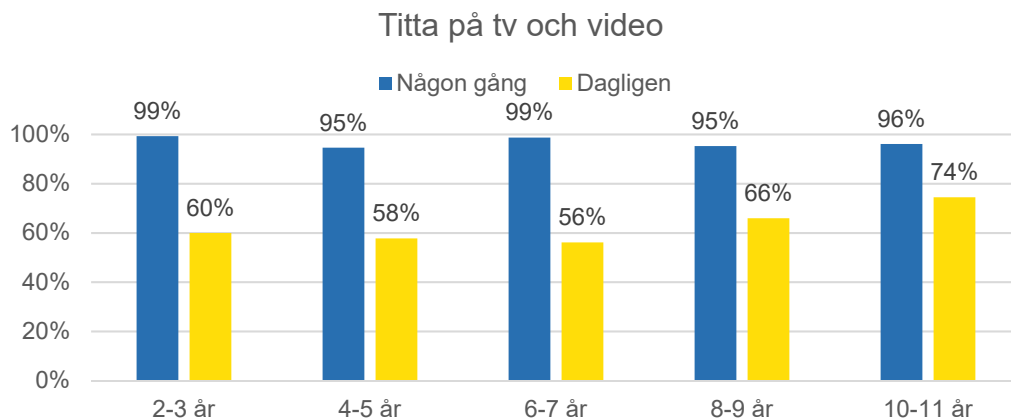
Diagram 2.5 Andel barn i olika åldrar som använder surfplatta någon gång respektive dagligen 2017.

Surfplattan är det redskap som små barn använder oftast. 80 procent av 2-3 åringarna använder surfplatta och en dryg tredjedel (35 %) gör det dagligen. I

åldrarna 4-11 år är det över 90 procent av barnen som använder surfplatta och över hälften gör det dagligen.

Barns aktiviteter på internet

Den överlägset vanligaste aktiviteten på internet bland barn är att titta på tv och video.



Figur 2. Diagram 2.6 Andel av internetanvändande barn i olika åldrar som använder internet för att titta på tv eller video någon gång respektive dagligen 2017.

99 procent av alla 2 och 3 åringar som använder internet tittar på tv och video. Det är minst 95 procent av alla barn som använder internet från 4 års ålder och uppåt som även tittar på tv eller video via internet. Minst hälften av alla barn tittar dagligen på tv eller video via internet.

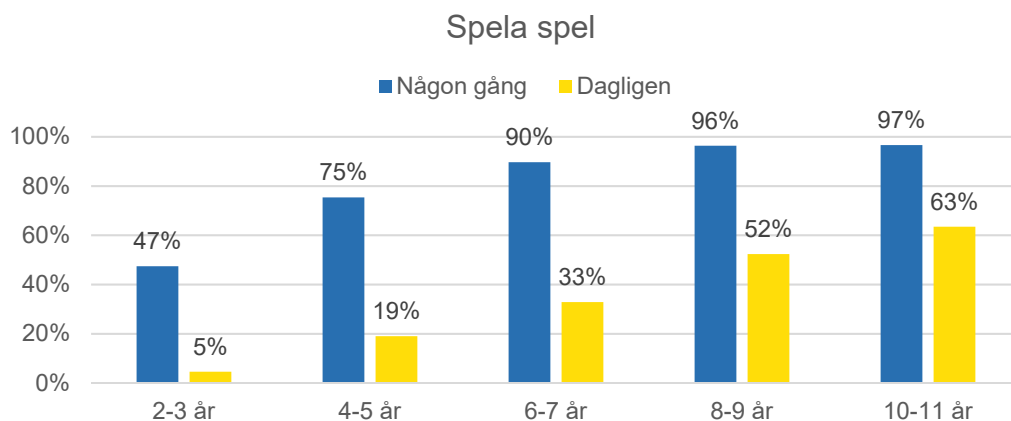


Diagram 2.7 Andel av internetanvändande barn i olika åldrar som använder internet för att spela spel någon gång respektive dagligen 2017.

Bland de yngsta barnen som använder internet är det ungefär hälften (47 %) som någon gång spelar spel. Några få (5 %) gör det dagligen. Men med stigande ålder är det fler som spelar spel och fler som gör det dagligen. I åldern 8-9 år är det över 96 procent som spelar och mer än hälften (52 %) som spelar spel på internet dagligen.

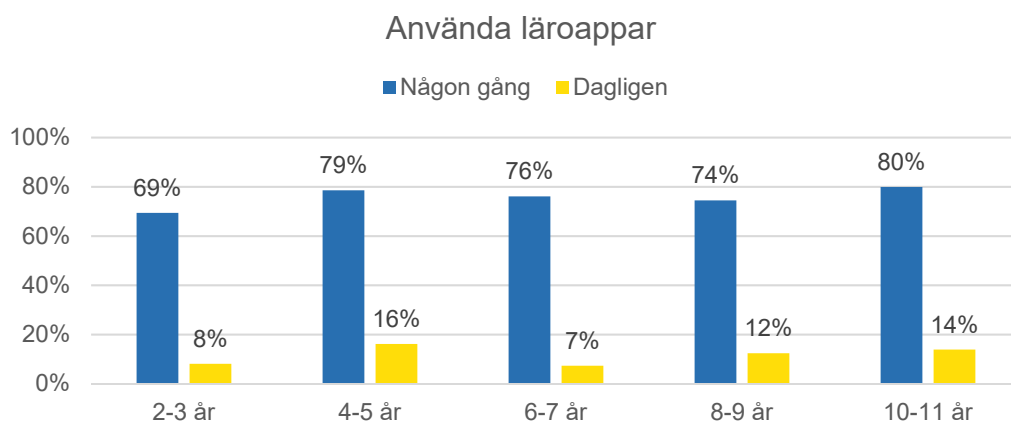


Diagram 2.8 Andel av internetanvändande barn i olika åldrar som använder läroappar via internet någon gång respektive dagligen 2017.

Drygt två tredjedelar av alla barn som använder internet använder någon gång läroappar. Detta oavsett ålder. Det är en liten andel, runt 10 procent, som dagligen använder läroappar.

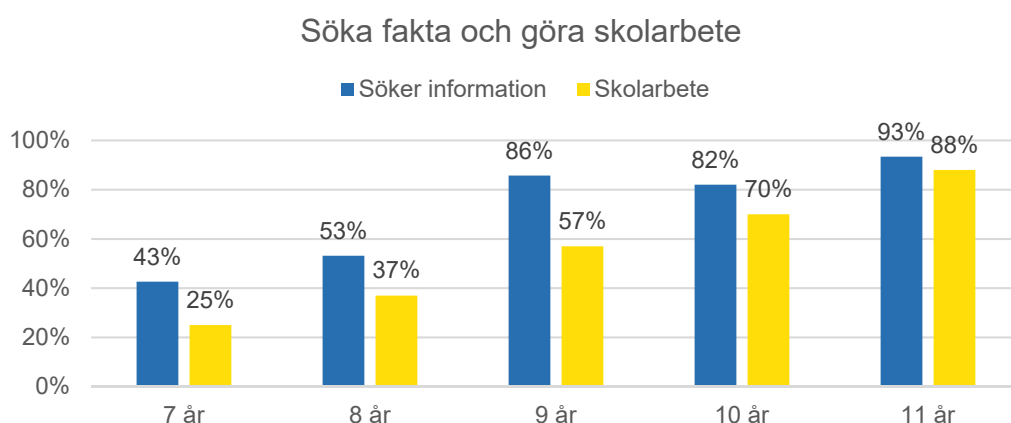


Diagram 2.9 Andel av internetanvändande barn i olika åldrar som söker fakta respektive använder internet för att göra skolarbete någon gång respektive dagligen 2017.

När barnen blir läs- och skrivkunniga börjar de i större och större utsträckning använda internet för att söka fakta och göra skolarbete.

Ungefär hälften av 7-8 åringarna söker efter fakta på internet och över 80 procent av 9-11 åringarna gör det. En fjärdedel av 7-åringarna använder internet för att göra sitt skolarbete. Vid nio års ålder är det över hälften som använder internet för att göra skolarbete och vid 11 års ålder är det 88 procent som enligt föräldrarna använder internet för att göra skolarbete.

Skrika textmeddelanden och besöka sociala nätverk

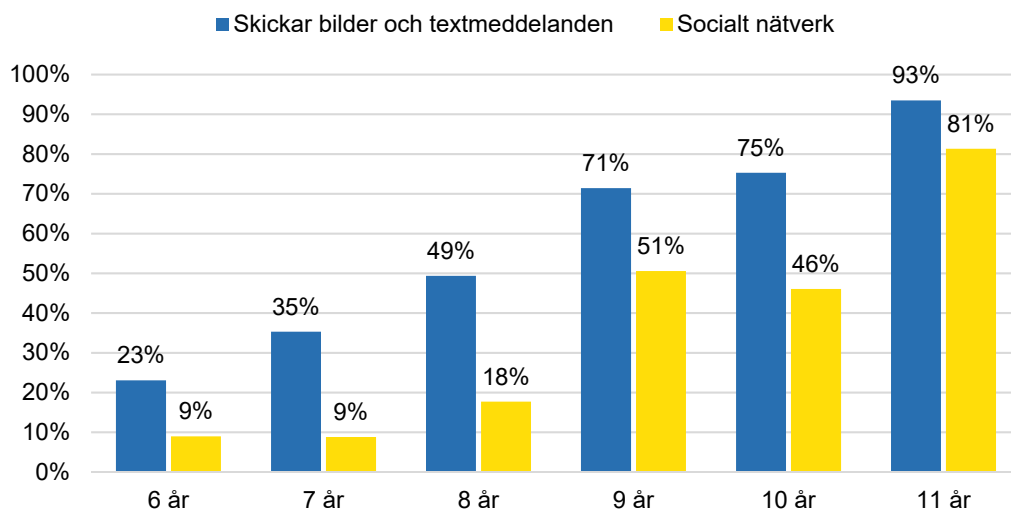


Diagram 2.10 Andel av internetanvändande barn som någon gång besöker sociala nätverk eller skickar bilder och textmeddelanden fördelat på ålder 2017.

Allt eftersom barnen blir läs- och skrivkunniga börjar de i större utsträckning använda internet för att skicka bilder och textmeddelanden. Bland 6-åringarna är det en fjärdedel som skickar meddelanden. Bland 8-åringarna har det ökat till hälften och vid 11 års ålder skickar nästan alla bilder och textmeddelanden (93 %).

Det är få barn i lågstadieåldern som besöker sociala nätverk, färre än var tionde av 6- och 7-åringarna. Vid 9 års ålder är det ungefär hälften som besöker sociala nätverk och i 11 års ålder är det över 80 procent som besöker sociala nätverk. Frågan som ställdes till föräldrarna var om barnen besöker sociala nätverk, men undersökningen innehåller inga frågor om några specifika namngivna sociala plattformar.

Svenskarna och internet 2017 finns i webbversion.
På www.svenskarnaochinternet.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.

3 Internet på arbetet



- Tillgång till internet på arbetet fortsätter att öka något från redan höga nivåer. Bland unga är det mindre vanligt att använda internet på arbetet än bland äldre. En orsak kan vara att yngre ännu inte hunnit skaffa sig en hög utbildning. Utbildningsgrad samvarierar nämligen starkt med att använda internet på arbetet. Inom vissa yrkesgrupper, såsom finans samt it och kommunikation är internetanvändning i det närmaste 100 procent medan det är mindre vanligt inom hotell/restaurang samt transportbranschen.
- Internet gör att arbetsplatsen och hemmet samt arbetstid och fritid glider ihop. Exempelvis är det vanligt att använda internet för att arbeta hemifrån. De flesta, men inte alla som gör det, kan då vara mindre på sin arbetsplats. Andra exempel är att en majoritet av de som arbetar numera läser e-post under sin semester och att fyra av fem använder internet för privata ändamål på sin arbetsplats.

Drygt hälften (54 %, 1 600 personer) av deltagarna i undersökningen Svenskarna och internet 2017 har uppgivit "Arbete" som sin sysselsättning. Kapitel 3 baserar sig på svaren från dessa arbetande deltagare.

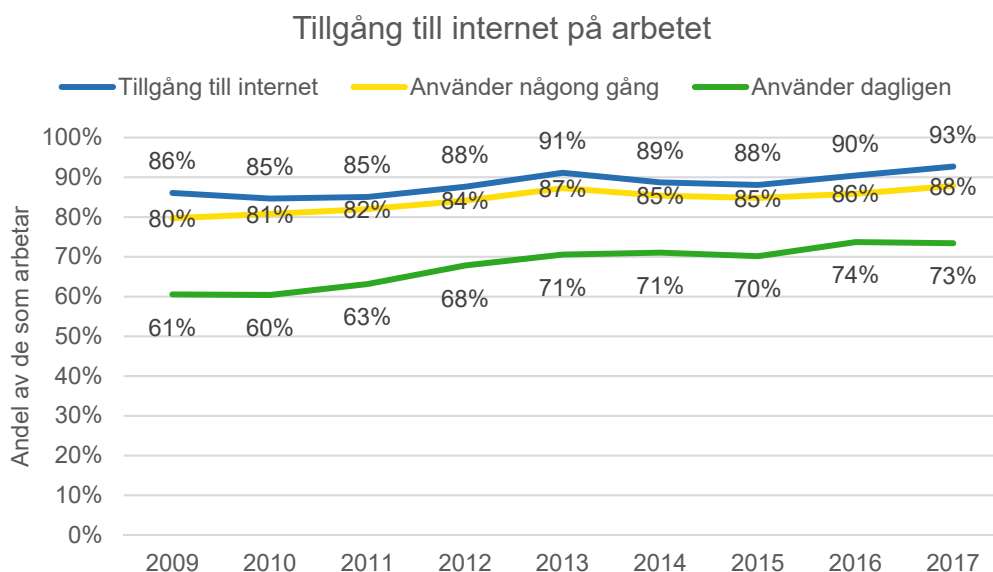


Diagram 3.1 Andel av de som arbetar som har tillgång till internet på arbetet respektive använder internet på arbetet någon gång eller dagligen 2009-2017.

Fler och fler har tillgång till internet på arbetet. 93 procent av alla som arbetar har tillgång till internet på arbetet. 88 procent använder internet på arbetet åtminstone någon gång och nästan tre fjärdedelar av den arbetande befolkningen (73 %) använder internet på arbetet varje dag.

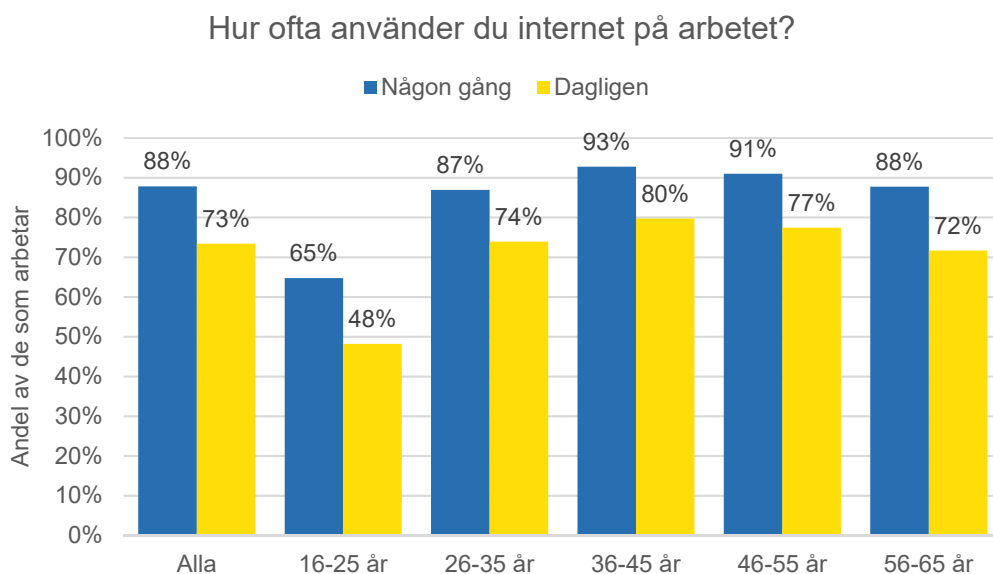


Diagram 3.2 Andel av de som arbetar som använder internet på arbetet någon gång respektive dagligen 2017.

Åldersgruppen 16-25 år använder internet på arbetsplatsen i lägre grad än övriga. Det är förvånande, eftersom 16-25-åringar annars är en grupp som använder internet i stor utsträckning. Exempelvis är det den åldersgrupp som dagligen använder internet i dator och mobil mest av alla. 65 procent av 16-25-åringarna använder internet på arbetet. Inte ens varannan (48 %) gör det dagligen. Eftersom användning av internet på arbetet ökar med utbildningsgrad kan en orsak vara att unga av naturliga skäl ännu inte hunnit ta högskoleexamen.

Högskoleutbildade är en grupp där en stor majoritet ofta använder internet på sitt arbete.

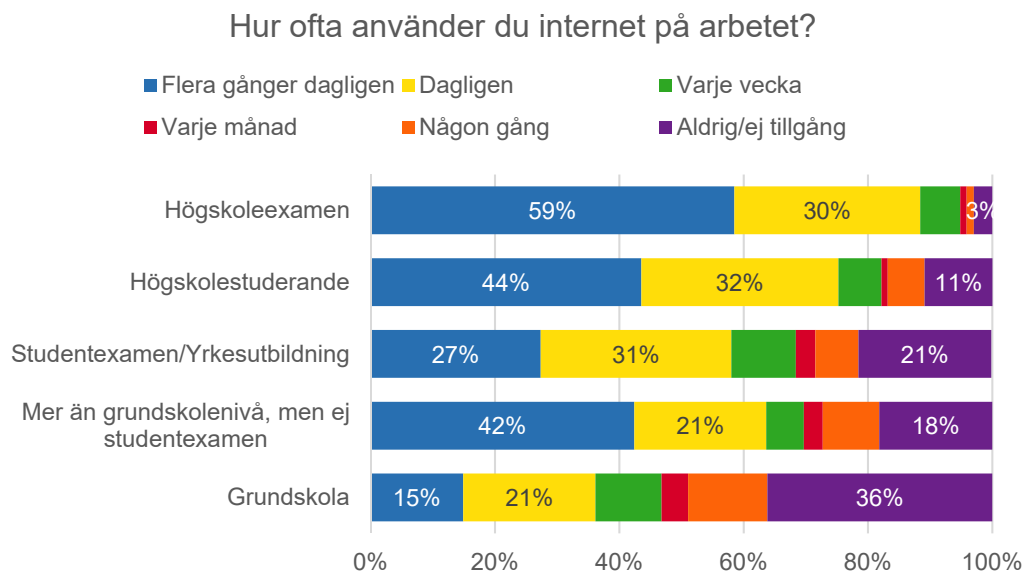


Diagram 3.3 Andel av de som arbetar som använder internet på arbetet olika ofta fördelat på utbildningsnivå 2017.

De högt utbildade, det vill säga de med högskoleexamen använder internet i högst grad på arbetet (97 %). Bland dem är det 89 procent som dagligen använder internet på arbetet. De med enbart grundskoleutbildning är de som i lägst grad (64 %) använder internet i sitt arbete och bara drygt var tredje (36 %) gör det dagligen i arbetet.

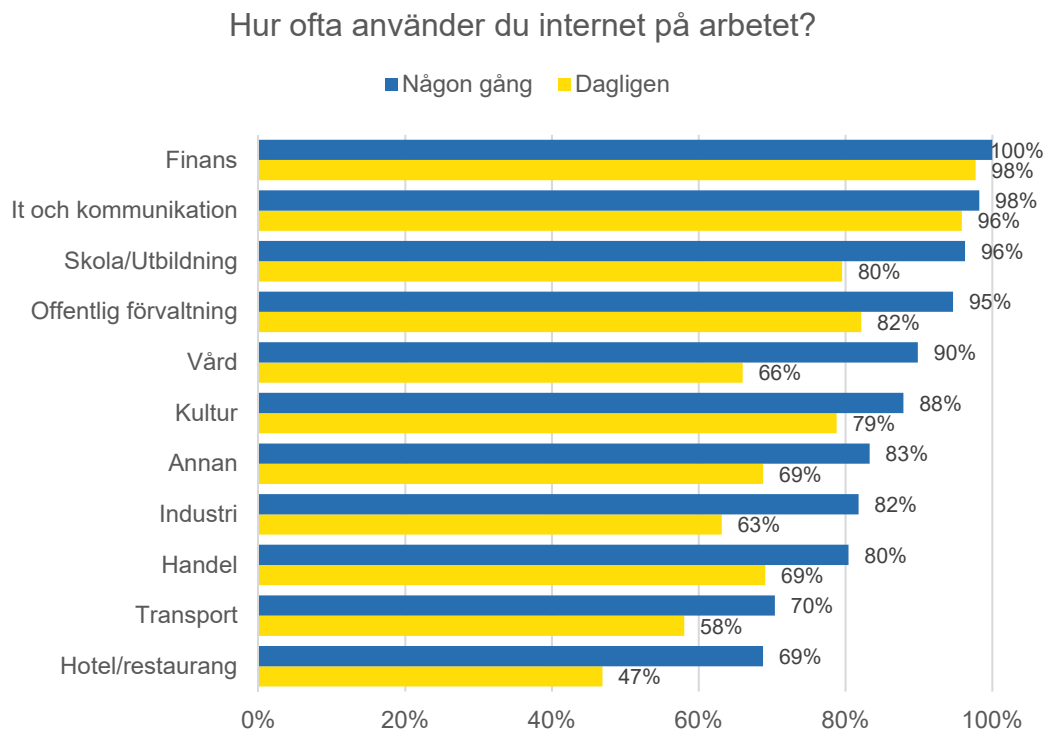
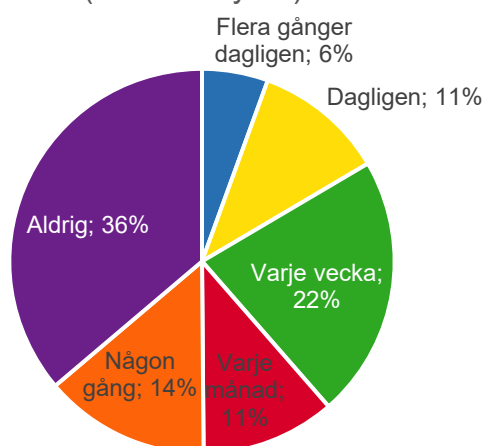


Diagram 3.4 Andel av de som arbetar som använder internet på arbetet olika ofta fördelat på bransch 2017.

Finansbranschen är den bransch i undersökningen som utmärker sig genom att alla använder internet i sitt arbete och så gott som alla (98 %) gör det dagligen. Inom it- och kommunikationsbranschen använder nästan alla (98 %) internet och de flesta (96 %) gör det dagligen. De som arbetar inom hotell- och restaurangbranschen är de som i lägst grad använder internet på arbetet. Endast två av tre (69 %) använder internet någon gång på arbetet och knappt hälften (47 %) gör det dagligen.

Använder internet för att jobba hemifrån

Hur ofta använder du internet för att arbeta hemifrån
(utöva ditt yrke)?



Figur 3. Diagram 3.5 Andel av de som arbetar som använder internet för att arbeta hemifrån olika ofta 2017.

Två av tre (64 %) som arbetar använder ibland internet för att arbeta hemifrån, var sjätte (17 %) gör det dagligen. Av de som använder internet i sitt arbete är det ännu vanligare. 70 procent av dem använder internet för att arbeta hemifrån ibland och 18 procent gör det dagligen.

Det är vanligast att arbeta hemifrån när man arbetar inom it- och kommunikation, där 90 procent arbetar hemma, 25 procent dagligen. De som arbetar inom vården arbetar i lägst grad hemifrån med hjälp av internet. Endast 37 procent gör det, 7 procent dagligen.

Har möjligheten att arbeta hemifrån med hjälp av internet medfört att du kan vara mindre på din arbetsplats?

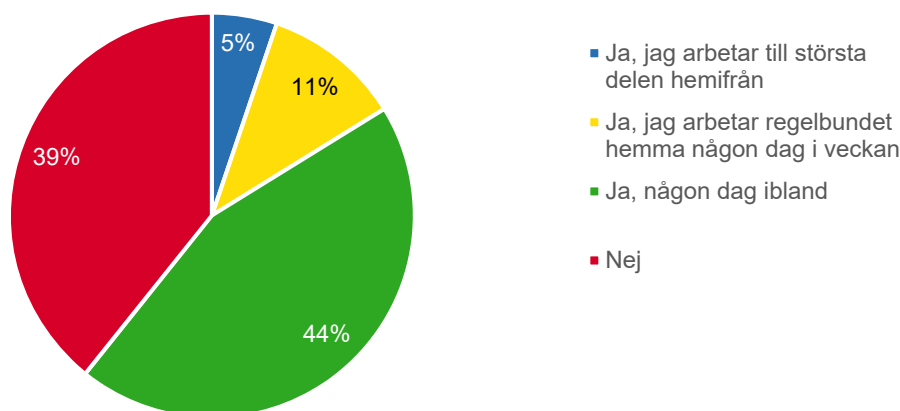
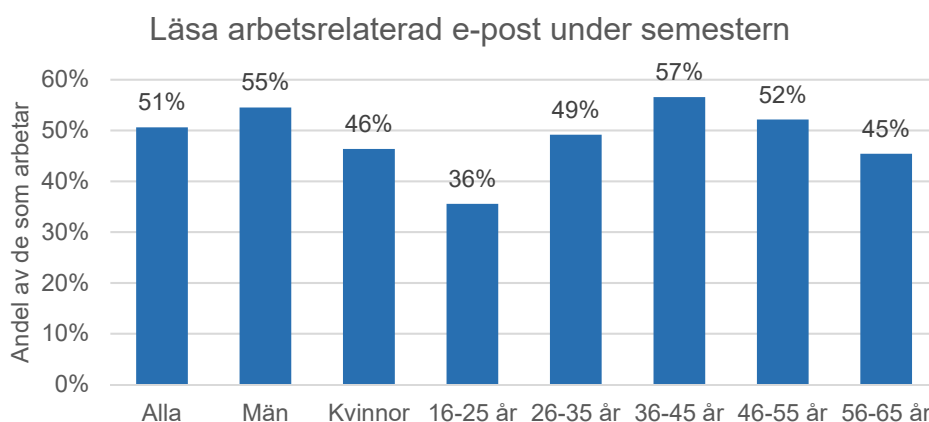


Diagram 3.6 Möjlighet att vara mindre på sin arbetsplats. Andel av de som använder internet för att arbeta hemifrån (1 006 personer) 2017.

Lite drygt hälften av de som med hjälp av internet har möjlighet att arbeta hemifrån kan vara mindre på sin arbetsplats. För 39 procent har däremot inte möjligheten att arbeta hemifrån medfört att de kan vara mindre på sin arbetsplats. Det är främst de som arbetar inom it och finansbranscherna som uppger att de kan vara mindre på sin arbetsplats medan de inom vård och skola inte alls i lika hög grad kan vara mindre på sin arbetsplats.

Möjligheten att vara mindre på sin arbetsplats på grund av att man använder internet för att arbeta hemifrån skiljer sig mellan stad och landsbygd. Två tredjedelar av de som bor i städer kan vara mindre på arbetsplatsen på grund av hemarbetet. Bland de som bor på landsbygden kan en minoritet (48 %) vara mindre på sin arbetsplats.

Läser arbetsrelaterad e-post på semestern



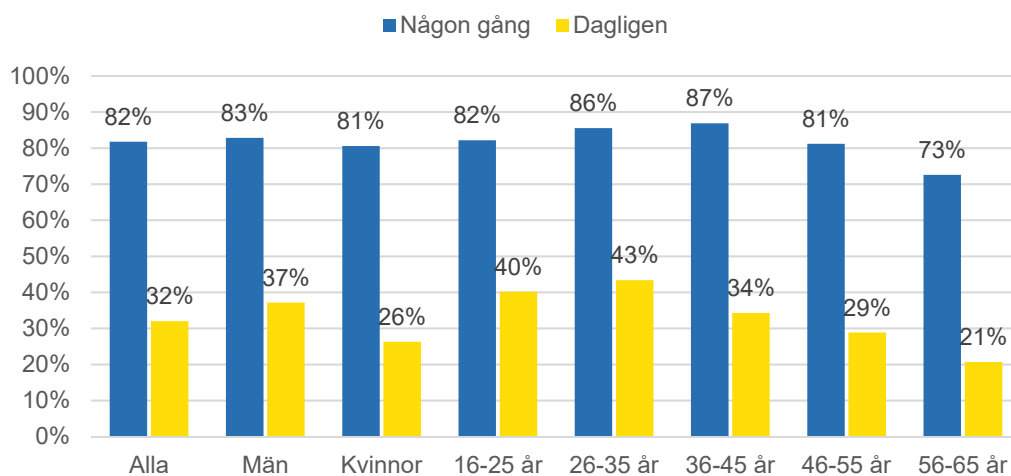
Figur 4. Diagram 3.7 Andel av de som arbetar som läser arbetsrelaterad e-post under semestern 2017.

Hälften (51 %) av svenskarna som arbetar läser arbetsrelaterad e-post under semestern, 55 procent av männen och 46 procent av kvinnorna.

En dryg tredjedel (36 %) av 16-25 åringarna som har arbete som sin huvudsysselsättning läser arbetsrelaterad e-post på semestern, det är en låg andel jämfört med andra åldrar där det snarare är ungefär hälften som läser arbetsrelaterad e-post på semestern.

Att använda internet på jobbet för privata ändamål

Hur ofta brukar du använda internet på jobbet, för privata ändamål?



Figur 5. Diagram 3.8 Andel av de som arbetar och som har tillgång till internet på arbetet som någon gång respektive dagligen använder internet på jobbet, för privata ändamål, som till exempel att skicka e-post, använda sociala nätverk och chatta 2017.

Drygt åtta av tio (81 %) använder internet på jobbet för privata ändamål. En tredjedel gör det dagligen. Det är mycket vanligare att män använder internet på jobbet dagligen för privata ändamål (37 %) än att kvinnor gör det (26 %).

Svenskarna och internet 2017 finns i webbversion.

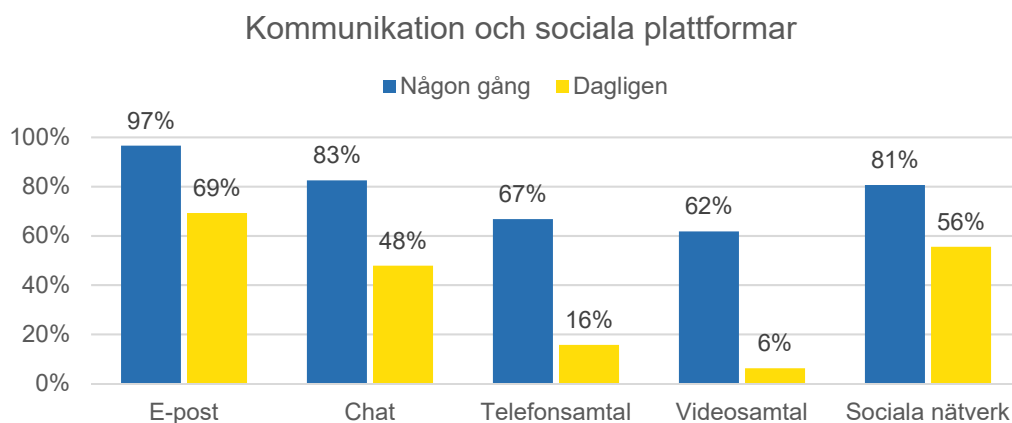
På www.svenskarnaochinternet.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.

4 Kommunikation och sociala plattformar



- Den överlägset vanligaste kommunikationstjänsten på internet är också den äldsta: e-posten. Andra tjänster utmanar dock. Att skicka och ta emot direktmeddelanden ökar stort. I år skickar nästan varannan person direktmeddelanden varje dag.
- Många fler än tidigare använder också internet för telefonsamtal. Även videosamtal ökar stort i årets mätning.
- Andelen personer som använder det största sociala nätverket, Facebook, ökar fortfarande. Men bland de unga har Facebook minskat det senaste året, vilket beror på att de yngsta inte börjar använda nätverket. Den vanligaste aktiviteten bland de som använder Facebook är att skicka meddelanden via Messenger.
- Instagram används idag av mer än hälften av alla internetanvändare. Det är betydligt fler yngre än äldre som använder Instagram, framförallt tjejer. Så gott som alla 12-15-åriga tjejer använder Instagram. Snapchat ökar stort i årets mätning och är en tjänst som används av över 80 procent av såväl män som kvinnor upp till 25 års ålder. Sedan faller användandet snabbt.
- I år ökar Twitter igen, efter att användningen minskat i 2016 års mätning. Ökningen är dock bland de som använder Twitter sällan.

Sammanfattning kommunikation och sociala plattformar



Figur 6. Diagram 4.1 Andel internetanvändare som använder olika sätt att kommunicera någon gång respektive dagligen 2017.

Den absolut vanligaste kommunikationstjänsten på internet är att använda e-post, vilket 97 procent av alla internetanvändare gör, 69 procent dagligen. Näst vanligast är att chatta, vilket 83 procent gör någon gång och nästan hälften gör dagligen. Det är ungefär lika vanligt att ringa telefonsamtal eller videosamtal över internet. 62–67 procent gör det. Fyra av fem (81 %) använder sociala nätverk och över hälften (56 %) gör det dagligen.

Användning av e-post

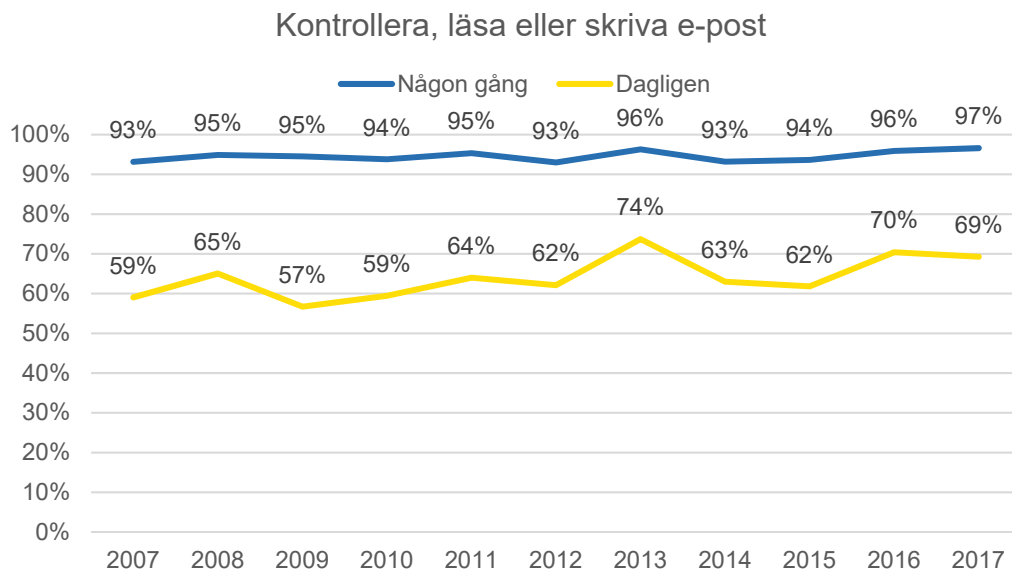


Diagram 4.2 Andel internetanvändare som använder e-post någon gång och dagligen 2007–2017.

E-post är en tjänst som nästan alla använder sig av. Det är 97 procent som uppger att de använder e-post och det är sju av tio som gör det dagligen. Ser man på utvecklingen de senaste 10 åren så har det varierat på ungefär samma nivå, kring 95 procent som någon gång använder och strax under 70 procent som dagligen läser e-posten. Den tillfälliga uppgången i användning år 2013 och 2016

beror till stor del på att frågan i undersökningen då var uppdelad på användning i mobilen respektive datorn och det sammanvägda värdet blev högre.

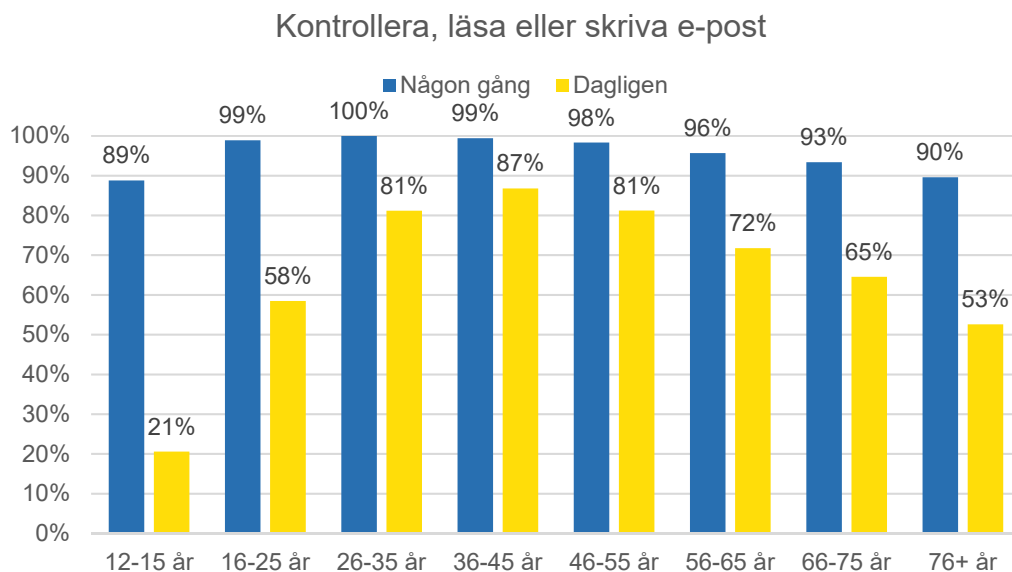


Diagram 4.3 Andel internetanvändare som använder e-post någon gång och dagligen fördelat på ålder 2017.

E-postanvändningen är hög i alla åldrar, omkring 90 procent eller högre. I åldersgruppen 26–35 år uppger alla att de använder e-post någon gång. E-post är en av få tjänster där användningen är lika hög eller högre bland de äldsta, de över 76 år som bland de yngsta, mellan 12 och 15 år.

När det gäller daglig användning är det däremot större skillnad mellan åldersgrupperna. Högst daglig användning är det bland 36–45-åringarna där 87 procent använder e-post dagligen. Lägst daglig användning är det bland de yngre, de som är 12–15 år där det enbart är var femte som dagligen läser eller skriver e-post.

Svenskarna och internet 2017 finns i webbversion.
På www.svenskarnaochinternet.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.

Chattar och direktmeddelanden

I årets undersökning har frågan om att skicka korta textmeddelanden formulerats om en smula och lyder: *Hur ofta använder du internet för att skicka direktmeddelanden (chattar)?*

Korta textmeddelanden och chattar

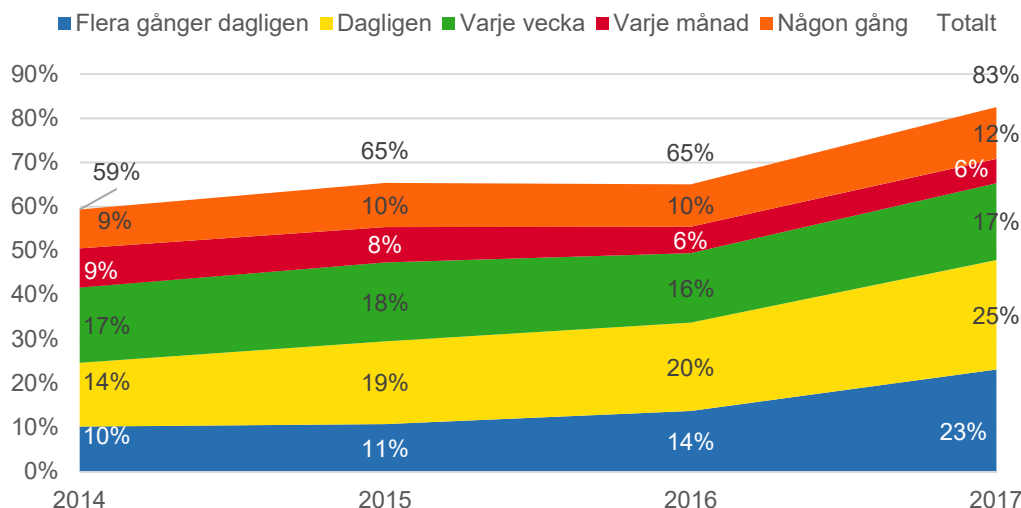


Diagram 4.4 Andel internetanvändare (12+ år) som skickar direktmeddelanden (chattar) någon gång, varje månad, varje vecka, dagligen respektive flera gånger dagligen 2014-2017.

Användningen av direktmeddelanden och chattar har fullständigt exploderat och det är främst den dagliga användningen som har ökat mycket det senaste året. Det är 83 procent av internetanvändarna som chattar och nästan hälften (48 %) som gör det dagligen. Den dagliga användningen har fördubblats på tre år, från 24 procent år 2014 till 48 procent 2017.

Såväl det totala chattandet som det dagliga har ökat i alla åldersgrupper mellan 2016 och 2017.

Chattar dagligen

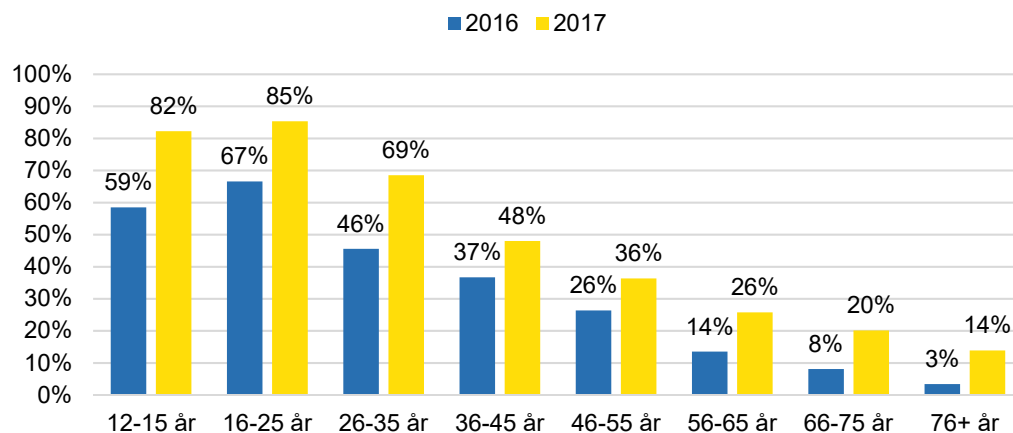


Diagram 4.5 Andel internetanvändare (12+ år) som dagligen skickar direktmeddelanden eller chattar fördelat på ålder 2016 och 2017.

Det är vanligast att chatta dagligen i åldrarna 12–25 år där över 80 procent gör det. Det dagliga chattandet sjunker sedan med ökande ålder. Det dagliga chattandet har ökat med minst 10 procentenheter i alla åldersgrupper 2016 och 2017.

Telefonsamtal över internet

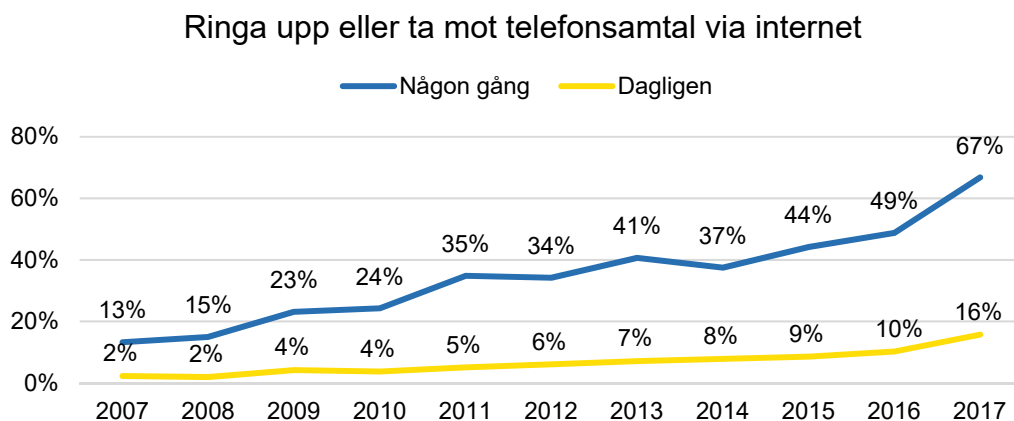


Diagram 4.6 Andel internetanvändare som använder internet för att ta emot eller ringa telefonsamtal någon gång respektive dagligen 2007–2017.

Två av tre internetanvändare ringer telefonsamtal över internet någon gång och var sjätte (16 %) gör det dagligen. Ökningen har varit stor, från 49 procent 2016 till 67 procent 2017. Det är en ökning med 27 procentenheter på bara ett år.

Bland de som är födda utanför Norden är det mycket mer vanligt att använda internet för att tala i telefon. Det är 85 procent av dem som gör det någon gång och 30 procent av dem som gör det dagligen.

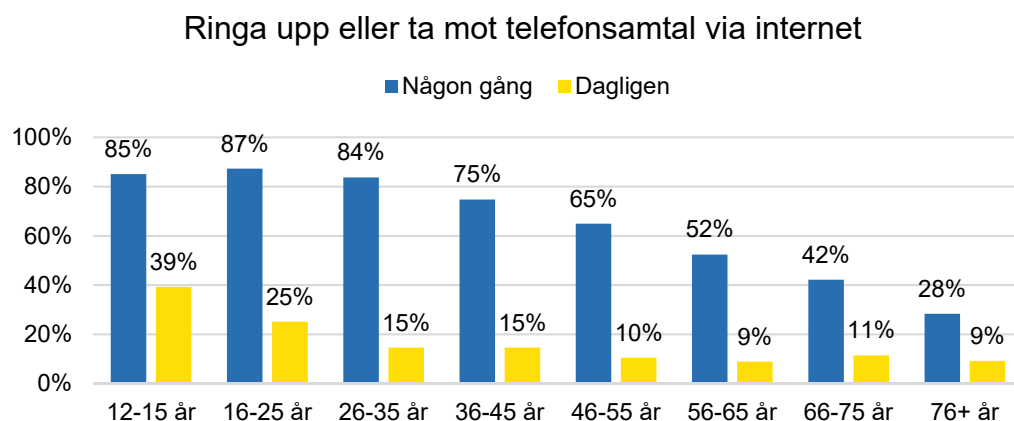


Diagram 4.7 Andel internetanvändare som ringer eller tar emot telefonsamtal via internet någon gång respektive dagligen fördelat på ålder 2017.

I åldersgrupperna 12–35 år är det fler än fyra av fem som ringer eller tar emot telefonsamtal över internet. Sedan sjunker telefonerandet med ökande ålder. När det gäller de dagliga telefonsamtalen följer användandet samma mönster och minskar med ökande ålder. I åldersgruppen 12–15 år är det två av fem (39 %) som dagligen pratar i telefon över internet.

I alla åldersgrupper är det mer vanligt bland män än kvinnor att prata i telefon över internet.

Videosamtal och videochatt

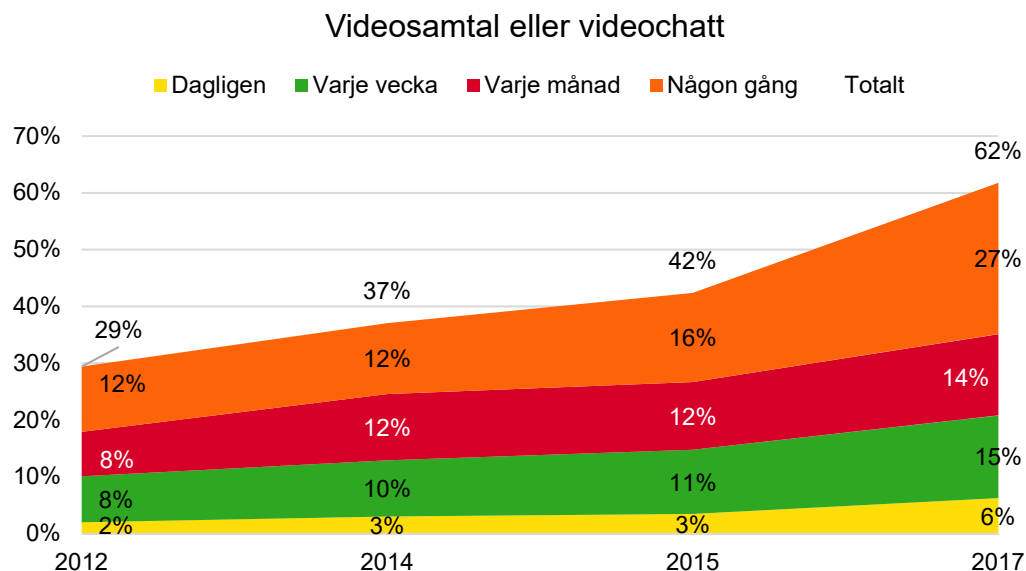


Diagram 4.8 Andel internetanvändare som använder internet för videosamtal eller videochat någon gång, varje månad, varje vecka respektive dagligen 2012, 2014, 2015 och 2017.

Allt fler använder internet för videosamtal och videochattar. Totalt är det 62 procent som gör det 2017 vilket är en ökning med 20 procentenheter på två år då det var 42 procent som använde videosamtal år 2015. Det är en fördubbling av de som dagligen använder videosamtal (från 3 till 6 procent) men det är framförallt bland de som sällan använder videosamtal som ökningen har skett.

Precis som för röstsamtal är det mycket mer vanligt att använda internet för videosamtal för personer som är födda utanför Norden. Det är 82 procent av dem som gör det någon gång och 16 procent dagligen.

I alla åldersgrupper utom bland de allra yngsta (12–15 år) är det lite mer vanligt bland män än bland kvinnor att delta i videosamtal.

Användning av sociala plattformar

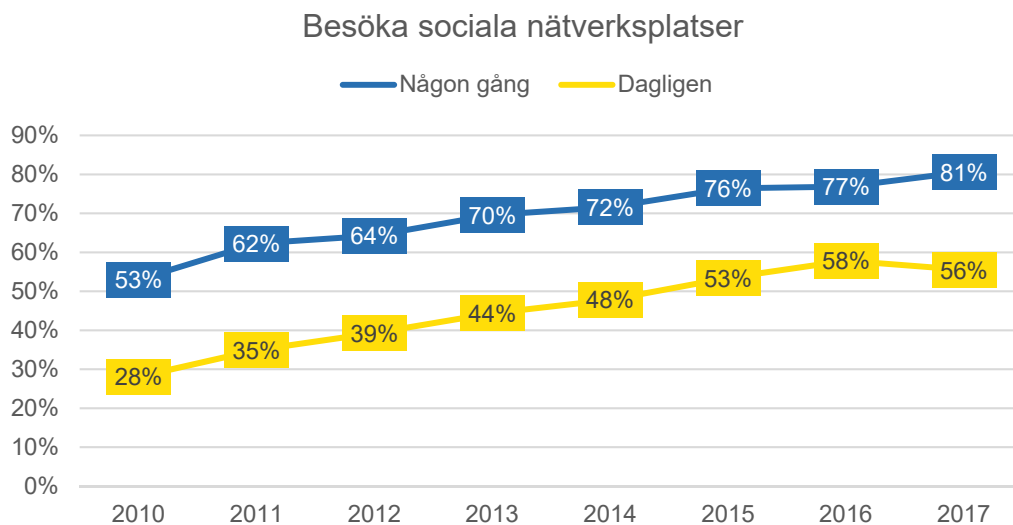


Diagram 4.9 Andel av internetanvändare (12+ år) som besöker sociala nätverksplatser någon gång respektive dagligen 2010–2017.

Användningen av sociala plattformar och nätverk fortsätter att öka. På den övergripande frågan *”Hur ofta besöker du sociala nätverksplatser?”* svarar 81 procent av alla internetanvändare att de minst någon gång gör det. Det är 4 procentenheter fler jämfört med 2016 då 77 procent gjorde det. Ökningen återfinns till stor del bland ”sällananvändarna”, de som uppger att de ”någon gång”, det vill säga mer sällan än varje månad, gjort det. Det var 6 procent som besökte sociala nätverk mer sällan än varje månad 2016 och den andelen ökade till 10 procent 2017.

Det är 56 procent som dagligen använder sociala nätverk. Det är dubbelt så många som 2010 då det var 28 procent. Men det är en liten minskning jämfört med 2016 då det var 58 procent. Huruvida minskningen i daglig användning är ett trendbrott eller ej återstår att se. Minskningen är inte statistiskt säkerställd.

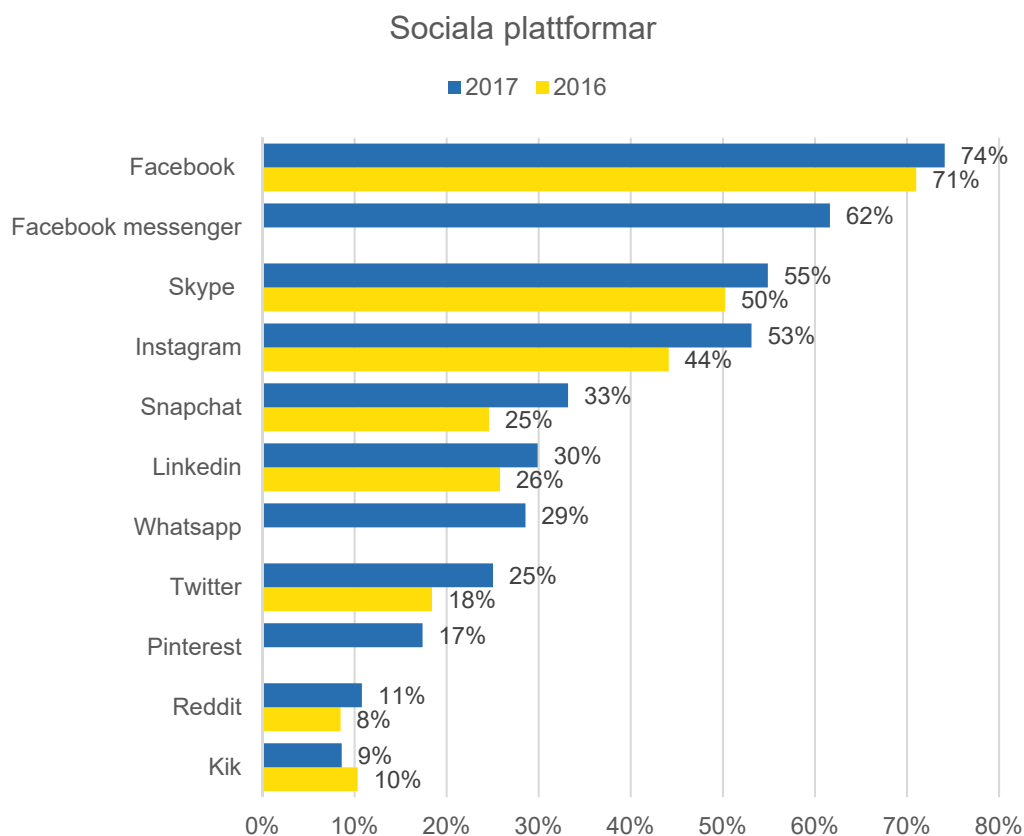


Diagram 4.10 Andel av internetanvändarna som använder olika sociala plattformar 2016–2017.

Facebook är fortfarande den sociala plattform som allra flest (74 %) använder, åtminstone någon gång. Mer än hälften av alla internetanvändare använder Instagram (53 %) någon gång, vilket gör det till den näst populäraste plattformen. Intressant är dock att tillväxten är betydligt större för Instagram och Snapchat (9 procentenheter) än för Facebook (3 procentenheter).

Snapchat, Twitter och LinkedIn hade lika stor andel användare (21 %) för två år sedan. Snapchat har sedan dess dragit ifrån och nu är det en tredjedel (33 %) av internetanvändarna som använder Snapchat någon gång. Följt av LinkedIn med 30 procent och Twitter som ungefär en fjärdedel av alla internetanvändare använder någon gång. Det är första året vi undersöker Pinterest och det visade sig att ungefär var sjätte (17 %) internetanvändare använder det någon gång. Reddit används av ungefär var tionde (11 %) internetanvändare.

Det är lite drygt hälften som använder Skype (55 %), en tredjedel (29 %) som använder Whatsapp och var tionde (9 %) som använder Kik för att kommunicera.

Men det är stor skillnad i användning av sociala plattformar beroende på faktorer som kön och ålder. Mer om användningen av de olika sociala plattformarna följer i avsnitten nedan.

Facebook

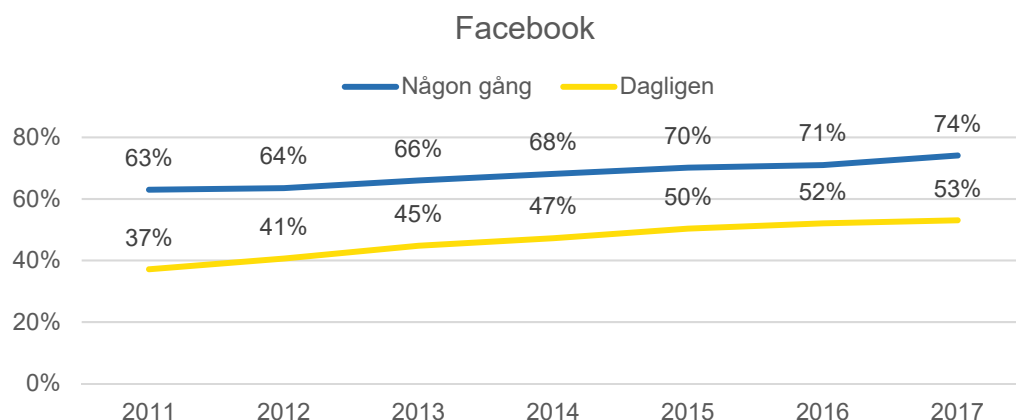


Diagram 4.11 Andel av internetanvändare (12+ år) som använder Facebook någon gång respektive dagligen 2011-2017.

Användningen av Facebook fortsätter att öka. Nästan tre av fyra (74 %) av internetanvändarna använder någon gång Facebook och över hälften (53 %) gör det dagligen. Andelen som använder Facebook ökar i alla åldrar utom bland de yngre. I åldersgruppen 12-15 år är det hälften (54 %) som använt Facebook 2017, vilket kan jämföras med att det var två tredjedelar (67 %) i den åldern som använde Facebook året innan. Även i åldersgruppen 16-25 år skymtar en liten minskning, från 94 till 93 procent.

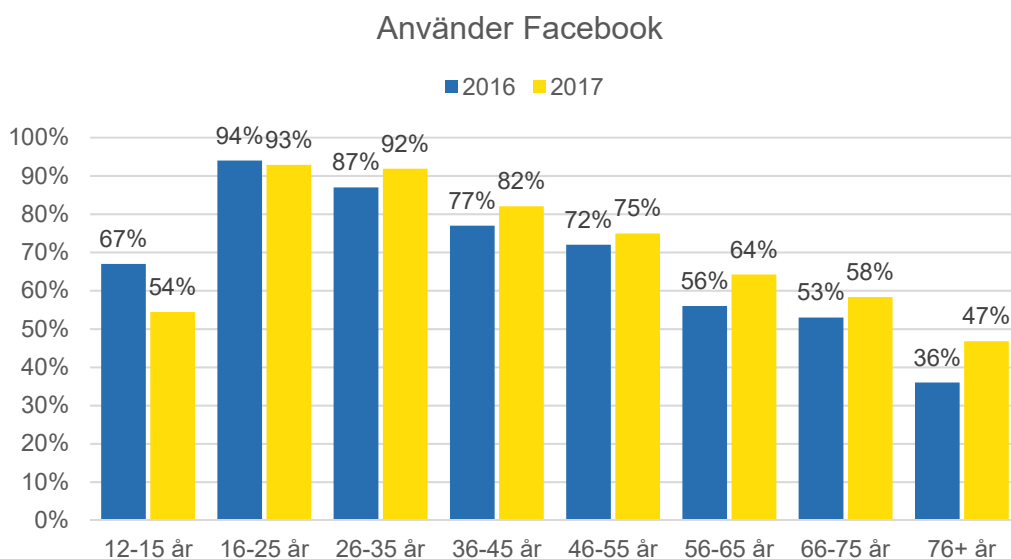


Diagram 4.12 Andel av internetanvändare (12+ år) som använder Facebook 2016 och 2017.

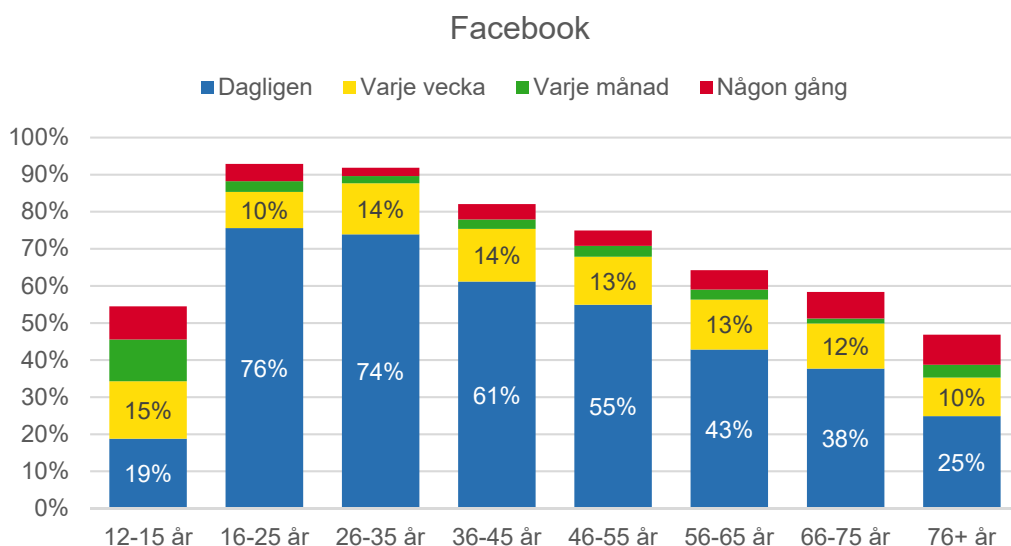


Diagram 4.13 Hur ofta man använder Facebook 2017, fördelat på åldersgrupper. Andel av internetanvändare 12+ år.

Även om det skett en liten minskning i andelen som använder Facebook i åldersgruppen 16–25 år så är det här vi hittar de flitigaste användarna, med en daglig andel på 76 procent. Andelen användare liksom andelen dagliga användare sjunker sedan med stigande ålder. Men det är ändå nära hälften (47 %) av internetanvändarna över 75 år som använder Facebook och 25 procent gör det dagligen.



Diagram 4.14 Andel av Facebookanvändare (16+ år) som uppger att de gör olika aktiviteter på Facebook 2017. (Flera alternativ är möjliga.)

I årets undersökning har de som använder Facebook och är över 16 år även fått svara på vad de gör på Facebook. Det som är absolut mest vanligt är att använda Messenger, vilket över 80 procent av Facebookanvändarna gör. Lite drygt 6 av 10 Facebookanvändare är med i grupper på Facebook. Lite drygt hälften (53 %) av Facebookanvändarna läser nyheter på Facebook.

Ungefär hälften av Facebookanvändarna skriver egna inlägg (49 %) och ungefär lika många delar andras inlägg (48 %). Något färre (46 %) lägger upp egna bilder. Det är 4 av 10 som deltar i Facebook-evenemang och 2 av 10 som själva skapar evenemang på Facebook. Minst vanligt är det att spela spel på Facebook, vilket 11 procent uppger att de gör.

Gemensamt för alla aktiviteter är att det är en större andel av de kvinnliga än de manliga Facebookanvändarna som använder de olika aktiviteterna.

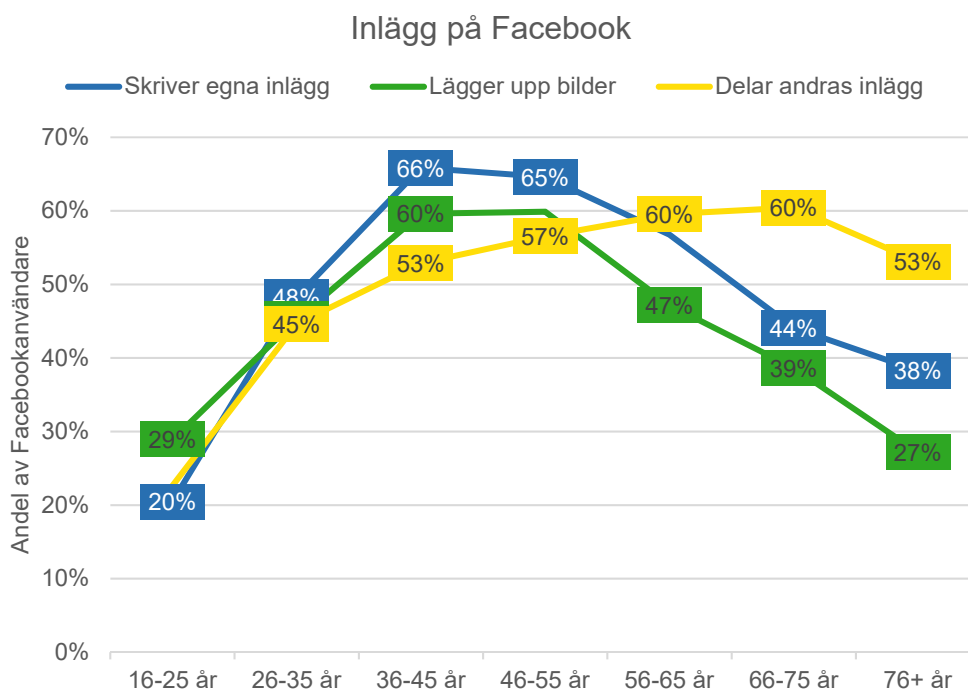


Diagram 4.15 Andel Facebookanvändare som skriver egna inlägg, lägger upp bilder respektive delar andras inlägg. Fördelat på ålder 2017.

Mest aktiva med att producera eget material på Facebook är personer mellan 36 och 55 år. Där är det nästan två av tre som skriver egna inlägg. Det är även i den åldersgruppen som man är mest aktiv med att lägga upp bilder. Minst aktiva med att skriva egna inlägg och lägga upp bilder är de i åldern 16–25 år.

Det är vanligare att dela andras inlägg när man är äldre. Vanligast är det i åldrarna 56–75 år där 6 av 10 delar andras inlägg. Även bland de ännu äldre Facebookanvändarna, de över 75 år, är det mer än hälften som delar andras inlägg, medan det i den gruppen är ungefär en tredjedel som skriver egna inlägg eller lägger upp bilder.

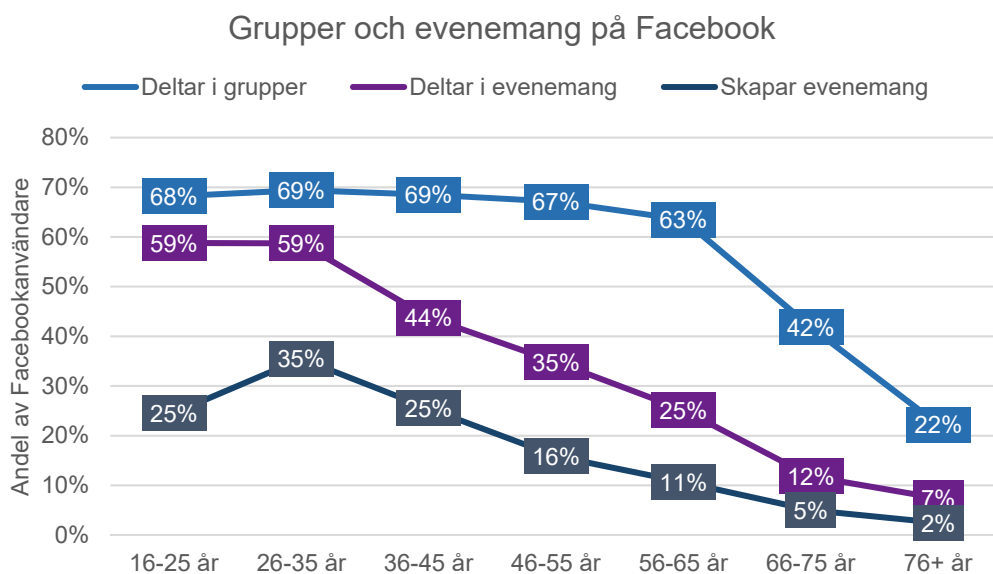


Diagram 4.16 Andel Facebookanvändare som deltar i grupper eller evenemang respektive skapar evenemang. Fördelat på ålder 2017.

När det gäller att delta i grupper på Facebook tycks åldern inte spela så stor roll. Upp till 55 års ålder så är det drygt två av tre Facebookanvändare som deltar i grupper på Facebook. Efter 65 års ålder sjunker deltagandet. Det är 42 procent av de i åldern 66–75 år som deltar i grupper och 22 procent av de över 75 års ålder. Det är ett högt deltagande i grupper bland de som är sjukskrivna eller förtidspensionärer (74 procent, oavsett ålder).

I Facebook finns möjligheten att sprida information om och anmäla sig till evenemang. Det är vanligast att skapa evenemang bland användare i åldern 26–35 år, där drygt en tredjedel (35%) gör det. I åldrarna 16–35 år är det vanligt att delta i evenemang skapade på Facebook. Det är sex av tio som deltar i evenemang. Det är betydligt vanligare bland stadsbor än bland de som bor på landsbygden både att skapa evenemang (23 % jämfört med 15 %) och att delta i evenemang skapade på Facebook (43 % jämfört med 33 %).

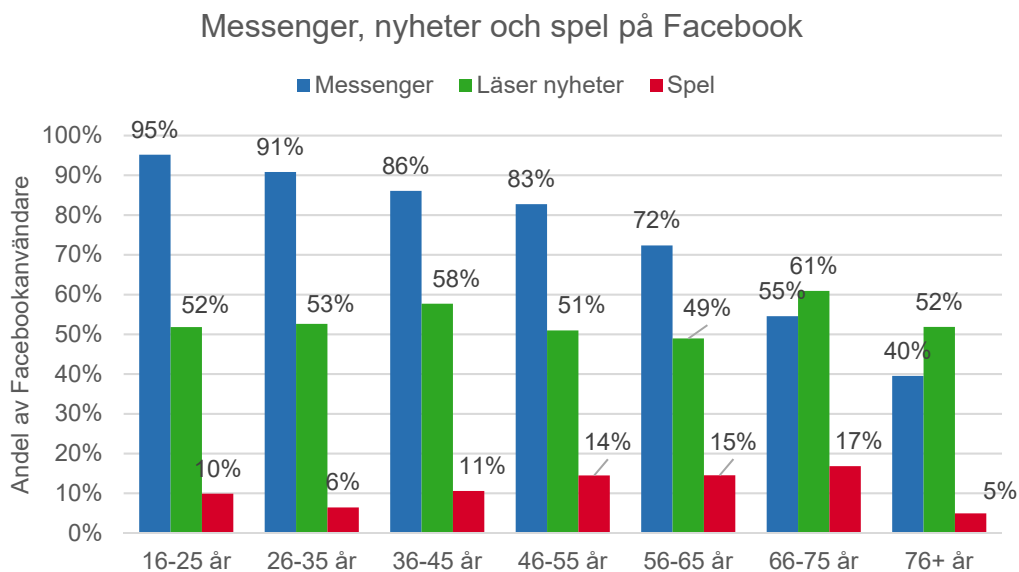


Diagram 4.17 Andel Facebookanvändare som i Facebook använder Messenger, läser nyheter respektive spelar spel. Fördelat på ålder 2017.

Den absolut vanligaste aktiviteten bland Facebookanvändare i alla åldrar upp till 65 år är att använda Facebooks meddelandetjänst Messenger. Allra vanligast är det bland 16–25 åringarna där 95 procent använder Messenger. Minst vanligt är det bland de äldsta, de som är över 75 år, men det är ändå 40 procent i den gruppen som använder Messenger.

När det gäller att använda Facebook för att läsa nyheter tycks det inte vara någon större skillnad mellan åldersgrupperna. Oavsett ålder läser ungefär hälften av användarna nyheter.

Man kan spela spel som Clash of Clans, Candy Crush Saga och Hay Day via Facebook och då ta hjälp av sina vänner för att nå bättre resultat. Det är ungefär var tionde Facebookanvändare (11 %) som uppger att de använder Facebook för att spela spel. Det är vanligare ju äldre man är och allra vanligast är det bland de som är 66–75 år där 17 procent uppger att de spelar spel.

Svenskarna och internet 2017 finns i webbversion.
På www.svenskarnaochinternet.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.

Instagram

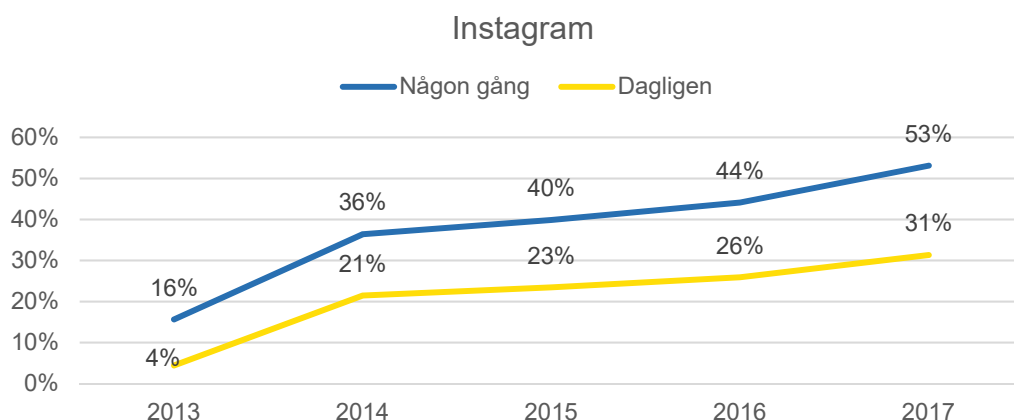


Diagram 4.18 Andel av internetanvändare (12+ år) som använder Instagram någon gång respektive dagligen 2013–2017.

Användningen av Instagram ökar och numera använder mer än hälften (53 %) av alla internetanvändare Instagram och nästan en tredjedel (31 %) gör det dagligen. Användningen har ökat i alla åldersgrupper och mest har den ökat bland de äldre internetanvändarna där det i några åldersgrupper till och med fördubblats på ett år. Bland de yngre åldersgrupperna är inte ökningen så stor vilket ju förklaras av att användningen redan nått höga nivåer.

Det är större andel av kvinnorna (62 %) än männen (45 %) som använder Instagram och så är det genomgående i alla åldersgrupper.

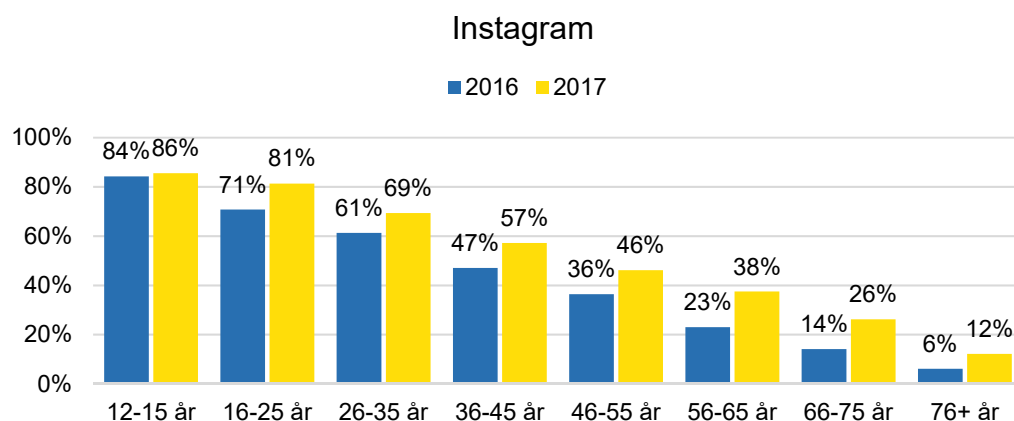


Diagram 4.19 Andel av internetanvändare (12+ år) som använde Instagram 2016 och 2017. Fördelat på ålder.

Det syns ett tydligt samband mellan ålder och användning av Instagram. Störst andel Instagramanvändare finns i de yngsta åldersgrupperna, de mellan 12 och 15 år, där 86 procent använder Instagram och 70 procent gör det dagligen. Mest extremt är användningen bland 12–15-åriga tjejer, där 97 procent använder Instagram och 89 procent gör det dagligen. Användningen sjunker sedan med stigande ålder.

Snapchat

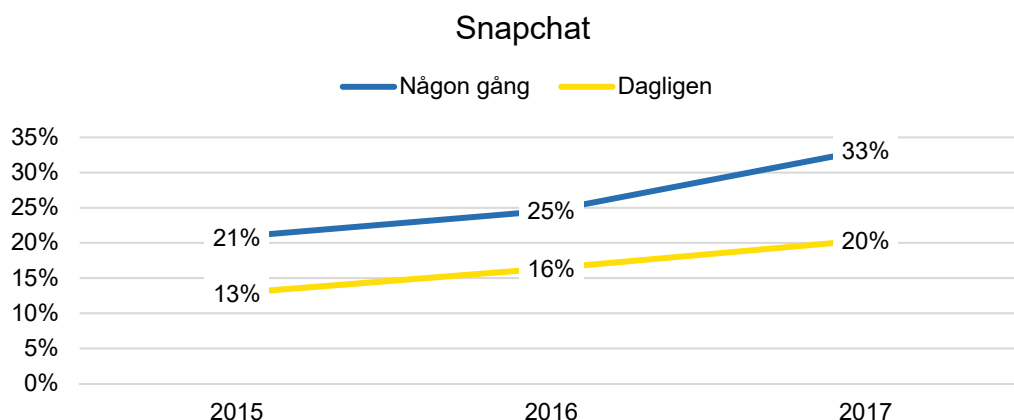


Diagram 4.20 Andel av internetanvändare (12+ år) som använder Snapchat någon gång respektive dagligen 2015–2017.

Användningen av Snapchat fortsätter att öka och ökningstakten har stigit. Utslaget på alla internetanvändare är det en tredjedel (33 %) som använder Snapchat någon gång och en femtedel (20 %) som gör det dagligen.

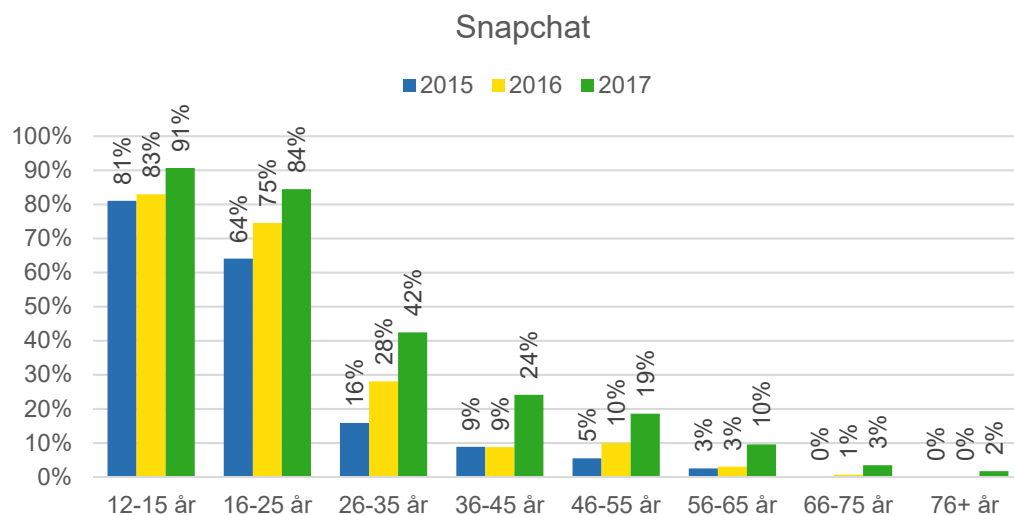


Diagram 4.21 Andel internetanvändare som använder Snapchat fördelat på ålder 2015, 2016 och 2017.

Även om användningen av Snapchat har ökat i alla åldrar så är det sällsynt med dagliga snapchattare över 35 år.

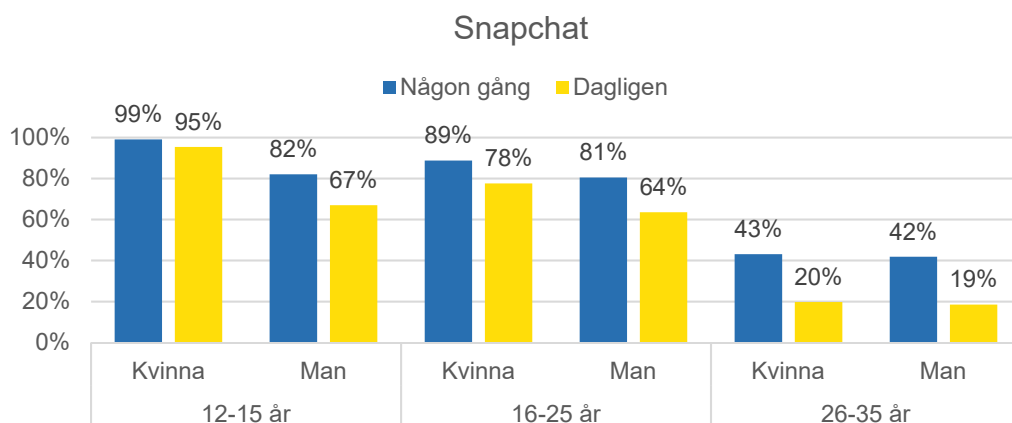


Diagram 4.22 Andel internetanvändare 12-35 år som använder Snapchat någon gång respektive dagligen fördelat på kön och ålder 2017.

Upp till 25 år är det däremot desto vanligare att hitta dagliga snapchattare. Så gott som alla flickor mellan 12 och 15 år använder Snapchat (99 %) och 95 procent gör det dagligen. För den här gruppen är Snapchat den överlägset vanligaste tjänsten. Pojkarnas användning av Snapchat är visserligen inte lika hög som flickornas, men det är ändå fler än 4 av 5 som använder Snapchat och ungefär 2 av 3 som gör det dagligen.

LinkedIn

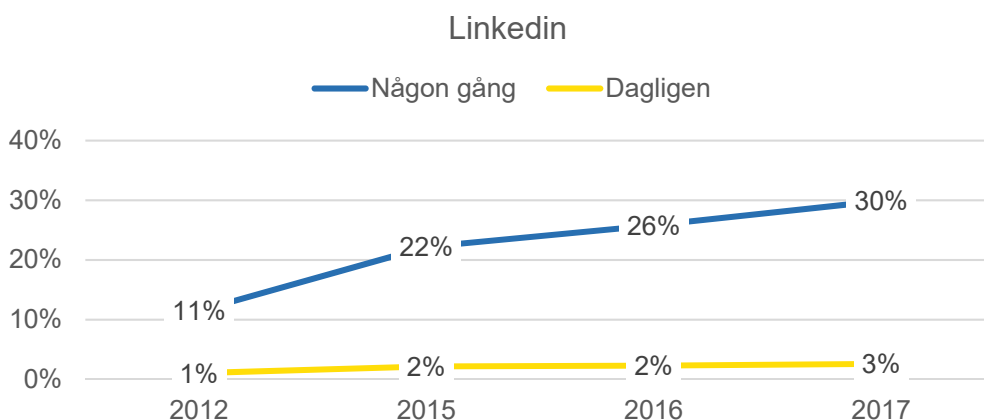


Diagram 4.23 Andel av internetanvändare (16+ år) som använder LinkedIn någon gång respektive dagligen 2012 och 2015-2017.

Fler och fler provar på att använda LinkedIn någon gång, men det är ingen märkbar förändring av andelarna som använder LinkedIn varje månad eller oftare. Det är heller ingen tjänst som används dagligen. Det kan tyda på att många ser LinkedIn som en tjänst för att lägga upp statisk information om sig själv, inte en tjänst för socialt utbyte.

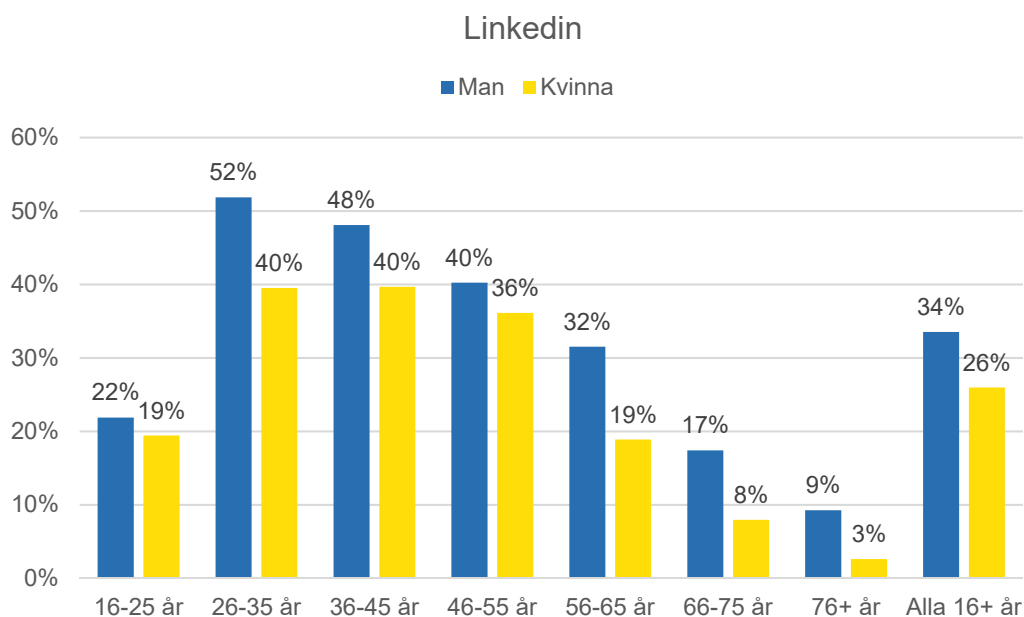


Diagram 4.24 Andel av internetanvändare som använder LinkedIn någon gång fördelat på kön och ålder 2017.

30 procent av alla internetanvändare använder någon gång LinkedIn. Det är mer vanligt bland män (34 %) än kvinnor (26 %). Bland män i åldern 26–35 år är det över hälften som någon gång använder LinkedIn. Andelen som använder LinkedIn sjunker sedan med stigande ålder.

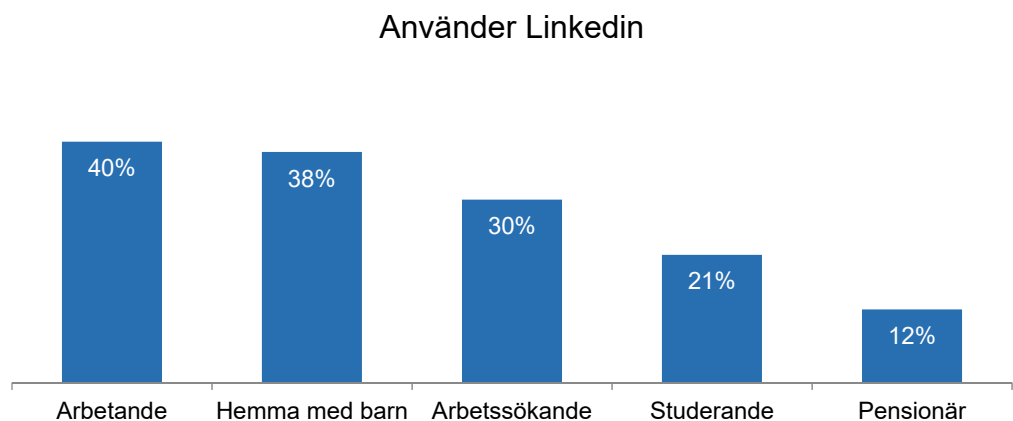


Diagram 4.25 Andel internetanvändare som använder LinkedIn fördelat på sysselsättning 2017.

Av de som arbetar är det 40 procent som använder LinkedIn någon gång, vilket är en ökning sedan 2016 då det var 33 procent. Det är 30 procent av de arbetslösa som använder LinkedIn någon gång men trots att LinkedIn beskrivs som ett karriärverktyg är det inte någon av de arbetslösa som använder LinkedIn dagligen.

Använder LinkedIn

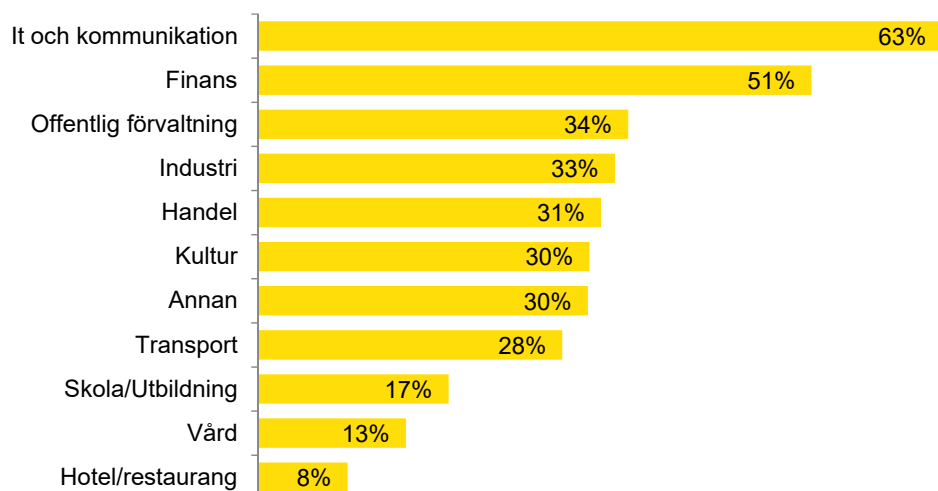


Diagram 4.26 Andel internetanvändare som använder LinkedIn fördelat på bransch 2017.

Det är betydligt vanligare att använda LinkedIn för de som arbetar inom it- och kommunikation (63 %) eller finans (51 %) än de som arbetar inom utbildning (17 %), vård (13 %) eller hotell- och restaurangbranschen (8 %).

Twitter

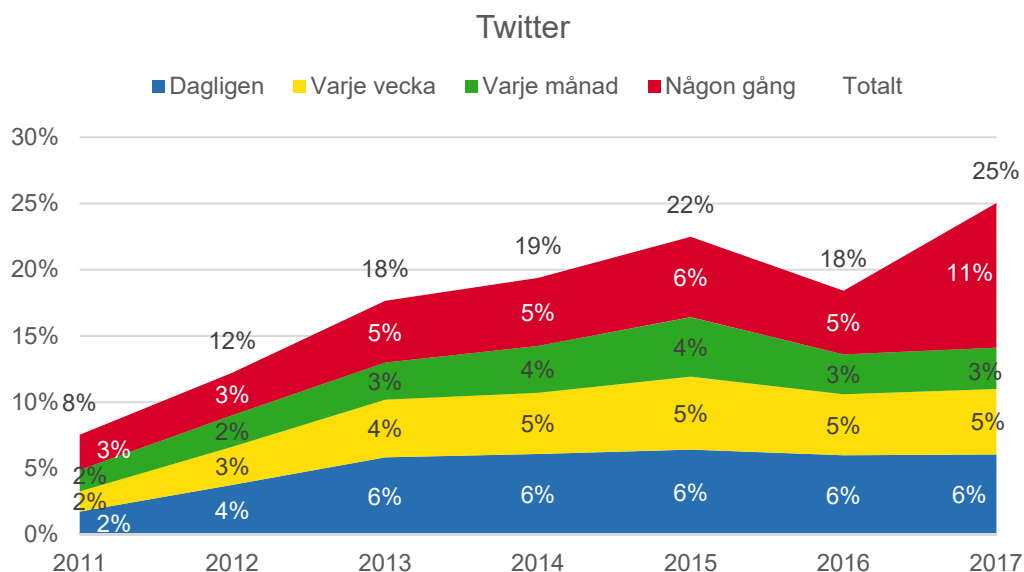


Diagram 4.27 Andel internetanvändare (12+ år) som använder Twitter dagligen, varje vecka, varje månad respektive någon gång 2011-2017.

Var fjärde internetanvändare (25 %) har någon gång använt Twitter. Ser man på utvecklingslinjen från år 2011 och framåt ser man att användningen av Twitter ökade fram till 2014 men har sedan planat ut. År 2016 hickade kurvan till, då det var färre som uppgav att de använder Twitter medan det 2017 återigen ökar. Ökningen finns enbart bland de som uppgav att de använder Twitter "någon gång", det vill säga mer sällan än varje månad. Det är ungefär samma andel som

använder Twitter dagligen, varje vecka och varje månad i år som under åren 2014–2016.

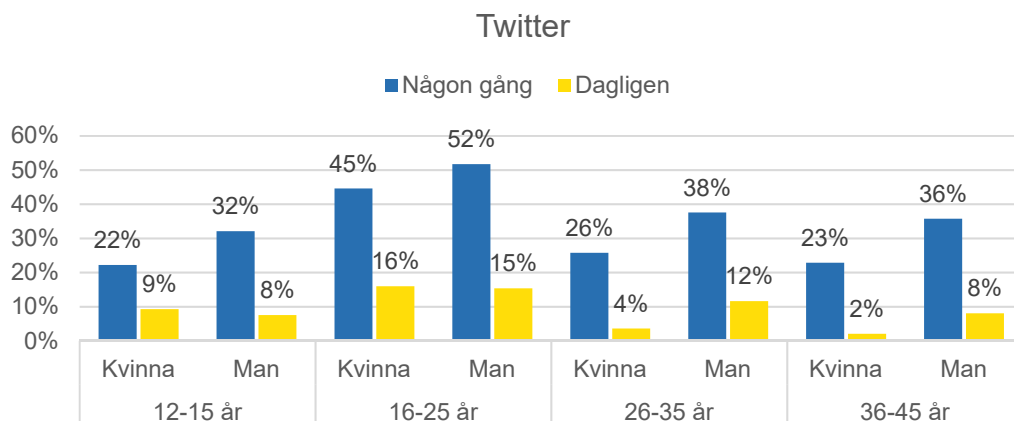


Diagram 4.28 Andel internetanvändare (12+ år) som använder Twitter någon gång respektive dagligen. Fördelat på kön och ålder 2017.

Det är vanligare att använda Twitter bland män (28 %) än bland kvinnor (22 %). Så är det genomgående i alla åldersgrupper. Den åldersgrupp där det är mest vanligt att använda Twitter är bland de som är 16–25 år. Där är det nästan hälften (48 %) som använder Twitter och 16 procent som använder det dagligen. 52 procent av männen och 45 procent av kvinnorna i det åldersspannet använder Twitter någon gång och drygt 15 procent gör det dagligen.

Det är betydligt vanligare bland stadsbor (29 %) än bland de som bor i landsbygd (17 %) att använda Twitter.

Reddit

11 procent av alla internetanvändare i Sverige använder den sociala nyhetsidan och diskussionsplattformen Reddit 2017. Det är en ökning jämfört med 2016 då det var 8 procent.

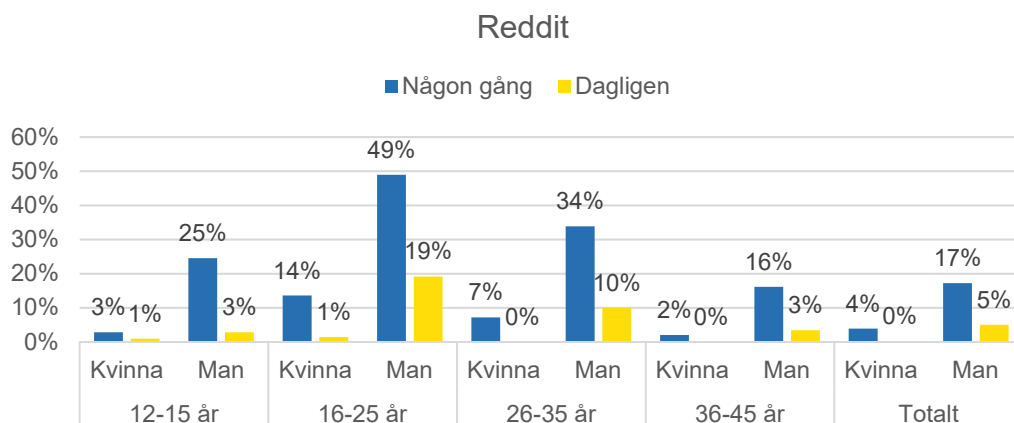


Diagram 4.29 Andel internetanvändare (12+ år) som använder Reddit någon gång respektive dagligen fördelat på ålder och kön 2017.

Det är stor skillnad mellan könen i användandet av Reddit. 17 procent av alla män använder Reddit jämfört med 4 procent av kvinnorna. Det är även stor skillnad

mellan åldersgrupper. Hälften (49 %) av männen mellan 16 och 25 år använder Reddit och var femte (19 %) använder Reddit varje dag.

Pinterest

Pinterest är en tjänst där användare kan ladda upp, organisera och dela med sig av sina bilder på digitala anslagstavlor, så kallade pinboards. Pinterest lanserades 2010.

I *Svenskarna och internet 2017* frågar vi för första gången om användningen av Pinterest.

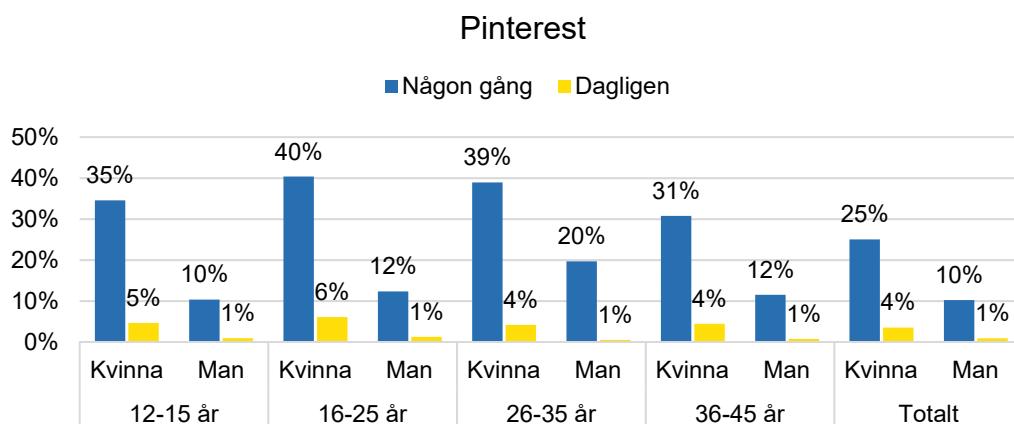


Diagram 4.30 Andel internetanvändare (12+ år) som använder Pinterest någon gång respektive dagligen, fördelat på kön och ålder 2017.

Drygt var sjätte (17 %) internetanvändare använder Pinterest någon gång och ett par procent gör det dagligen. Det är betydligt vanligare att kvinnor använder Pinterest (25 %) än att män gör det (10 %). Det är vanligast att använda Pinterest i åldrarna upp till 35 år. Bland kvinnor i åldrarna 16-35 år är det omkring 40 procent som använder Pinterest någon gång.

Skype

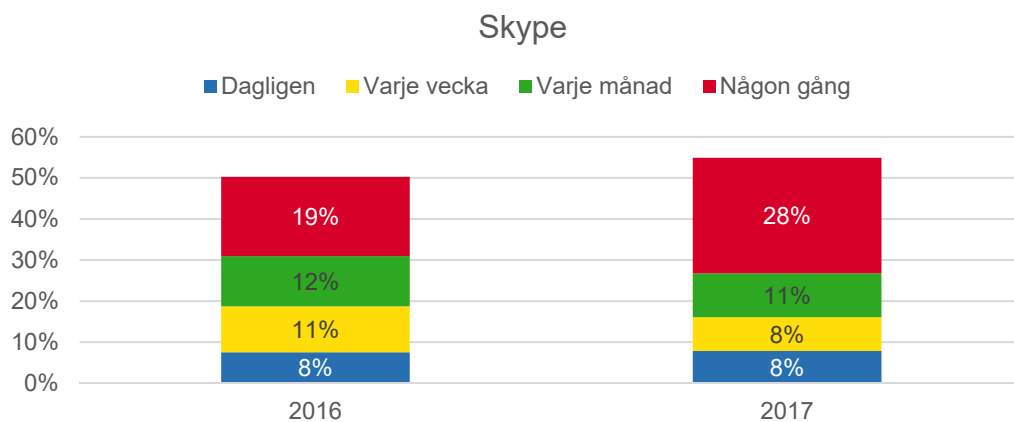


Diagram 4.31 Andel internetanvändare (12+ år) som använder Skype dagligen, varje vecka, varje månad respektive mer sällan än varje månad 2016 och 2017.

Användningen av Skype har ökat. Det är 55 procent som någon gång använder Skype 2017 jämfört med 50 procent 2016. Det är 8 procent som använder Skype dagligen. Ökningen i användning av Skype finns bland de som sällan använder tjänsten.

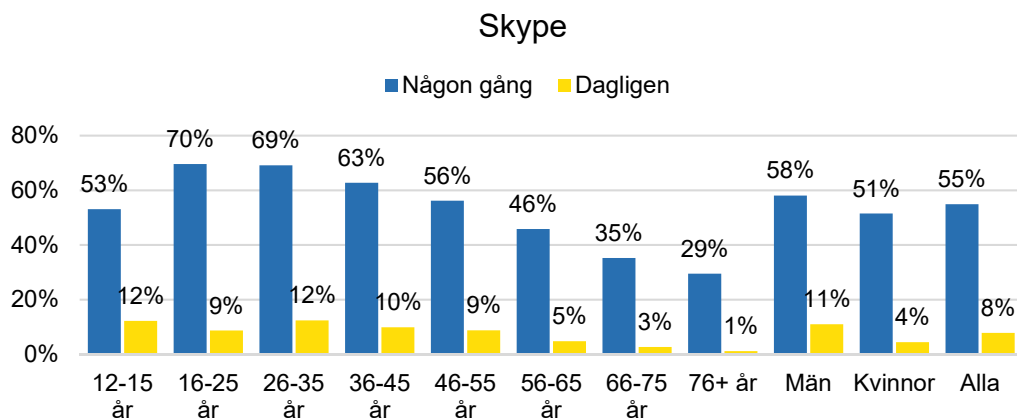


Diagram 4.32 Andel internetanvändare (12+ år) som använder Skype någon gång och dagligen fördelat på ålder 2017.

Det är framför allt unga män som använder Skype. I åldrarna 16–35 år använder över 75 procent av männen Skype.

Bland de som är födda utanför Norden är det liksom för telefonin mer vanligt att använda Skype. Det är 74 procent av dem som gör det någon gång och 14 procent av dem som använder Skype dagligen.

Whatsapp

I *Svenskarna och internet 2017* frågar vi för första gången om användningen av Whatsapp.

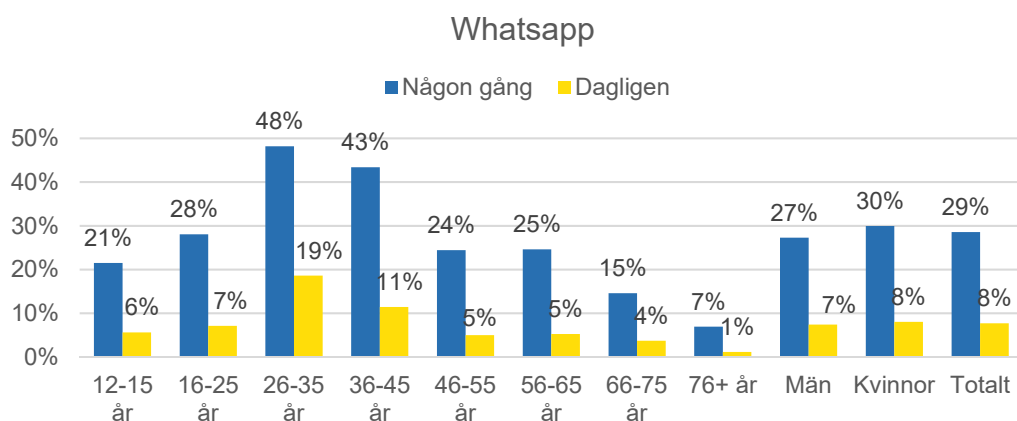


Diagram 4.33 Andel internetanvändare som använder Whatsapp någon gång respektive dagligen fördelat på ålder 2017.

29 procent av internetanvändarna i Sverige använder appen Whatsapp för att skicka meddelanden och 8 procent gör det dagligen.

Det är mest vanligt att personer i åldern 26–35 år använder Whatsapp. I den åldern är det 48 procent som använder Whatsapp, något vanligare bland kvinnorna (52 %) än männen (46 %). Det är även i den åldersgruppen som flest använder Whatsapp dagligen (19 %).

Som med många andra kommunikationstjänster är det betydligt vanligare att använda Whatsapp bland personer som är födda utanför Norden. Över hälften av de födda utanför Norden använder Whatsapp och 23 procent som gör det dagligen.

Kik

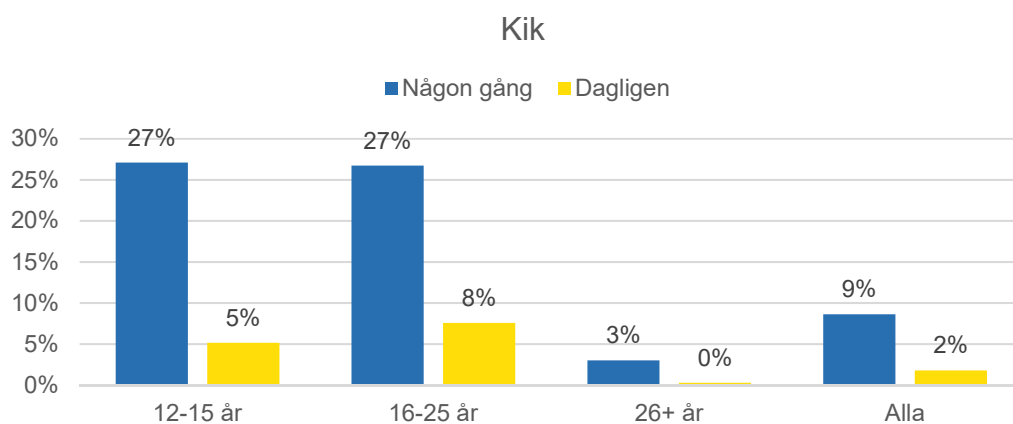


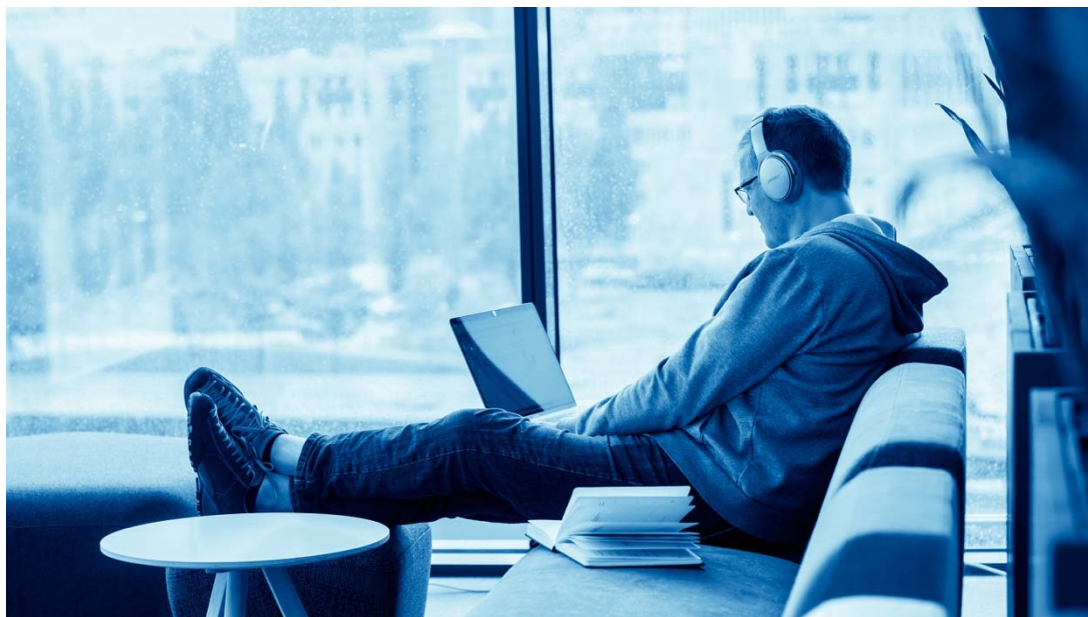
Diagram 4.34 Andel internetanvändare 12+ år som använder Kik någon gång och dagligen 2017.

Utslaget på alla internetanvändare är det knappt en tiondel (9%) som använder meddelandeappen Kik. Men skillnaden är stor mellan olika åldrar. Bland personer upp till 25 år är det drygt en fjärdedel (27%) som använder Kik, medan det bland dem över 26 år endast är 3 procent som använder Kik.

Svenskarna och internet 2017 finns i webbversion.

På www.svenskarnaochinternet.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.

5 Titta, lyssna, läsa



- Både att titta på rörlig bild och lyssna på innehåll på internet blir allt vanligare. Bland unga personer under 25 år använder praktiskt taget alla Youtube, en stor majoritet av dem dagligen. Även bland tv-kanalernas playtjänster och Netflix ökar tittandet.
- När det gäller lyssnandet på innehåll växer såväl radio som poddradio och musik. En stor del av de som lyssnar på musik på internet gör det via Spotify.
- Färre personer än tidigare använder fildelningstjänster ofta, även om användandet mer sällan håller i sig. Fler betalar också för prenumererade tjänster för såväl musik som film än tidigare.
- När det kommer till läsandet är det få personer som prenumererar på en dagstidning digitalt, papperstidningen är fortfarande en vanligare prenumeration.

Titta på rörlig bild

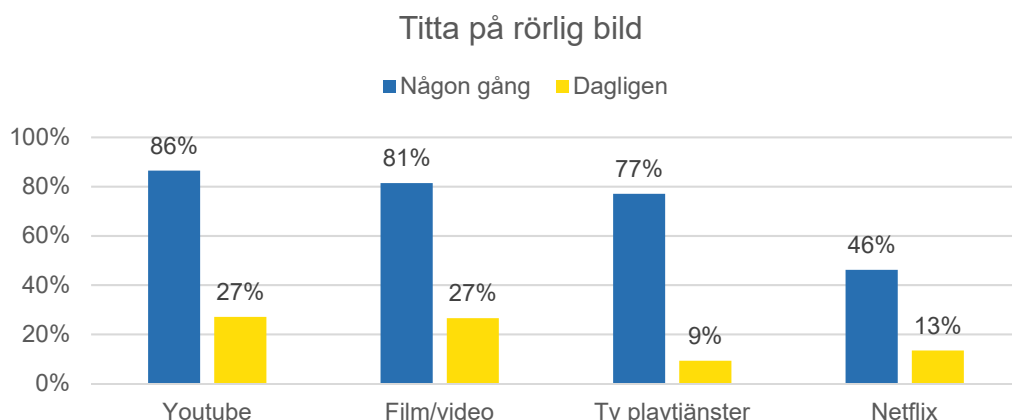


Diagram 5.1 Andel internetanvändare som någon gång respektive dagligen tittar på film/video, tv-kanalernas playtjänster, Youtube respektive Netflix 2017.

Fler och fler internetanvändare använder nätet för att titta på rörlig bild i alla dess olika former.

Titta på film eller video

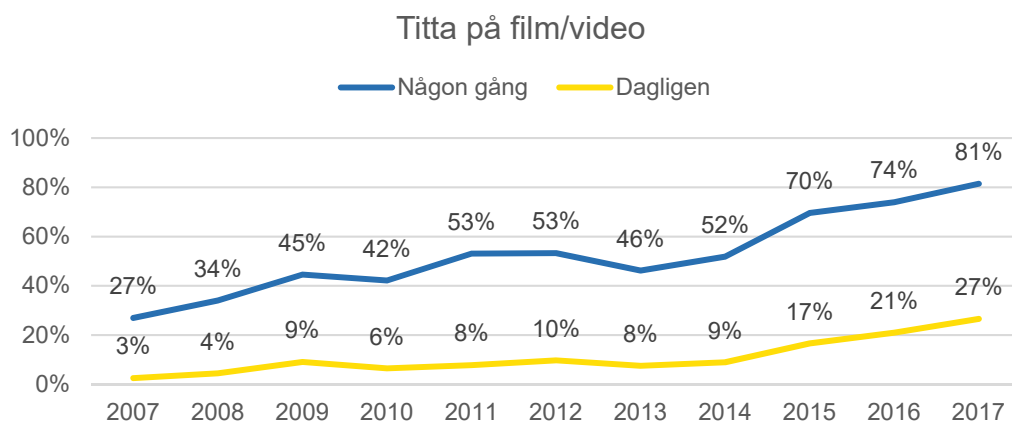


Diagram 5.2 Andel internetanvändare (12+ år) som någon gång respektive dagligen tittar på film eller video på internet 2007-2017.

Fyra av fem internetanvändare (81 %) tittar på film eller video på internet någon gång och mer än var fjärde (27 %) tittar dagligen.

Filmtittandet på internet har ökat kraftigt på senare år. Det har ökat från att ha legat kring 50 procent åren 2011-2014 till över 80 procent 2017. Framförallt har det dagliga tittandet mer än fördubblats på tre år, från 9 procent 2014 till 27 procent 2017. Ökningen skulle kunna ha att göra med att fler och fler hushåll har fått fast bredband med högre kapacitet såväl som att mobilnäten har blivit utbyggda med en nästan rikstäckande 4G-teknik.

Det är något vanligare att män (83 %) än kvinnor (80 %) tittar på film.

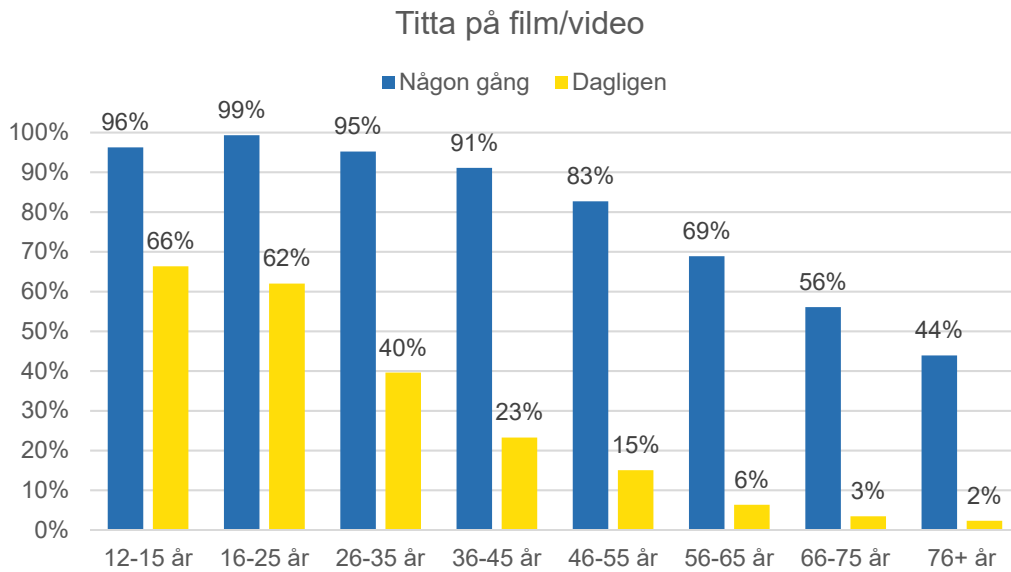


Diagram 5.3 Andel internetanvändare som tittar på film eller video någon gång respektive dagligen fördelat på ålder 2017.

Filmtittande är vanligt i alla åldrar men det dagliga tittandet förekommer främst i de yngre åldrarna. I åldrarna 12–25 år är det över 60 procent som dagligen tittar på film via internet. Bland pensionärerna är det dock endast ungefär hälften (54 %) som använder internet för att titta på film och bara ett fåtal gör det dagligen.

Titta på tv-kanalernas playtjänster

Utvecklingskurvan för internetanvändarnas tittande på tv-kanalernas playtjänster liknar i stort sett den för tittandet på film.

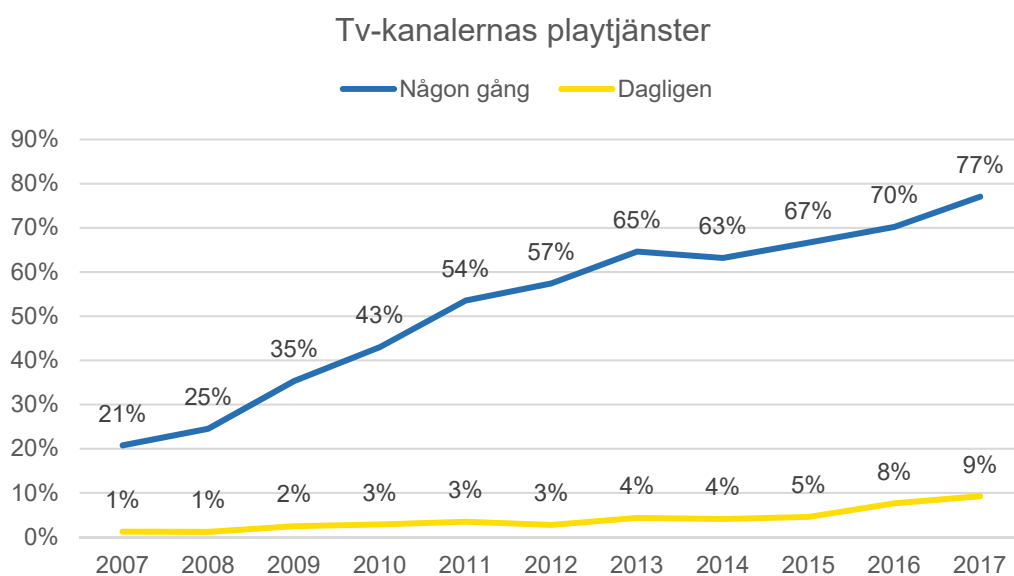


Diagram 5.4 Andel internetanvändare (12+ år) som någon gång respektive dagligen tittar på tv-kanalernas playtjänster 2007–2017.

Det är lite drygt tre av fyra (77 %) av internetanvändarna som tittar på tv-kanalernas playtjänster och knappt var tionde som gör det dagligen. Det är mer vanligt att titta varje vecka, vilket en tredjedel (29 %) gör.

Det är något vanligare att kvinnor (79 %) än män (75 %) tittar på playtjänster.

Ser på tv-kanalernas playtjänster

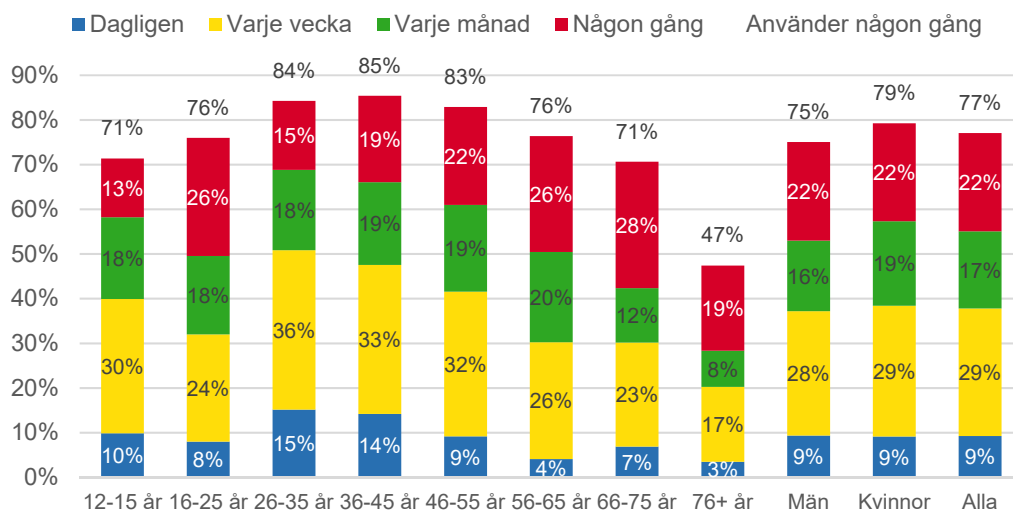


Diagram 5.5 Andel internetanvändare som tittar på tv-kanalernas playtjänster dagligen, varje vecka, varje månad respektive någon gång och totalt fördelat på ålder 2017.

Dagligt tittande på tv-kanalernas playtjänster är inte vanligt i någon åldersgrupp, vilket är intressant då tittande på tv i en traditionell tv-apparat är något som två tredjedelar av befolkningen gör dagligen.

Det är vanligast att titta på playtjänster i åldrarna 26–45 år där ungefär hälften tittar varje vecka och uppemot 85 procent tittar någon gång.

Netflix

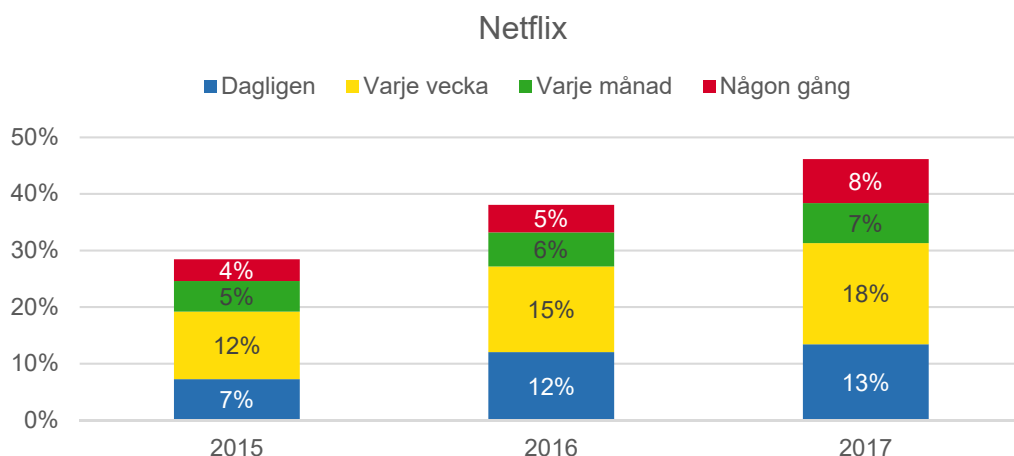


Diagram 5.6 Andel internetanvändare (12+ år) som tittar på Netflix dagligen, varje vecka, varje månad eller mer sällan 2015-2017.

I frågorna till undersökningen *Svenskarna och internet* finns några tjänster med som är namngivna. En av dem är Netflix. Nästan hälften, 46 procent, av internetanvändarna tittar på Netflix. 13 procent tittar varje dag och ytterligare 18 procent gör det inte varje dag men varje vecka. Det gör att det totalt sett är nästan en tredjedel av internetanvändarna som varje vecka tittar på Netflix.

Tittandet på Netflix har ökat på två år, från 28 procent 2015 till 46 procent 2017. Det dagliga tittandet har nästan fördubblats, från 7 procent till 13 procent.

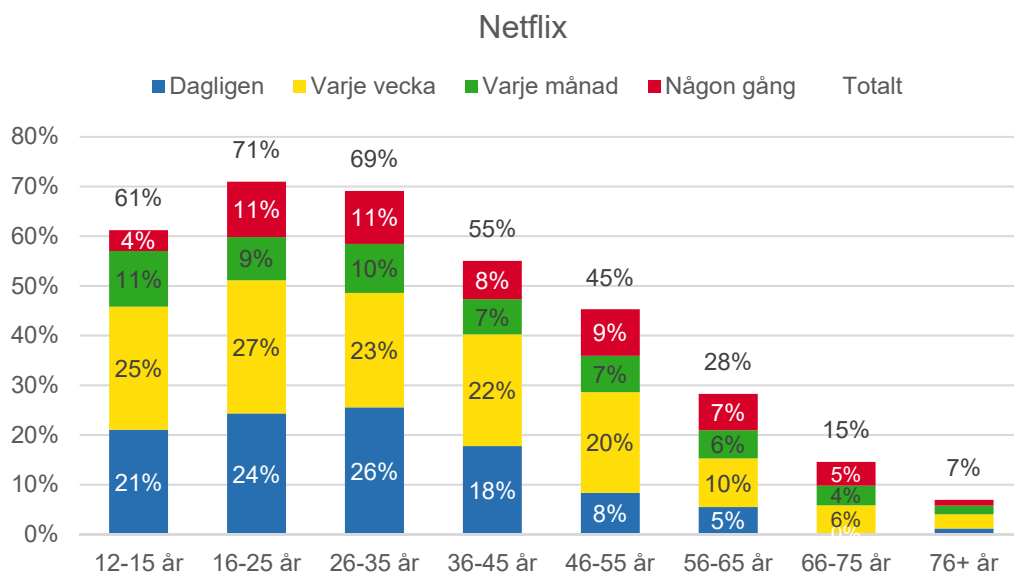


Diagram 5.7 Andel internetanvändare som tittar på Netflix dagligen, varje vecka, varje månad respektive någon gång och totalt fördelat på ålder 2017.

Att titta på Netflix är störst bland unga, de i åldern 16-35 år. Där tittar över 70 procent på Netflix och ungefär en fjärdedel (25 %) tittar dagligen. Bland pensionärerna är det 15 procent som tittar någon gång och knappt några (1 %) som dagligen tittar på Netflix.

Youtube

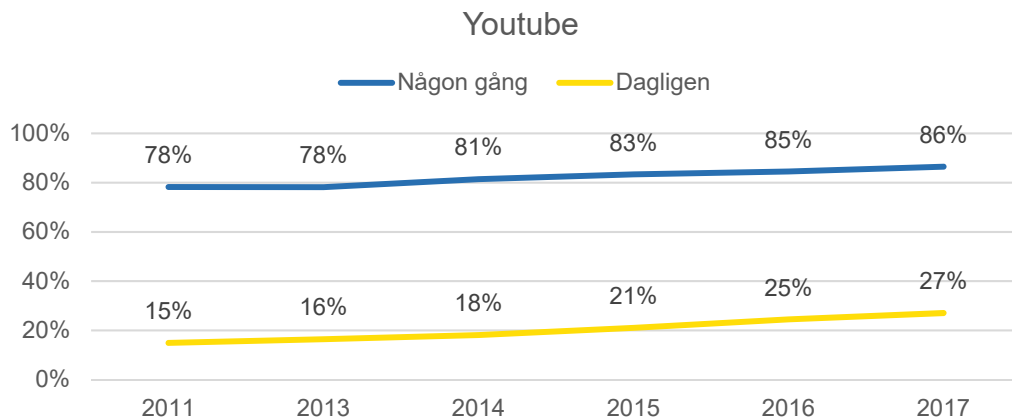


Diagram 5.8 Andel internetanvändare (12+ år) som tittar på Youtube någon gång respektive dagligen 2011, 2013-2017.

Youtube har länge varit en populär tjänst. Över 80 procent av internetanvändarna tittar någon gång och antalet ökar. Det dagliga användandet av Youtube ökar stadigt och nu är det mer än var fjärde (27 %) av internetanvändarna som dagligen är på Youtube.

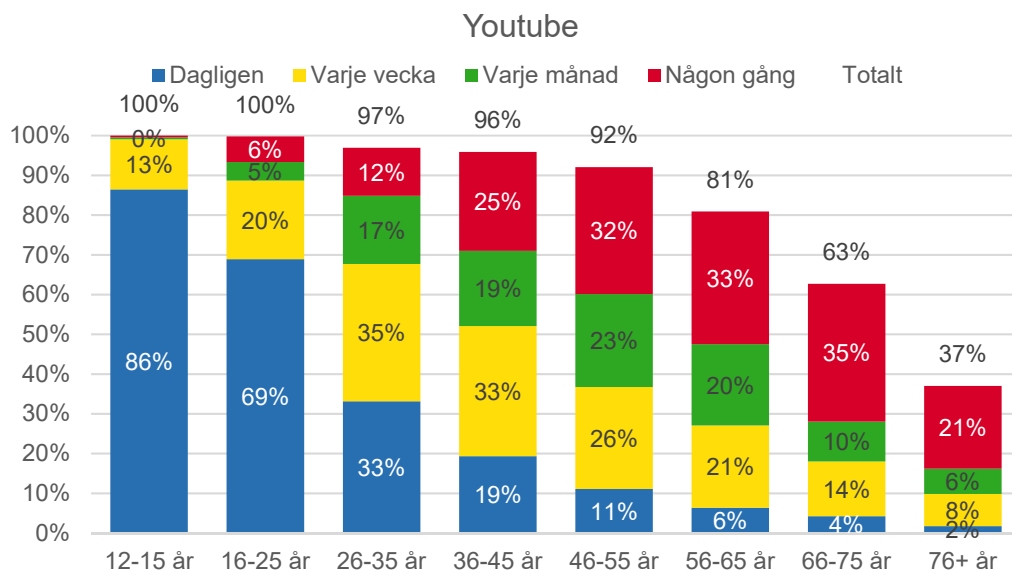


Diagram 5.9 Andel internetanvändare som tittar på Youtube dagligen, varje vecka, varje månad respektive någon gång och totalt fördelat på ålder 2017.

Det ligger nära till hands att säga att de unga bor på Youtube eftersom alla under 25 använder det och en stor del gör det dagligen. Det är 86 procent av 12-15 åringarna som dagligen använder Youtube och ytterligare 13 procent som inte tittar dagligen men varje vecka.

Även i de äldre åldersgrupperna är användningen hög. Nästan två tredjedelar av de i åldern 66-75 år och en dryg tredjedel av de över 75 år använder Youtube.

Aktivitet på Youtube

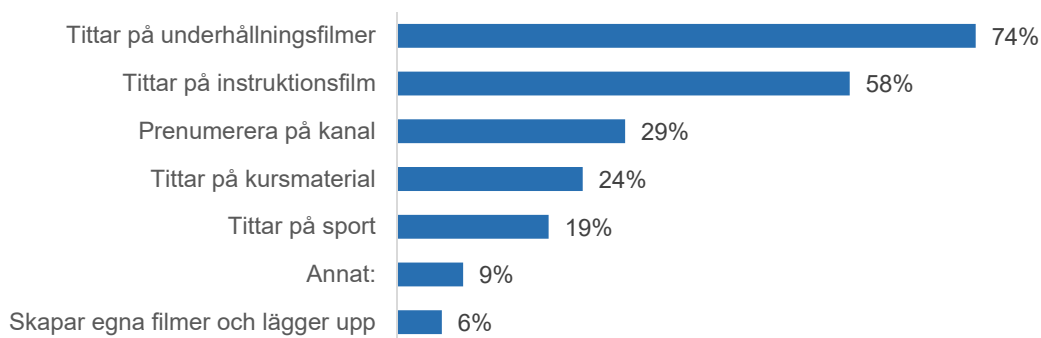


Diagram 5.10 Andel Youtubeanvändare som någon gång gör olika aktiviteter på Youtube 2017.

Det allra vanligaste bland de som använder Youtube är att titta på underhållningsfilm, vilket tre av fyra uppger att de gör. Lite drygt hälften (58 %) av alla tittar på instruktionsfilmer på Youtube medan ungefär en fjärdedel av alla Youtubetittare tittar på kursmaterial och var femte (19%) tittar på sport. Tre av tio prenumererar på en kanal.

Det är endast 6 procent av Youtubeanvändarna som skapar egna filmer och lägger upp.

9 procent har uppgivit att de gör något annat och det vanligaste är att lyssna på musik. Det är även vanligt att titta på filmer som hör till en specifik hobby. Även kattvideor finns i det här svarsalternativet, som en deltagare i undersökningen skrivit "Katter som springer efter sin svans".

Youtube, utbildning

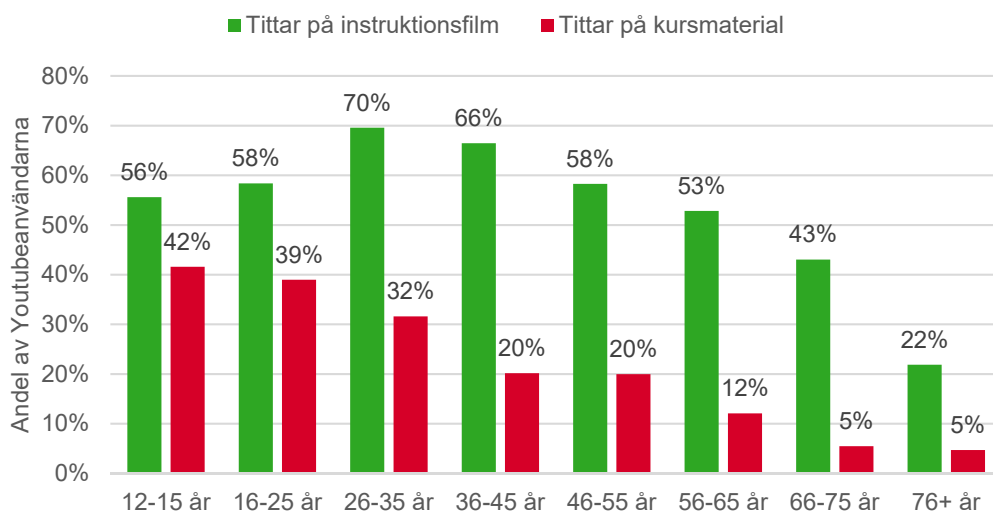


Diagram 5.11 Andel Youtubeanvändare som någon gång tittar på instruktionsfilm eller kursmaterial på Youtube, fördelat på ålder 2017.

Det är vanligast att man tittar på instruktionsfilmer i 26-45 årsåldern och det är vanligast att titta på kursmaterial ju yngre man är.

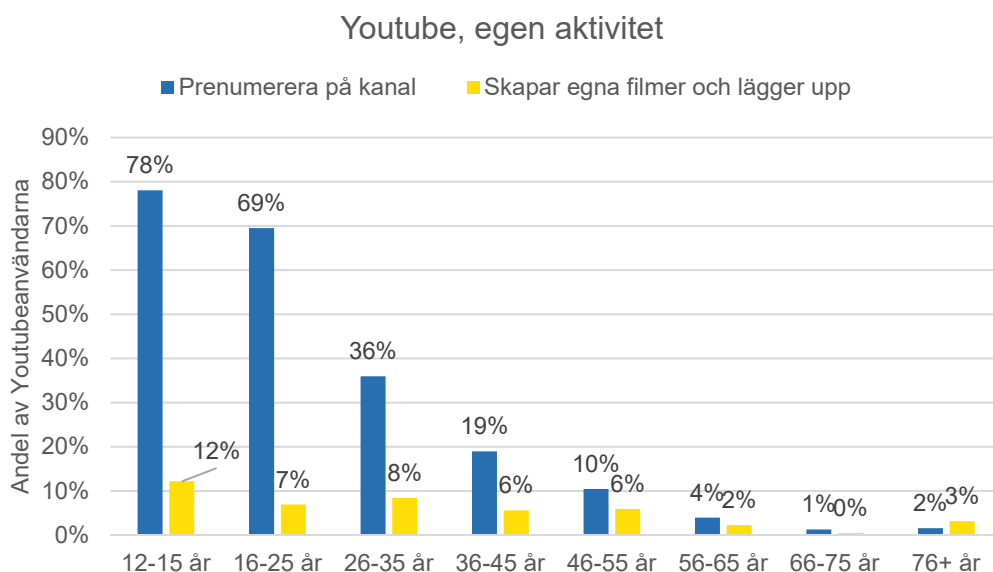


Diagram 5.12 Andel Youtubeanvändare som prenumererar på kanaler respektive skapar egna filmer fördelat på ålder 2017.

Att prenumerera på en Youtubekanal är något som hör de unga till. 78 procent av 12-15 åringarna gör det och 69 procent av 16-25 åringarna. Få Youtubeanvändare över 55 år prenumererar på någon kanal.

Att skapa egna filmer och lägga upp är inte särskilt vanligt i någon ålder. Som mest är det 12 procent som gör det och det är bland 12-15 åringarna. Men med tanke på att de tittar så mycket på Youtube så känns det som en liten andel.

Svenskarna och internet 2017 finns i webbversion.

På www.svenskarnaochinternet.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.

Radio, musik och lyssnande

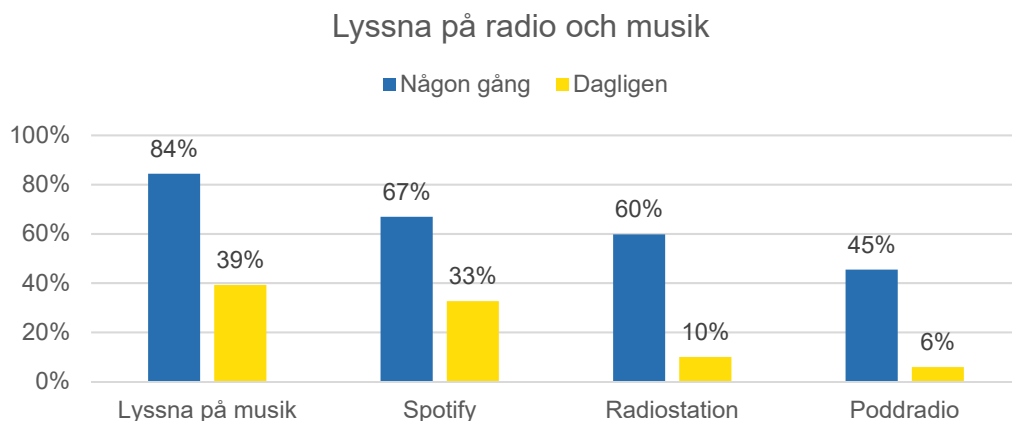


Diagram 5.13 Andel internetanvändare (12+ år) som någon gång respektive dagligen använder internet för att lyssnar på musik, radiostation, poddradio respektive Spotify 2017.

Fler och fler använder internet för att lyssna på såväl musik som radiostationer och poddar.

Lyssna på radio

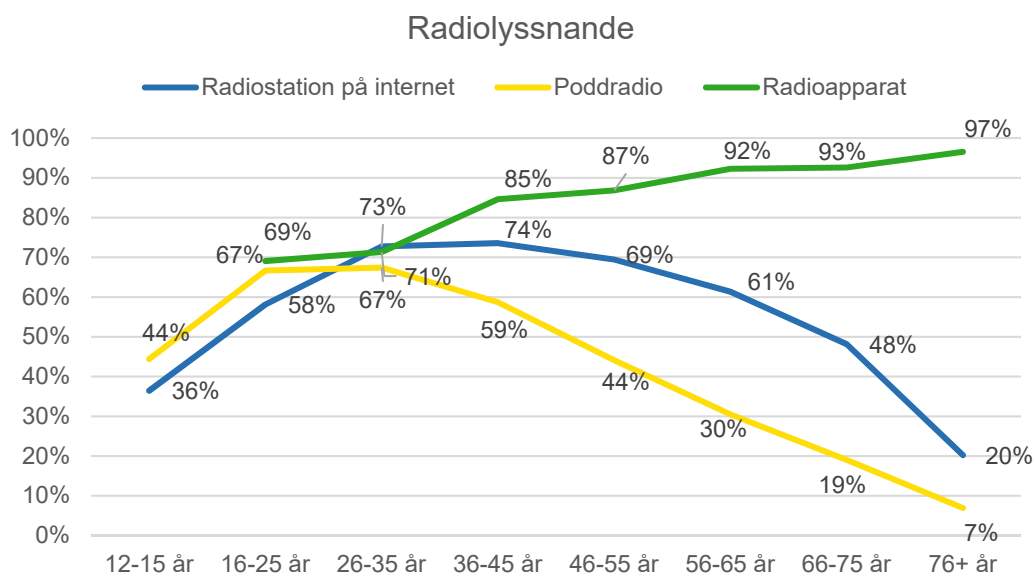


Diagram 5.14 Andel av internetanvändare som använder internet för att lyssna på radiostation eller poddradio respektive lyssnar på radioapparat (ej på internet). Fördelat på ålder 2017.

Mer än hälften av internetanvändarna lyssnar någon gång på en radiostation över internet, men bara ungefär en tredjedel (35 %) gör det mer regelbundet fördelat på 10 procent dagliga lyssnare, 14 procent som lyssnar några gånger i veckan och 11 procent som lyssnar någon gång i månaden. Det är högst andel (över 70 procent) som lyssnar någon gång på radiostation på internet bland de som är 26-55 år.

Poddradiolyssnandet har ökat, men det är ändå inte ens hälften (45 %) av alla internetanvändare som någon gång lyssnar på poddradio. Det är en fjärdedel av

internetanvändarna som regelbundet lyssnar på poddradio fördelat på 6 procent som gör det dagligen, 11 procent lyssnar någon gång i veckan och 9 procent lyssnar någon gång i månaden. I åldrarna upp till 25 år är det mer vanligt att lyssna på poddradio än att lyssna på radiostationer på internet.

Även bland de som använder internet så är det mest vanligt att lyssna på radio i en radioapparat (inte via internet). Nästan hälften av alla internetanvändare (45 %) gör det dagligen och 84 procent gör det någon gång.

I alla åldersgrupper är det fortfarande fler som lyssnar på radio via radioapparat (inte via internet) än att göra det över internet.

Lyssna på musik

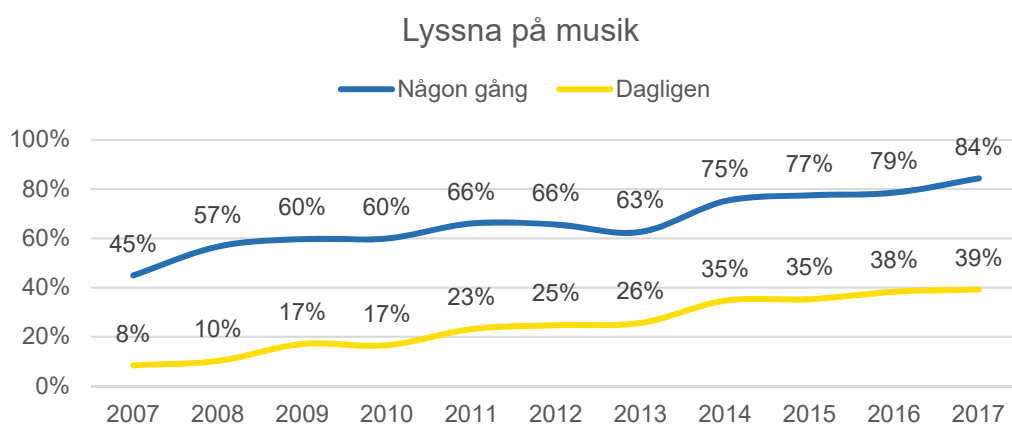


Diagram 5.15 Andel internetanvändare som lyssnar på musik på internet någon gång respektive dagligen 2007–2017.

Det är fler och fler som upptäcker att de kan använda internet för att lyssna på musik. Nu lyssnar 84 procent av internetanvändarna på musik på internet någon gång och 39 procent gör det varje dag. Det innebär att nästan hälften av de som lyssnar på musik på internet gör det dagligen.

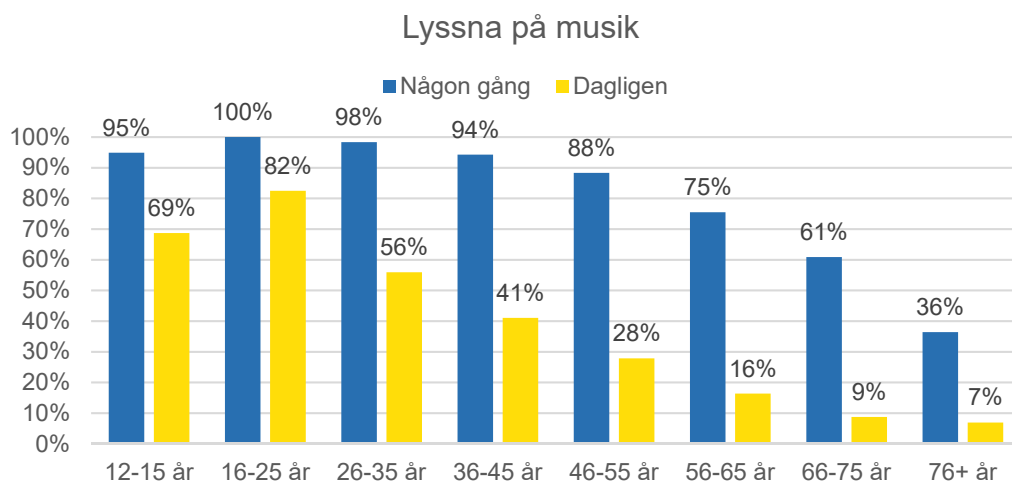


Diagram 5.16 Andel internetanvändare som lyssnar på musik på internet någon gång respektive dagligen fördelat på ålder 2017.

I åldersgruppen 16–25 år lyssnar alla på musik på internet och 82 procent som gör det varje dag. Lyssnandet sjunker sedan med stigande ålder, framförallt det dagliga lyssnandet. I åldersgruppen nyblivna pensionärer 66–75 år är det 61 procent som lyssnar på musik och 9 procent som gör det dagligen.

Spotify

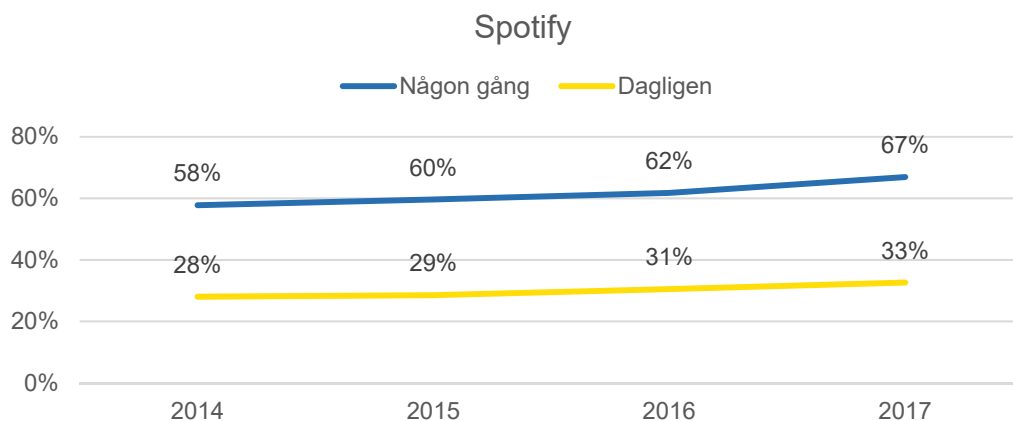


Diagram 5.17 Andel internetanvändare som lyssnar på Spotify någon gång respektive dagligen 2014–2017.

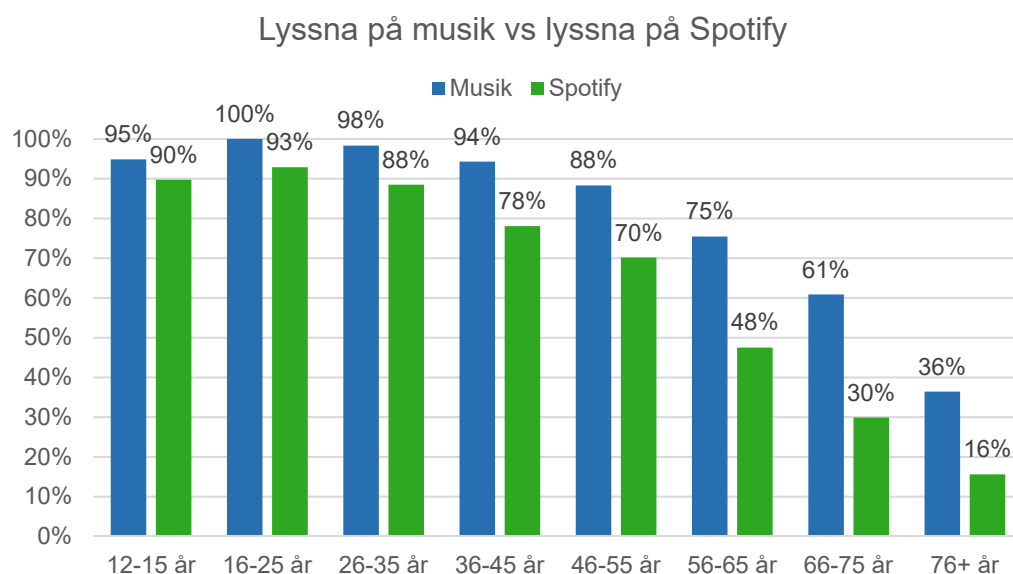


Diagram 5.18 Andel internetanvändare som lyssnar på musik respektive Spotify någon gång fördelat på ålder 2017.

En stor del av de som lyssnar på musik på internet använder Spotify. Åldersfördelningen för de som lyssnar på musik liknar fördelningen hos de som lyssnar på Spotify, men det är en något lägre andel som lyssnar på Spotify, särskilt i de äldre åldersgrupperna. I åldersgrupperna upp till 35 år är det uppåt 90 procent som lyssnar på Spotify medan det i åldrarna över 56 år är mindre än hälften, såväl av internetanvändarna som av de som lyssnar på musik över internet.

Fildelning och piratstreaming

I *Svenskarna och internet* frågar vi om deltagarna någon gång använder "fildelningstjänster som till exempel Bit Torrent eller The Pirate Bay" och påminner samtidigt om att svaren är helt anonyma. Vi frågar även om de brukar se på film och tv via piratstreaming, som till exempel Swefilmer och nämner att frågan inte avser Netflix eller liknande betaltjänster.

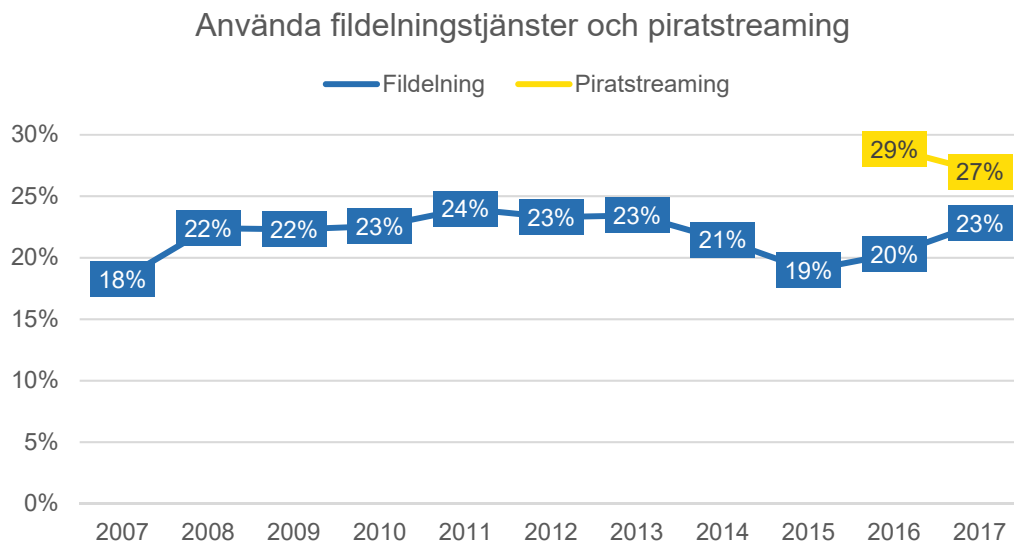


Diagram 5.19 Andel internetanvändare (18+ år) som uppger att de någon gång använder fildelningstjänster respektive piratstreaming 2007–2017.

Ser man på utvecklingen av de som uppger att de någon gång använt fildelningstjänster låg andelen på ungefär 23 procent under ett flertal år, men visade sedan en sjunkande trend som sedan ökat igen till nivån runt 23 procent.

Nedgången i fildelning kunde möjligen förklaras med att svenskarna övergått till att titta på film via piratstreaming. Det var 27 procent som gjorde det 2017 och det är en nedgång jämfört med 2016 då det var 29 procent.

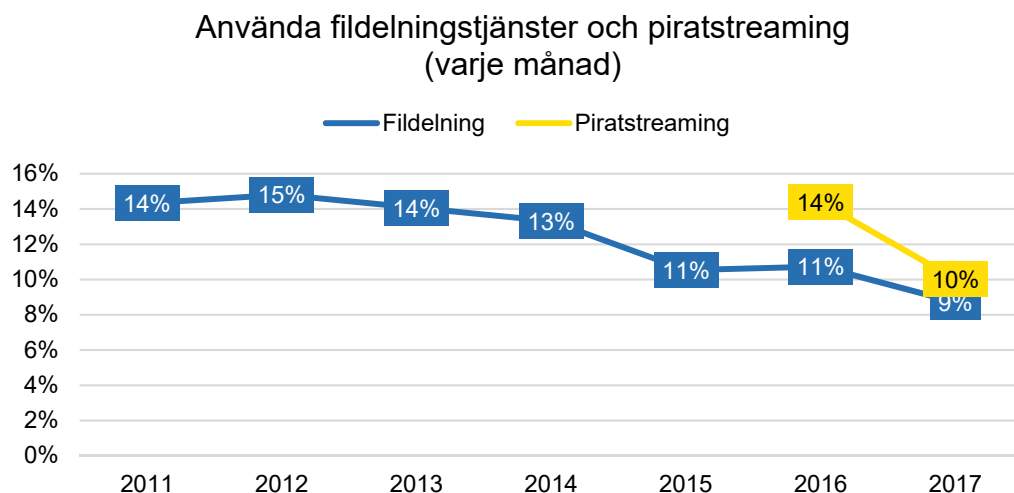


Diagram 5.20 Andel internetanvändare (18+ år) som uppger att de minst varje månad använder fildelningstjänster respektive piratstreaming 2011–2017.

Även om användandet av fildelningstjänster ökat bland personer som använder dem någon gång så är det färre som använder tjänsterna minst varje månad. 15 procent använde fildelningstjänster minst varje månad 2012. Den andelen har sjunkit till 9 procent år 2017. Även de som tittar på piratstreaming minst varje månad har minskat, från 14 procent 2016 till 10 procent 2017.

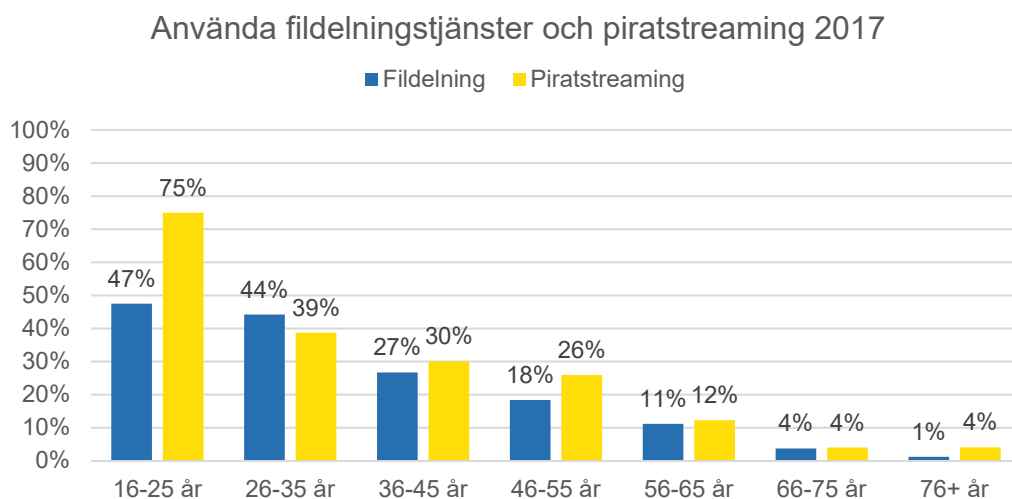


Diagram 5.21 Andel internetanvändare som uppger att de någon gång använder fildelningstjänster respektive piratstreaming fördelat på ålder 2017.

Fildelning är mest förekommande bland unga och framförallt bland unga män. 60 procent av de 16–35 åringarna använder dem och det är något högre andel kvinnor (79 %) än män (72 %) i den åldersgruppen. I övriga åldrar är det männen som i högre grad tittar än kvinnorna.

Även användningen av piratstreaming är mest förekommande bland de unga. 75 procent av 16–25 åringarna använder dem och det är något högre andel kvinnor (79 %) än män (72 %) i den åldersgruppen. I övriga åldrar är det männen som i högre grad tittar än kvinnorna.

Betala för musik och film

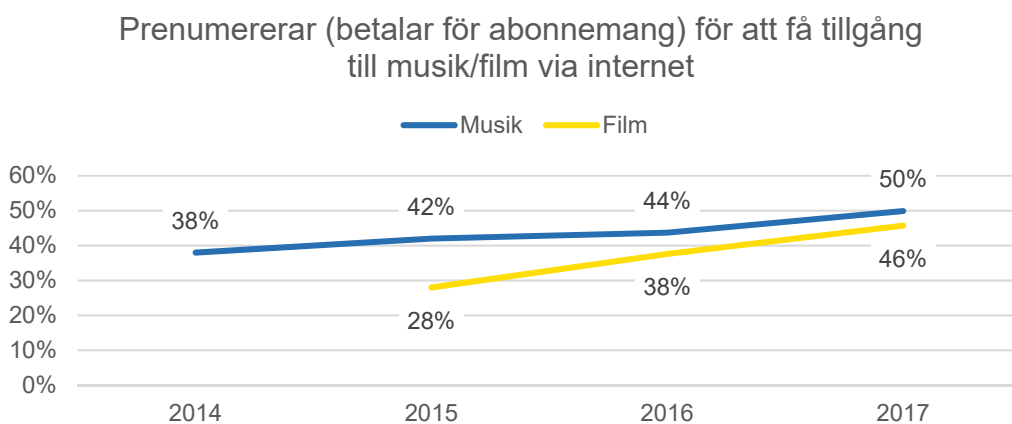


Diagram 5.22 Andel internetanvändare som prenumererar (betalar för abonnemang) för att få tillgång till musik respektive film via internet 2014–2017.

Det är fler och fler som betalar för att få tillgång till musik och film via internet. Det är nu hälften av alla internetanvändare som prenumererar och betalar för en musiktjänst. Det är en ökning sedan 2016 då det var 44 procent. Det är 46 procent av alla internetanvändare som betalar för att se på en filmtjänst. Detta oavsett om de tittat på film eller ej. Frågar man enbart de som tittar på film så är det 53 procent som betalar för att se på film på internet.

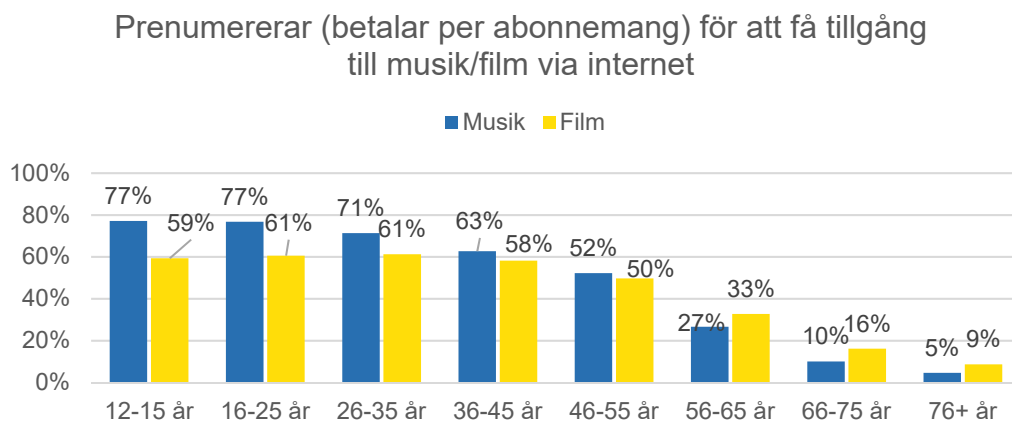


Diagram 5.23 Andel internetanvändare som prenumererar (betalar per abonnemang) för att få tillgång till musik respektive film via internet fördelat på ålder 2017.

När det gäller att betala för att lyssna på musik på internet så är det främst yngre som gör det. 77 procent av de upp till 25 år betalar för att få tillgång till musik, andelen sjunker sedan med stigande ålder.

När det gäller att betala för film ser kopplingen till ålder annorlunda ut. Där är det omkring 60 procent som betalar i alla åldersgrupper upp till 45 år. I åldersgruppen 46-55 år är det omkring hälften som betalar för musik och lika många som betalar för film. I åldersgrupperna över 56 år är det mer vanligt att betala för film än att betala för musik.

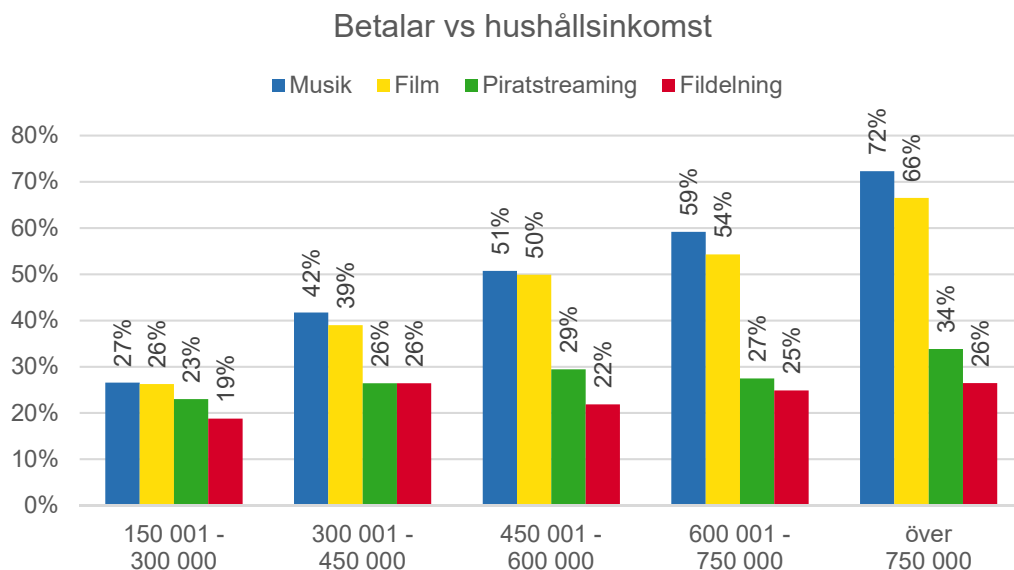


Diagram 5.24 Andel internetanvändare som prenumererar (betalar per abonnemang) för att få tillgång till musik respektive film, använder fildelningstjänster respektive piratstreaming fördelat på inkomstgrupper 2017.

Föga förvånande är det större andel som betalar för musik och film ju högre årsinkomst hushållet har. I gruppen med högst hushållsinkomst (över 750 000 kronor/år) är det 72 procent som betalar för musik och 66 procent som betalar för film. Det kan jämföras med gruppen med hushållsinkomster mellan 150 000 och 300 000 kronor per år där det är drygt 25 procent som betalar för film respektive musik.

Men när det gäller att använda fildelningstjänster och piratstreaming är det ingen större skillnad i andel som gör det i förhållande till hushållsinkomst.

Svenskarna och internet 2017 finns i webbversion.
På www.svenskarnaochinternet.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.

Läsa tidning, bloggar och e-böcker

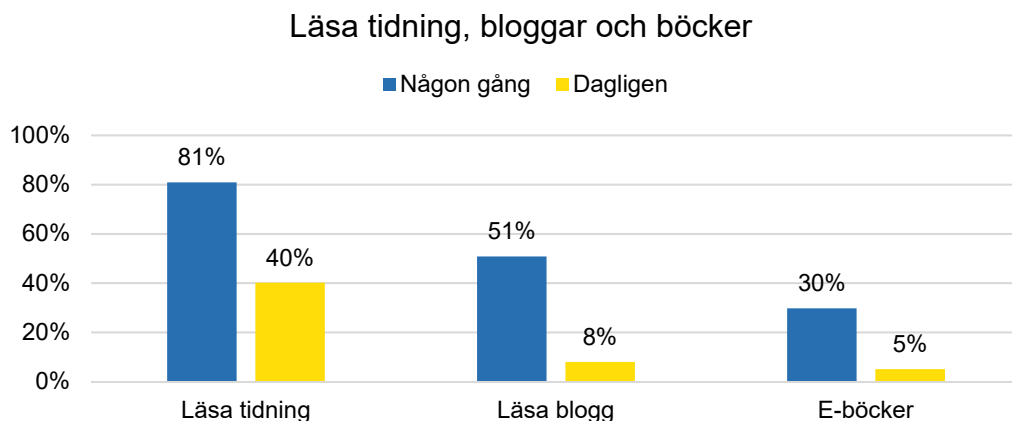


Diagram 5.25 Andel internetanvändare (12+ år) som någon gång respektive dagligen läser tidning, bloggar eller lyssnar/läser på e-böcker på internet 2017.

81 procent av internetanvändarna använder internet för att läsa tidningen på webben eller i en tidningsapp. 40 procent gör det dagligen.

Över hälften av internetanvändarna läser ibland bloggar men bara 8 procent gör det dagligen. Nästan var tredje använder internet för att lyssna eller läsa e-böcker men enbart en av tjugo gör det dagligen.

Läsa dagstidning på nätet

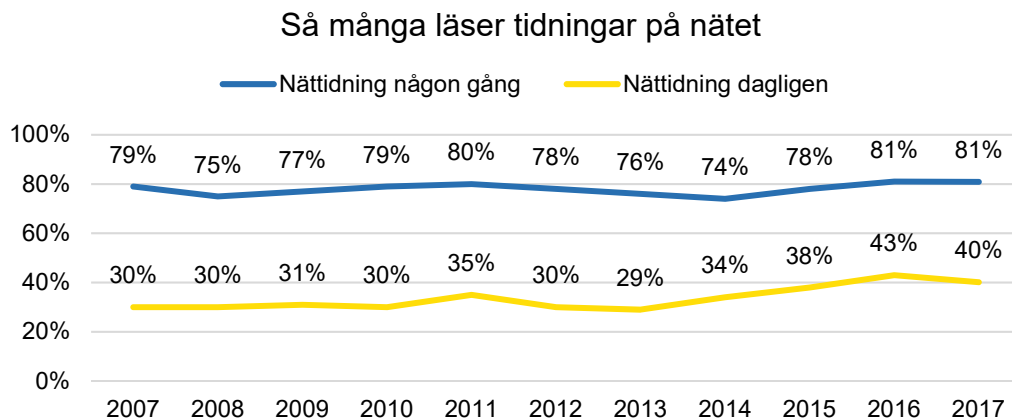


Diagram 5.26 Andel av internetanvändarna (12+ år) som läser en tidning på internet någon gång ibland och dagligen 2007-2017.

Andelen som läser tidning på internet har varit ganska konstant under de senaste tio åren. 75 till 80 procent av svenskarna läser en tidning åtminstone någon gång och drygt 30 procent gör det dagligen. Här har det skett en uppgång under det senaste året.

Så många läser dagstidning på internet

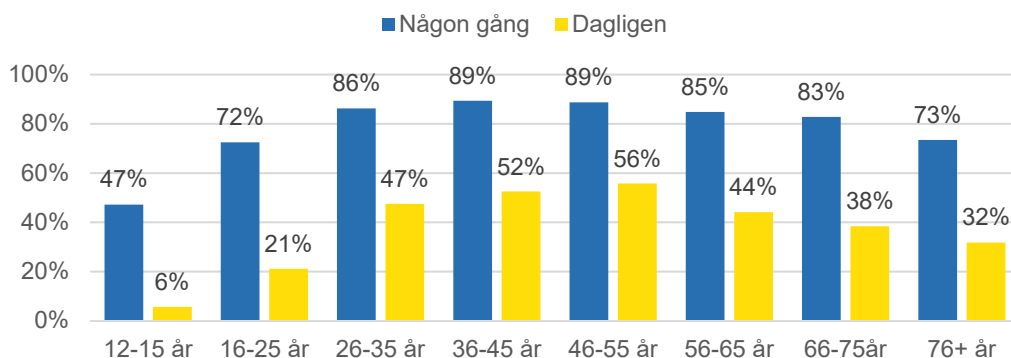


Diagram 5.27 Andel av internetanvändare i olika åldersgrupper (12+ år) som någon gång respektive dagligen läser en tidning på internet 2017.

81 procent av internetanvändarna läser någon gång dagstidningen på internet och 40 procent gör det dagligen. Det är framför allt i åldrarna över 55 år som tidningsläsandet på internet ökat. Men det är i åldrarna 36–55 år som det dagliga läsandet är störst med över hälften som varje dag läser en digital version av en dagstidning. Det dagliga läsandet minskar bland de yngre (16–35 åringar) som inte tycks vara så intresserade.

Prenumeration på dagstidning

Prenumeration på dagstidning (papper respektive digitalt)

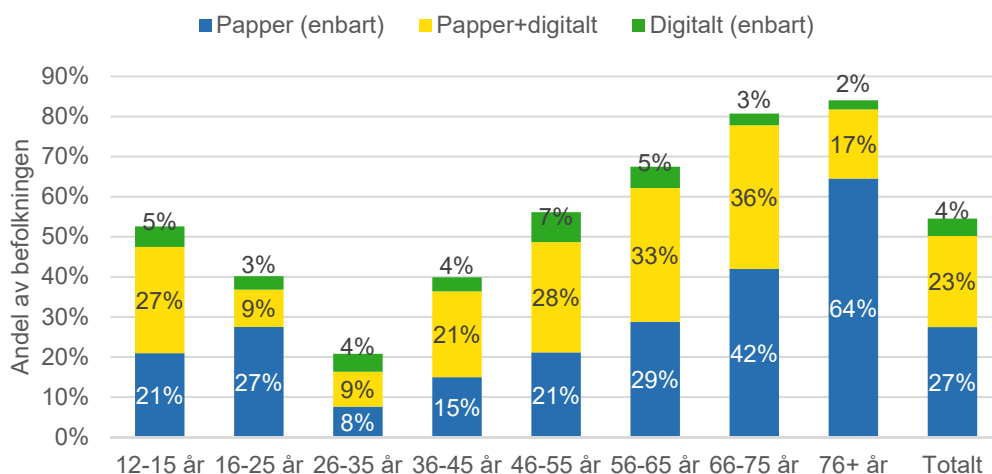


Diagram 5.28 Andel i olika åldersgrupper som prenumererar enbart på en papperstidning, på papper och digitalt eller enbart på en digital tidning 2017

54 procent av befolkningen prenumererar på en dagstidning hemma. Det är samma nivå som föregående år. De allra flesta som prenumererar på en dagstidning prenumererar på papperstidningen. Det är 50 procent av befolkningen som prenumererar på papperstidning, 27 procent uppger att de enbart har papperstidning medan 23 procent uppger att de har både papperstidning och digital version. Mycket få (4 %) betalar för en prenumeration på enbart tidningens digitala version.

Läsa och lyssna på e-böcker

Så många läser eller lyssnar på e-böcker på internet

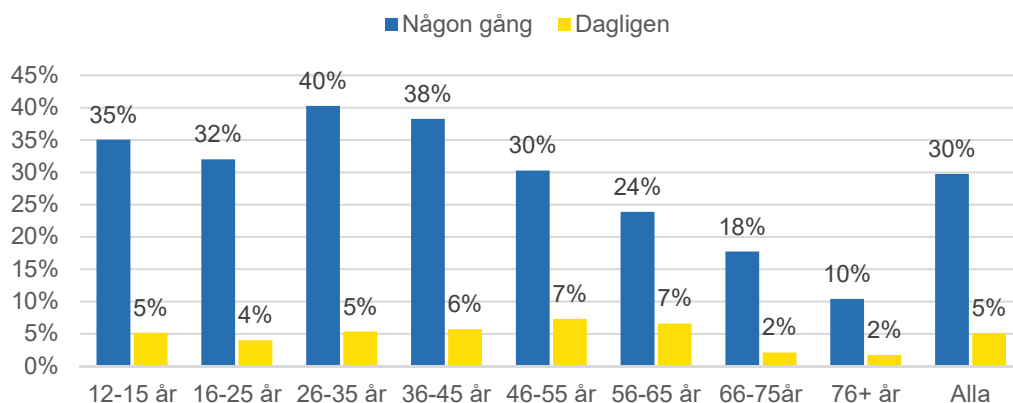


Diagram 5.29 Andel av internetanvändare i olika åldersgrupper (12+ år) som någon gång respektive dagligen läser eller lyssnar på en bok på internet 2017.

Nästan var tredje internetanvändare (30 %) läser eller lyssnar någon gång på böcker över internet. Det är ingen skillnad mellan könen, det är 30 procent av såväl män som kvinnor som konsumerar e-böcker. Det är vanligast att läsa eller lyssna på e-böcker i 26–45 års ålder där uppåt 40 procent någon gång gör det. Det dagliga läsandet eller lyssnandet är däremot vanligare i åldrarna 56–65 år där 7 procent är dagliga användare.

Läsande och lyssnande av digitala böcker har tidigare varit separata frågor, men i år har vi slagit ihop dem till en och samma fråga.

Svenskarna och internet 2017 finns i webbversion.

På www.svenskarnaochinternet.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.

Läsa och skriva bloggar

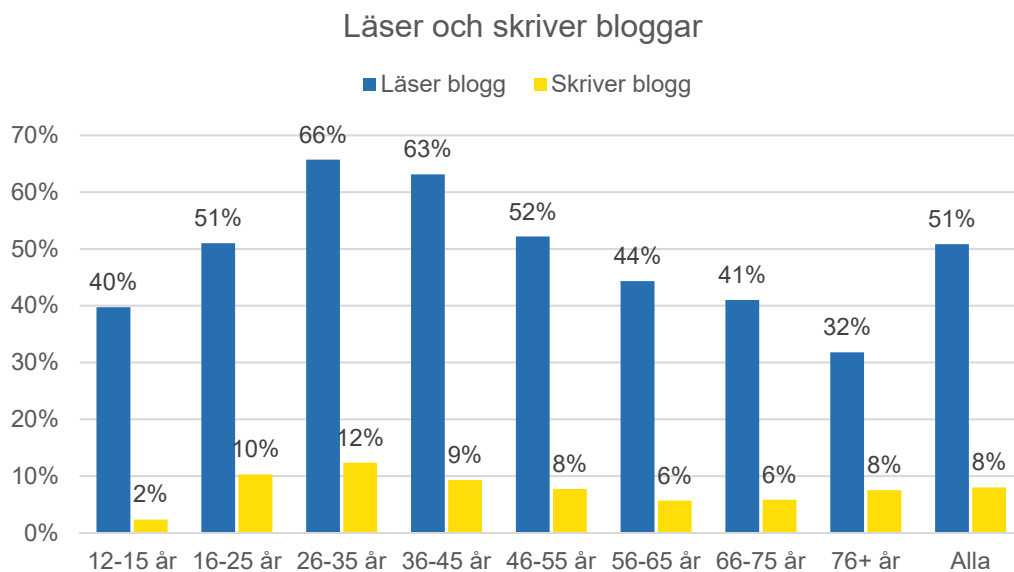


Diagram 5.30 Andel internetanvändare (12+ år) som läser bloggar någon gång och dagligen 2017.

Hälften (51 %) av alla internetanvändare läser bloggar någon gång, en dryg fjärdedel (27 %) läser bloggar varje månad eller oftare, medan ungefär lika många (24 %) läser bloggar mer sällan än månadsvis. 8 procent av internetanvändarna skriver själva någon gång i bloggar, det är vanligast att ägna sig åt att läsa såväl som skriva bloggar bland de som är 26–35 år där 66 procent någon gång läser och 12 procent någon gång skriver i bloggar.

Det är vanligare att kvinnor läser bloggar (57 %) än att män gör det (45 %). Att skriva blogg är lika vanligt bland män och kvinnor.

Svenskarna och internet 2017 finns i webbversion.
På www.svenskarnaochinternet.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.

Titta, lyssna, läsa utanför internet

De vuxna deltagarna i undersökningen, 16 år och äldre, har även fått svara på hur ofta de tittar på tv på en tv-apparat, lyssnar på radio via radioapparat och läser böcker och dagstidningar i pappersformat.

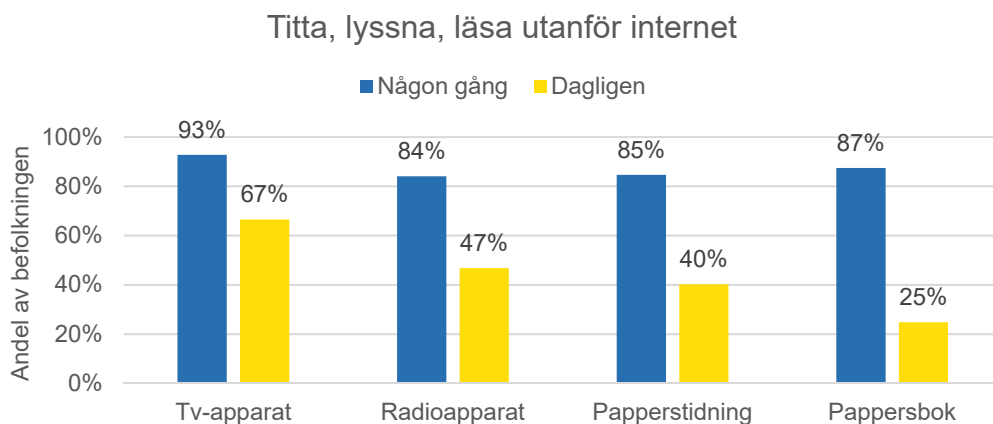


Diagram 5.31 Andel av befolkningen (16+ år) som någon gång respektive dagligen tittar på tv-apparat, lyssnar på radioapparat, läser papperstidning respektive läser pappersbok 2017.

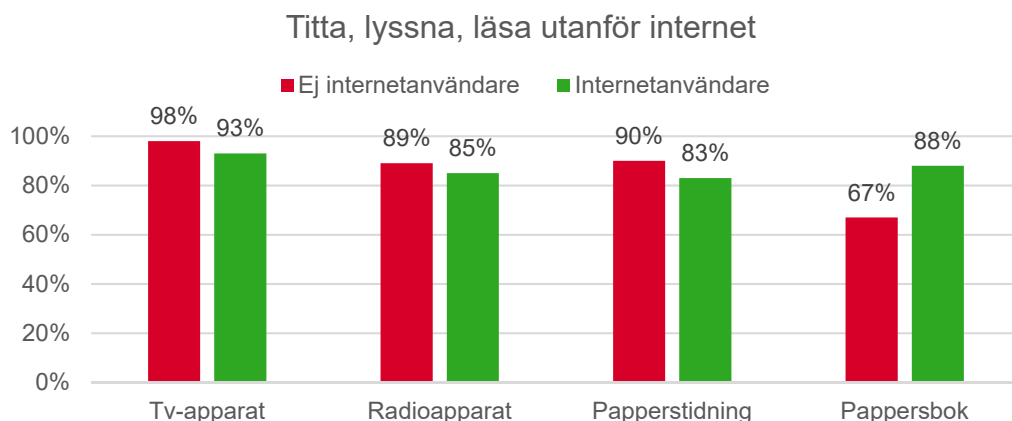


Diagram 5.32 Andel av befolkningen (16+ år) som någon gång tittar på tv-apparat, lyssnar på radioapparat, läser papperstidning respektive läser pappersbok, fördelat på de som använder internet och de som inte gör det 2017.

Oavsett om man använder internet eller ej så tittar de flesta på tv, lyssnar på radio eller tidningen på så kallat traditionellt vis, alltså via tv-apparat, radioapparat eller papperstidning. Men när det gäller att läsa böcker på papper är det vanligare att internetanvändare över huvud taget gör det (88 %) än att de som inte använder internet gör det (67%).

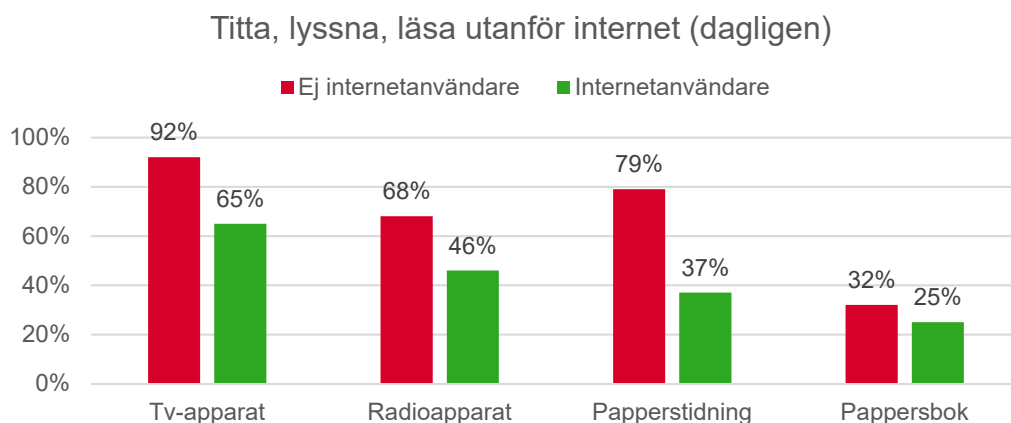


Diagram 5.33 Andel av befolkningen (16+ år) som dagligen tittar på tv-apparat, lyssnar på radioapparat, läser papperstidning respektive läser pappersbok, fördelat på de som använder internet och de som inte gör det 2017.

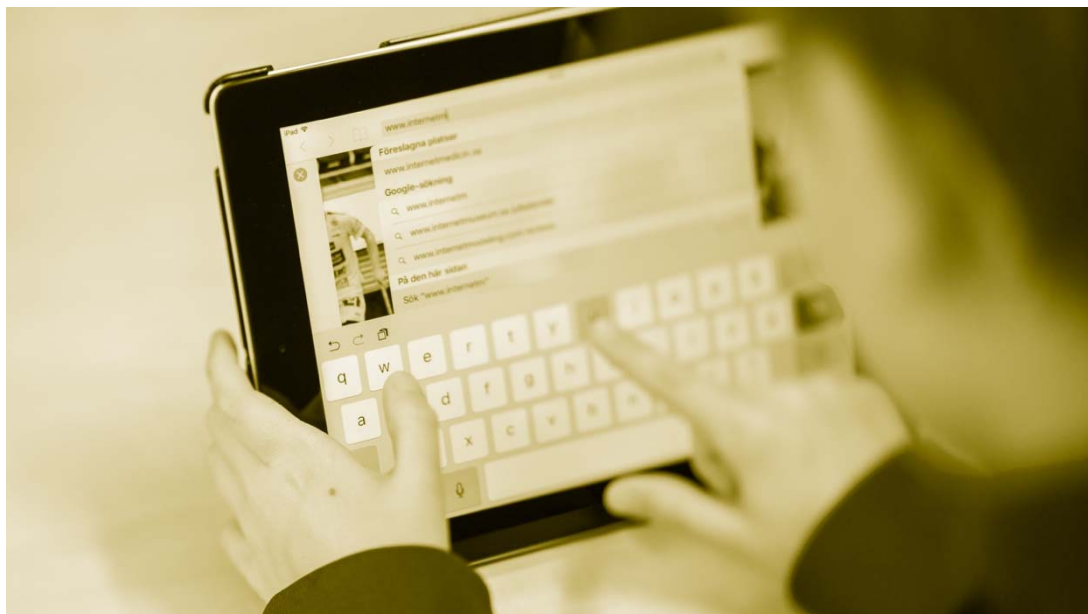
Ser man däremot på den dagliga användningen av traditionella medier på traditionellt vis så är det betydligt vanligare att de som inte använder internet tittar, lyssnar och läser på traditionellt vis. Två tredjedelar av internetanvändarna tittar på tv på tv-apparat varje dag men så mycket som 92 procent av de som inte använder internet tittar på tv på tv-apparat dagligen. Nästan hälften (46 %) av internetanvändarna lyssnar på radio varje dag, jämfört med 68 procent av de som inte använder internet. Den största skillnaden i daglig användning ser man i läsandet av dagstidning i pappersformat. 79 procent av de som inte använder internet gör det dagligen jämfört med 37 procent av internetanvändarna. När det gäller att läsa en vanlig bok på papper varje dag är det lite mer jämnt mellan internetanvändare och de som inte använder internet. 25 procent av internetanvändarna läser pappersböcker, att jämföras med 32 procent av de som inte använder internet.

Den stora skillnaden i användning av traditionella medier i traditionellt format är snarare beroende av ålder. Ju äldre svenskar, desto mer vanligt att dagligen titta på tv på tv-apparat, lyssna på radio på radioapparat och läsa böcker och dagstidningar på papper.

Svenskarna och internet 2017 finns i webbversion.

På www.svenskarnaochinternet.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.

6 Söka och värdera information



- Internetanvändare söker efter allt från information i tidtabeller, nyheter och offentlig information till information om hälsa och bostäder. De allra flesta tycker att det är enkelt att hitta rätt sökord när de använder söktjänster, även om de yngsta och äldsta har något svårare.
- Yngre personer värderar information på internet mer skeptiskt än äldre personer, som i större utsträckning anser att det mesta som de tar del av på internet är pålitligt. Yngre har också i större utsträckning fått utbildning i att värdera information på internet.
- När deltagarna får ange sina viktigaste nyhetskällor på internet kommer Aftonbladet i topp, följt av Dagens Nyheter och Sveriges Television.

Att söka information är en av de aktiviteter som svenskarna ägnar sig åt i hög utsträckning på internet. Så har det varit länge men trots detta syns en ökning med cirka 10 procentenheter på 10 år.

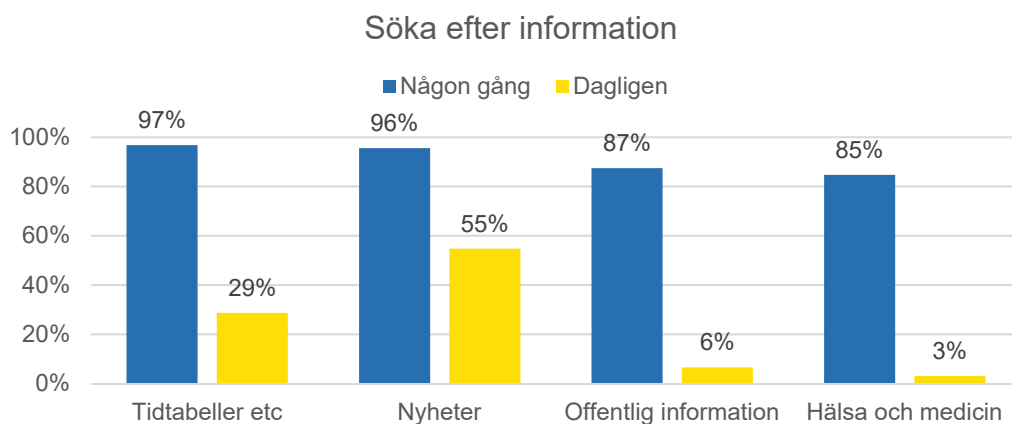


Diagram 6.1 Andel internetanvändare som någon gång respektive dagligen använder internet för att söka nyheter och information 2017.

97 procent av de svenska internetanvändarna använder internet för att söka enkel information, så som tidtabeller, telefonnummer, adresser och tv-tablå, och nära en tredjedel (29 %) gör det dagligen. Nästan lika många (96 %) använder internet för att söka efter nyheter (lokala, nationella och internationella), fler än hälften (55 %) gör det dagligen.

87 procent uppger att de använder internet för att ta del av offentlig information från kommun och myndigheter. Det är inte många som gör det dagligen (6 %) men nästan hälften av alla internetanvändare (48 %) gör det i alla fall varje månad.

Det är 85 procent som söker efter information om hälsa och medicin. Få personer gör det dagligen (3 %) förutom bland de som jobbar inom vården där 12 procent dagligen söker medicinsk information och ytterligare 18 procent söker varje vecka. Uppåt 40 procent av svenska internetanvändare söker varje månad efter information om hälsa och medicin. Mest vanligt är det bland sjukskrivna och de som är hemma med barn. Övriga gör det mer sällan.

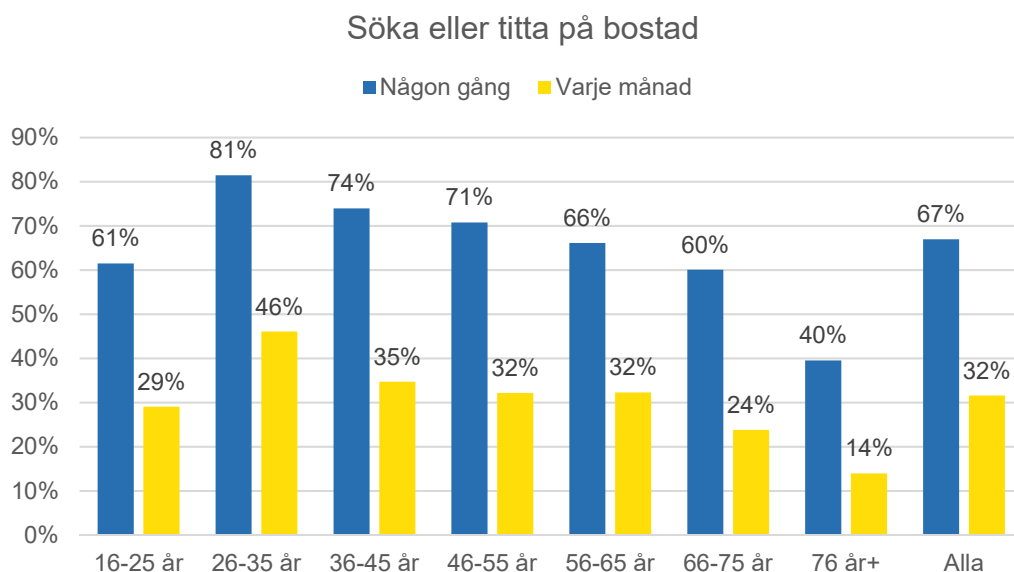


Diagram 6.2 Andel internetanvändare som någon gång respektive varje månad söker eller tittar på bostad på internet fördelat på ålder 2017.

Två tredjedelar av de svenska internetanvändarna söker eller tittar på bostad på internet. 6 procent gör det dagligen och en tredjedel varje månad. I åldersgruppen 26–35 år uppger 11 procent att de söker bostad dagligen och nästan hälften (46 %) att de varje månad använder internet för att söka efter eller titta på bostad. Med tanke på att ungefär 12 procent av befolkningen flyttar under ett år, enligt SCB, (<https://www.scb.se/sv/Hitta-statistik/Artiklar/Var-tredje-ung-kvinna-flyttade-under-2016/>) så är det många fler som söker och tittar än som flyttar.

Att hitta och värdera information på internet

Jag tycker det är enkelt att hitta bra sökord när jag ska söka på nätet (googla)

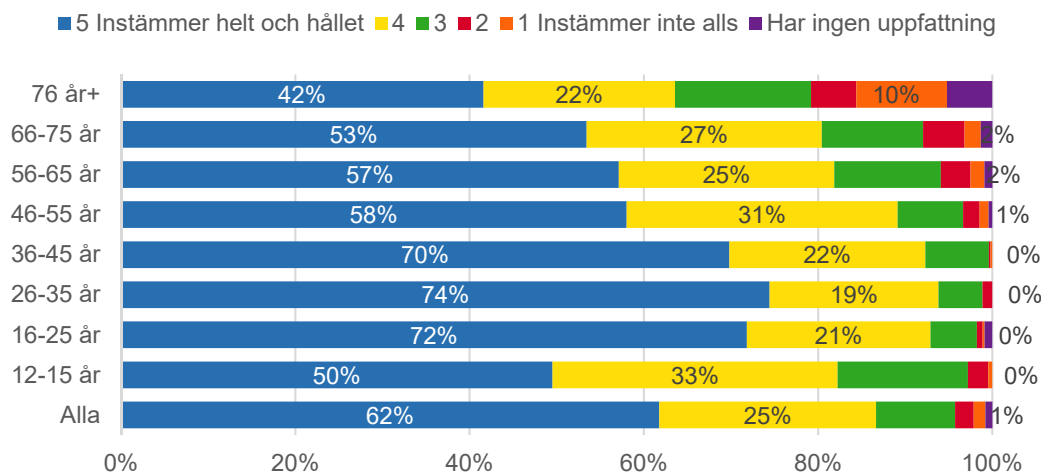


Diagram 6.3 Andel internetanvändare som i olika grad tycker att det är enkelt att hitta bra sökord när de ska söka på nätet. Fördelat på ålder 2017.

Svenska internetanvändare anser i hög grad att det är enkelt att hitta bra sökord när de ska söka på nätet (google). På en skala från 1 till 5 är det 62 procent som instämmer helt och hållet (5) och ytterligare 25 procent som graderar sitt svar med en 4:a. Totalt instämmer 87 procent helt och hållet eller nästan helt och hållet. Ytterst få (1 %) instämmer inte alls. Åldersgrupperna 16–45 år har lättast att hitta sökord (93 % som instämmer med 4:a eller 5:a) sedan sjunker de som tycker det är enkelt med stigande ålder. Men även i åldersgruppen över 76 år är det drygt 60 procent som tycker att det är enkelt (instämmer med 4:a eller 5:a).

Hur mycket av informationen som du tar del av på internet anser du är pålitlig?

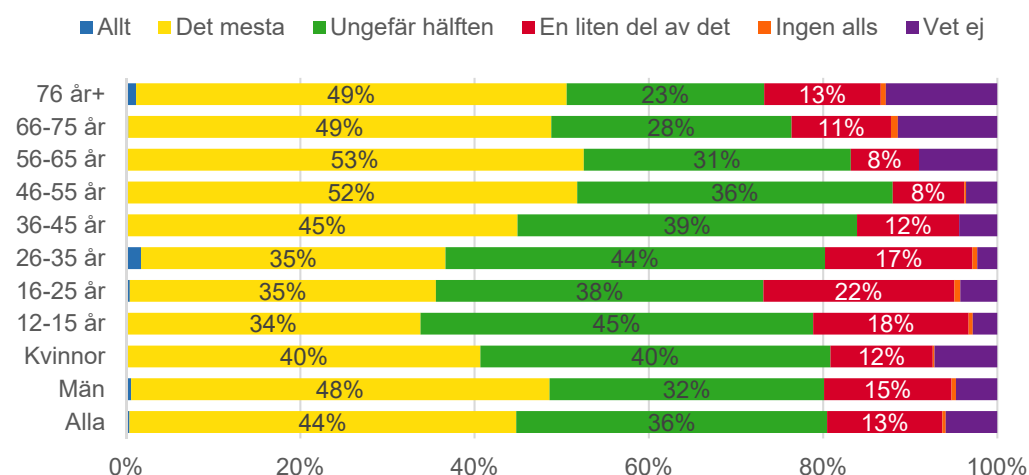


Diagram 6.4 Andel internetanvändare som i olika grad anser att den information de tar del av på internet är pålitlig. Fördelat på ålder och kön 2017.

Det är knappt några svenska internetanvändare som tror att all information de tar del av på internet är pålitlig, men 44 procent anser att det mesta av informationen de tar del av på internet är pålitlig. Det är i högre grad män (48 %) än kvinnor (40 %) som anser att det mesta är pålitligt. I åldersgrupperna över 46 år anser minst hälften att det mesta av den information de tar del av på internet är pålitlig.

Har du fått utbildning/information om hur du värderar information på nätet?

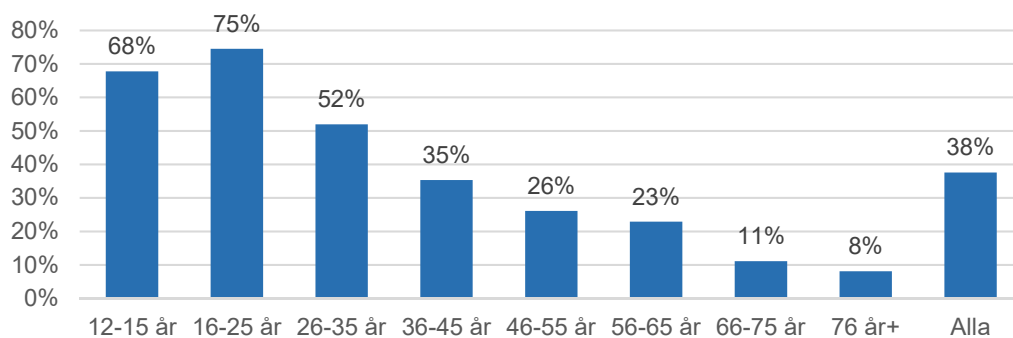


Diagram 6.5 Andel internetanvändare (12+ år) som har fått utbildning i hur de värderar information på nätet fördelat på ålder 2017.

Det är lite drygt en tredjedel av de svenska internetanvändarna som har fått utbildning eller information i hur de ska värdera information på internet. I åldersgruppen 16–25 år är det 75 procent som fått utbildning eller information och sedan sjunker andelen med ökande ålder. Bland de som gått i pension är det enbart 13 procent som fått information om hur de ska värdera information på internet. Det är vanligare att personer som bor i stad (40 %) än på landsbygden (32 %) har fått utbildning.

Var har du fått utbildning/information om hur man värderar information på nätet?

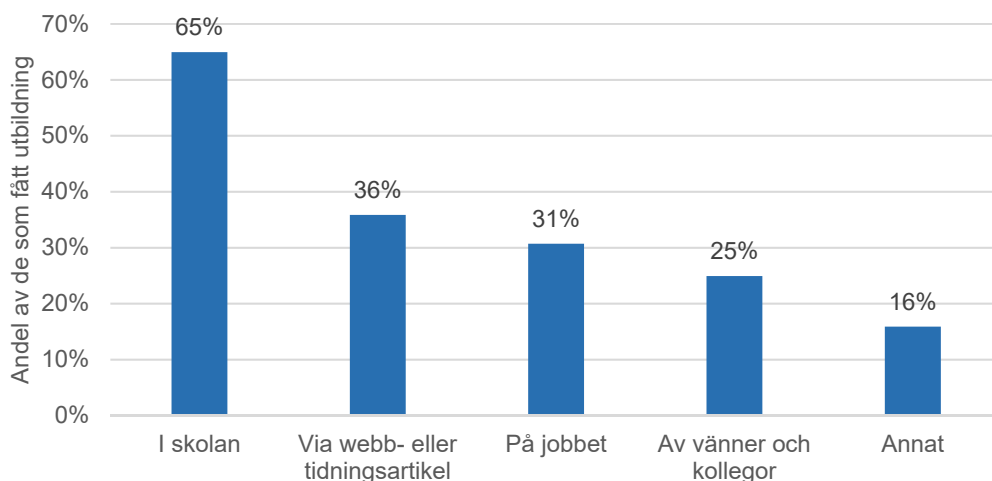


Diagram 6.6 Var de som fått utbildning eller information om hur de värderar information på internet har fått informationen eller utbildningen. (Urvalet som svarat på frågan är de som har fått informationen. Eftersom flera svar är möjliga summerar det till mer än 100 procent.)

De allra flesta som fått utbildning eller information om hur de ska värdera information på nätet har fått det i skolan. Det gäller förstås i högre grad bland de unga. Så gott som alla (97 %) av 12–15 åringarna som fått utbildning har fått det i skolan, medan endast en fjärdedel (23 %) i den åldersgruppen fått någon form av utbildning eller information från föräldrarna.

I åldersgrupperna 36 år och uppåt är det vanligast att ha fått informationen på arbetet. I de olika åldersgrupperna från 36 år och uppåt har mellan 50 procent och 68 procent fått information genom jobbet.

Att själv ta reda på informationen via webb- eller tidningsartiklar är ungefär lika vanligt i alla åldersgrupper från 36 år och uppåt. Cirka 45 procent uppger det i samtliga åldersgrupper. Även att ha fått informationen via vänner och kollegor är ungefär lika vanligt i alla åldersgrupper.

Jämför man hur kvinnor och män har fått information och utbildning är det vanligare bland kvinnor än män att ha fått det i skolan (68 % jämfört med 62 %), på jobbet (32 % jämfört med 30 %) eller av vänner (27 % jämfört med 23 %). Däremot är det vanligare bland män än kvinnor att ha fått utbildning eller information via webb- eller tidningsartiklar (37 % jämfört med 35 %) och på annat sätt (21 % jämfört med 11 %).

Främsta informationskällorna på internet

Deltagarna i *Svenskarna och internet 2017* fick i fri text nämna sina tre främsta informationskällor på nätet. Totalt nämndes över tusen olika källor.



Diagram 6.7 Ordmoln baserat på sammanställning av främsta informationskällorna på nätet.

Svenskarnas främsta informationskälla på nätet är Google. Det var 57 procent av internetanvändarna som nämnde Google. Näst främst är Wikipedia som nämndes av 31 procent av internetanvändarna. Facebook nämndes av 10 procent av användarna. Det var 10 procent som nämnde "tidningar" utan att namnge en specifik tidning.

| Informationskälla | Andel som nämnde |
|---|------------------|
| Google | 57% |
| Wikipedia | 31% |
| Facebook | 10% |
| Tidningar (Ej namngivna, "kvälls-, morgon-, dags-") | 10% |
| Aftonbladet | 7% |
| Dagens Nyheter | 5% |
| Sveriges television, SVT | 4% |
| Youtube | 4% |
| Myndigheter/kommun (ej namngivna) | 4% |
| Nationalencyklopedin | 3% |
| 1177 Vårdguiden | 3% |
| Omni | 2% |
| Instagram | 2% |
| Hitta.se | 2% |
| Expressen | 2% |
| Svenska Dagbladet | 2% |
| Sverige Radio, SR | 2% |

Diagram 6.8. Främsta informationskällor på nätet (baserad på sammanställning av fri text av tre källor per person)

Främsta nyhetskällorna på internet

Deltagarna i *Svenskarna och internet 2017* fick även i fri text nämna sina tre främsta nyhetskällor på nätet. Totalt nämndes över 950 olika källor.



Diagram 6.9 Ordmoln baserat på sammanställning av de främsta nyhetskällorna på nätet.

Svenskarnas främsta nyhetskälla på nätet är Aftonbladet. Det var 46 procent av internetanvändarna som nämnde Aftonbladet. På andra plats kommer Dagens Nyheter, som nämndes av 21 procent av internetanvändarna. Sveriges Television (SVT) nämndes av 18 procent och Expressen av 16 procent. Det var 13 procent som nämnde "tidningar" utan att namnge en specifik tidning. Facebook nämndes som en av de främsta nyhetskällorna av 7 procent av internetanvändarna.

| Nyhetskälla | Andel som nämnde |
|--|------------------|
| Aftonbladet | 46% |
| Dagens Nyheter | 21% |
| Sveriges Television, SVT | 18% |
| Expressen | 16% |
| Tidningar (Ej namngivna, "kvälls-, morgon-, dags-, lokal") | 13% |
| Svenska Dagbladet | 8% |
| Facebook | 7% |
| Sveriges Radio, SR | 5% |
| Omni | 5% |
| Göteborgs-Posten | 6% |
| Google | 5% |
| Dagens Industri | 4% |
| Sydsvenskan | 3% |
| BBC | 2% |
| Youtube | 2% |
| Nationalencyklopedin | 2% |
| Tv4 | 2% |

Diagram 6.10 Främsta nyhetskällorna på nätet (baserat på sammanställning av fri text av tre källor per person)

Domännamnsinnehav

15 procent av internetanvändarna (16+ år) uppger att de äger ett domännamn för privat ändamål. Det är en liten ökning jämfört med 2016.

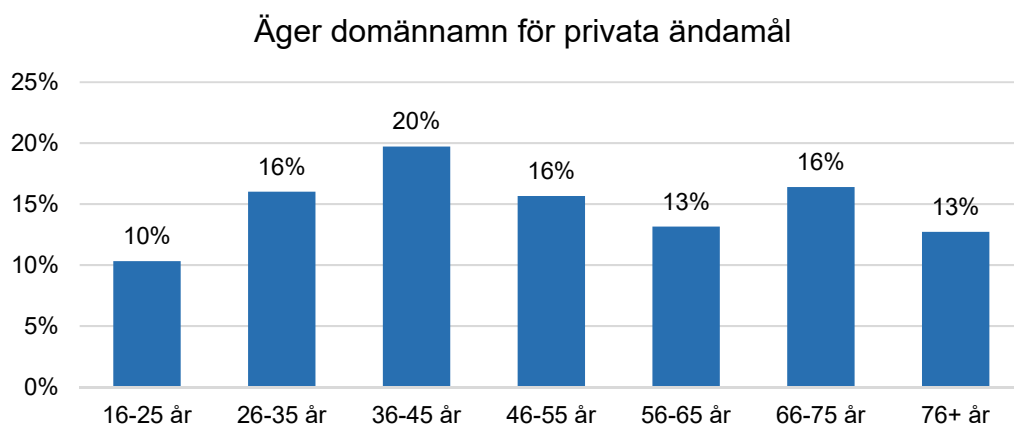


Diagram 6.11 Andel av internetanvändare som äger ett eget domännamn för privat ändamål fördelat på ålder 2017.

Det är vanligast att äga ett domännamn i 36–45-årsåldern. Där är det var femte som har en egen domän för privata ändamål.

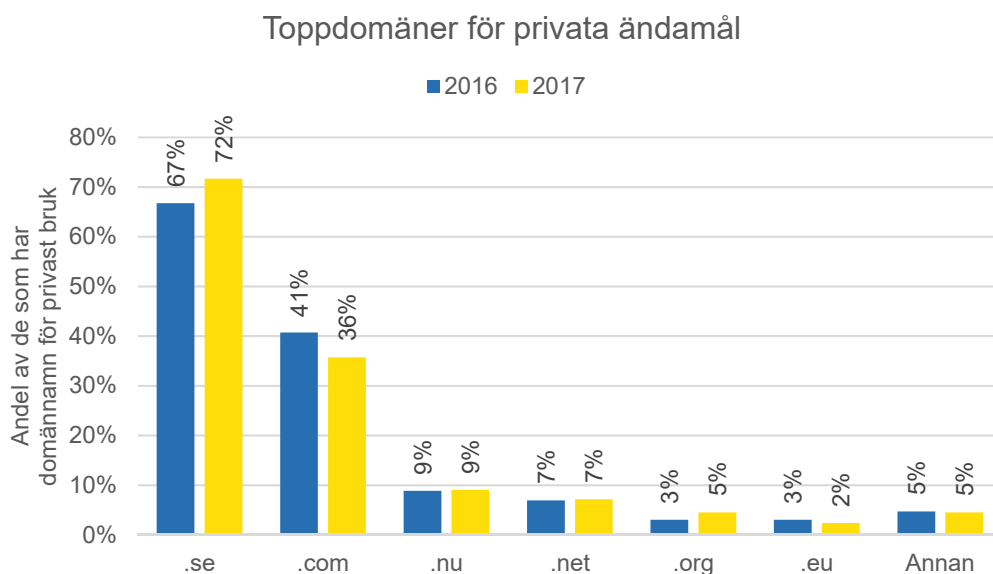


Diagram 6.12 Andel av domännamnsägare som har domännamn under respektive toppdomän (TLD). Notera att man kan ha domännamn under mer än en TLD. Därför blir summan mer än 100 procent.

Bland de svenskar som har egna domännamn för privat bruk är .se vanligast. Det är 72 procent av de som har en egen domän som har den under .se. Näst vanligast är att ha en .com-domän vilket lite drygt en tredjedel av svenska domänägare har. Och det tredje vanligaste är att ha en .nu-domän för privat bruk.

7 E-handel och banktjänster



- Internetbank, mobilt BankID och Swish är tre tjänster som en stor del av befolkningen använder. Att göra bankärenden på internet görs av de allra flesta internetanvändare. 73 procent av befolkningen använder också mobilt BankID för att identifiera sig på nätet och användandet stiger för varje år. Betalappen Swish används av 66 procent av befolkningen.
- E-handel är ett väletablerat sätt att köpa varor eller tjänster för nära nio av tio svenskar. Nästan alla internetanvändare mellan 26 och 55 år har köpt saker via internet som de fått levererade med post. Även bland de över 76 år har mer än varannan handlat via internet.
- Lika vanligt som det är att handla varor är det att använda internet för att jämföra priser inför ett köp.

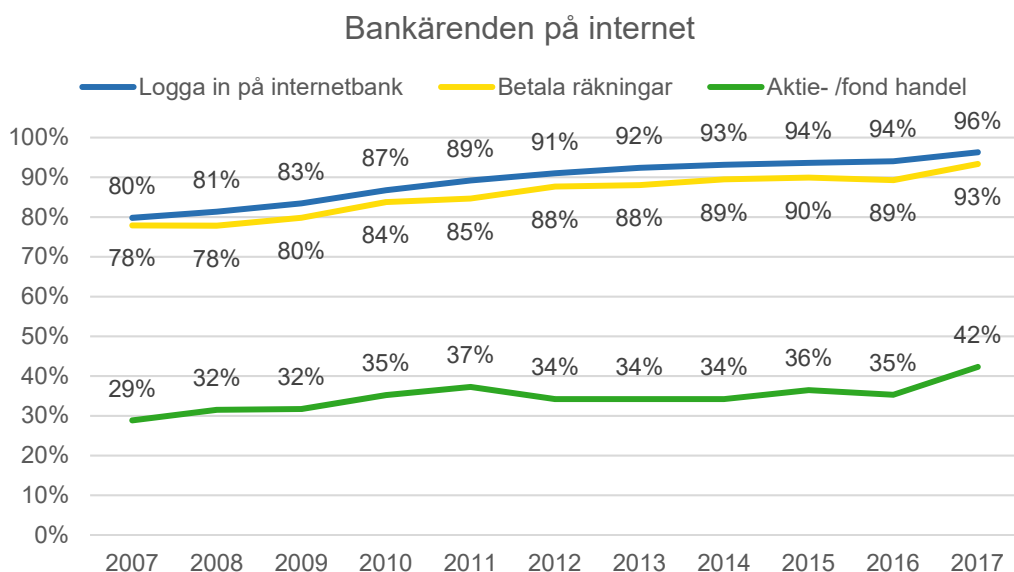


Diagram 7.1 Andel internetanvändare (18+ år) som någon gång loggar in på en internetbank, betalar räkningar via internet respektive hanterar aktier eller fonder via internet 2007–2017.

De senaste tio åren har det varit en stadig ökning i andelen internetanvändare som gör bankärenden på nätet. Redan 2007 loggade omkring 80 procent in på sin internetbank och betalade sina räkningar. I år har det ökat till över 95 procent som använder internetbank och 93 procent som betalar räkningar via internet. Att andelen som betalar räkningar är lägre än andelen som loggar in på internetbank kan till stor del förklaras med att ungdomarna inte flyttat hemifrån och själva börjat betala räkningar.

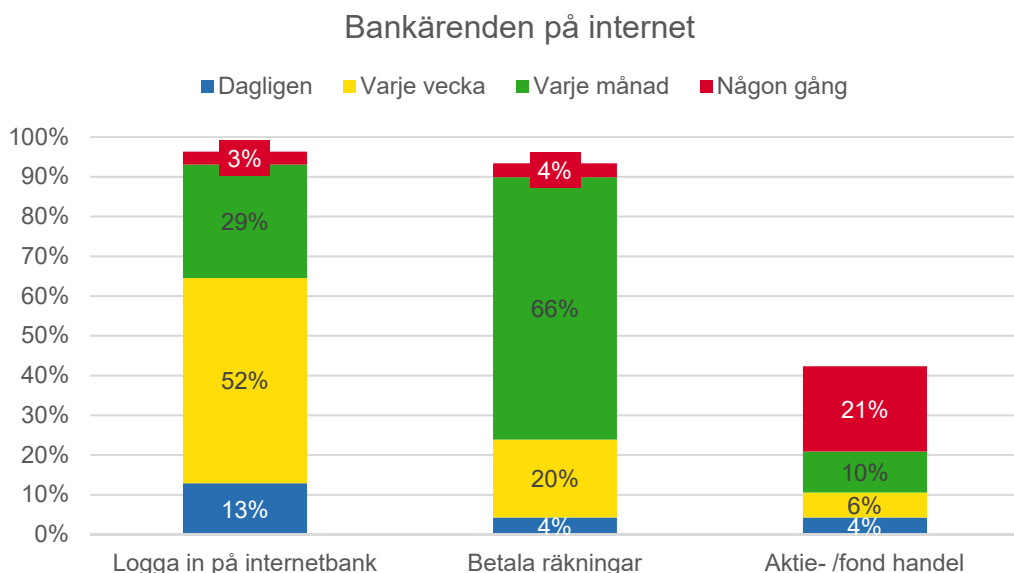


Diagram 7.2 Andel internetanvändare som olika ofta loggar in på internetbank, betalar räkningar respektive hanterar aktier och fonder 2017.

Över hälften av alla internetanvändare loggar in på sin internetbank varje vecka. Ytterligare 13 procent gör det dagligen. När det gäller att betala räkningar så är det mest vanligt bland svenska internetanvändare att göra det varje månad, vilket två tredjedelar gör. Av de internetanvändare som ägnar sig åt handel med aktier

och fonder på nätet är det ungefär hälften som gör det minst varje månad medan hälften gör det mer sällan än varje månad.

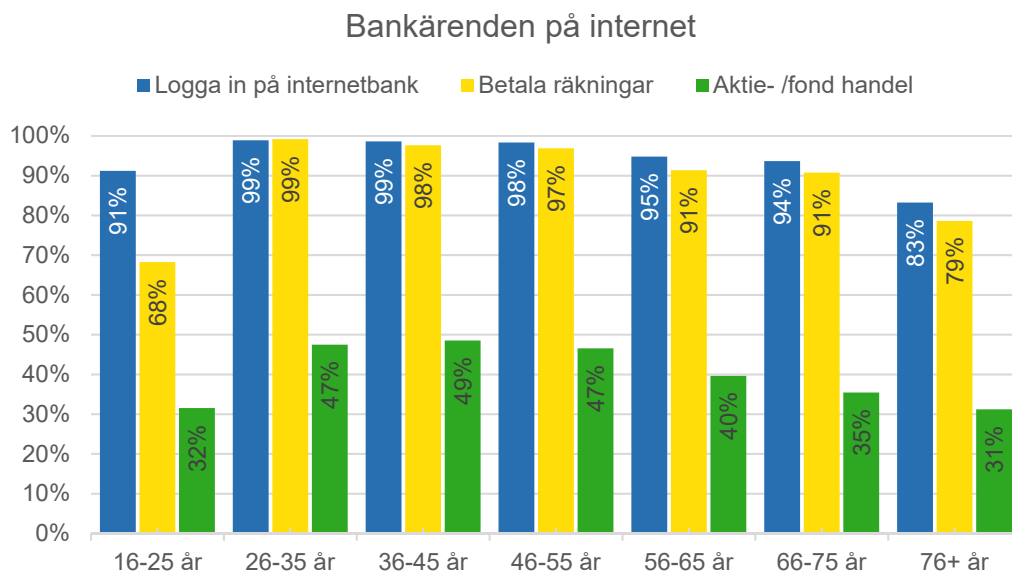


Diagram 7.3 Andel internetanvändare som någon gång loggar in på internetbank, betalar räkningar respektive hanterar aktier eller fonder fördelat på ålder 2017.

I åldersgrupperna 26–55 år är det över 98 procent som använder internetbank och nästan lika många som betalar räkningar via internet. Även i de högsta åldersgrupperna är det en stor andel som använder internet för sina bankärenden. Över 90 procent i åldern 66–75 år och över 75 procent i åldrarna över 76 år.

Att använda internet för att hantera aktier och fonder är även det mest vanligt i åldrarna 26–55 år där nästan hälften av internetanvändarna gör det åtminstone någon gång.

Mobilt BankID

Frågan om användning av mobilt BankID ställs enbart till de deltagare som har smart mobil och som är 16 år eller äldre. I redovisningen nedan har andelarna räknats om så att det även framgår som andel av internetanvändare och som andel av befolkningen.

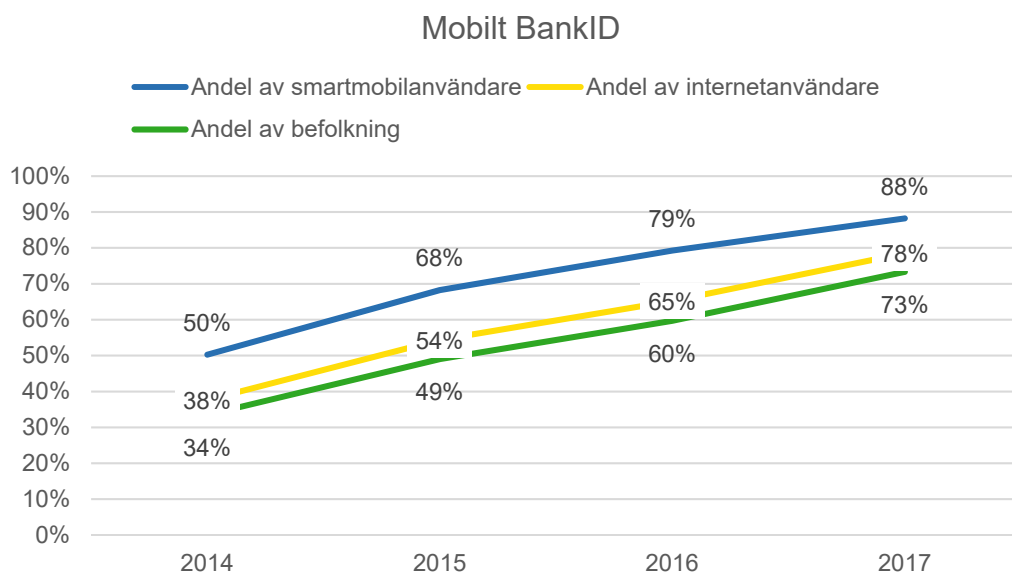


Diagram 7.4 Användning av mobilt BankID som andel av personer med smart mobil, internetanvändare respektive befolkningen i stort (18+ år) 2014-2017.

Nästan 9 av 10 svenskar (88 %) som har en smart mobil använder tjänsten Mobilt BankID. Det har varit en ökning med ungefär 10 procentenheter per år de senaste åren. Drygt tre av fyra internetanvändare över 18 år (78 %) har mobilt BankID 2017. Av de som har en smart mobil är siffran 88 procent och sett på hela den vuxna befolkningen har nästan tre av fyra (73 %) ett mobilt BankID. Det är mer än en fördubbling av andelen av befolkningen som har mobilt BankID 2017 jämfört med 2014 då det var 34 procent av befolkningen.

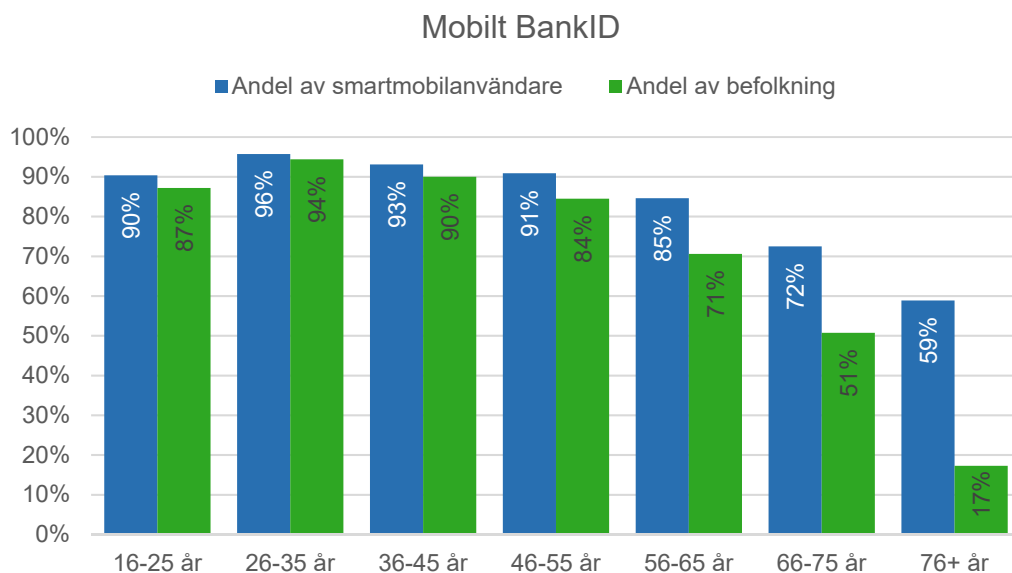


Diagram 7.5 Användning av mobilt BankID som andel av smarta mobilanvändare respektive befolkning fördelat på ålder 2017.

Det är vanligast att använda mobilt BankID i åldersgruppen 26-35 år där 96 procent av smart mobil-användarna, motsvarande 94 procent av befolkningen använder det. Det är även i den åldersgruppen som de flitigaste dagliga

användarna återfinns. Det är 24 procent av 26–35 åringarna som dagligen använder mobilt BankID.

Nära tre fjärdedelar av de som använder smart mobil i åldern 66–75 år använder även mobilt BankID, det motsvarar hälften (51 %) av befolkningen i den åldern. Över hälften av de som har en smart mobil och som är över 76 år använder mobilt BankID. Dock är det inte så många i den åldern som har smarta mobiler så omräknat till andel av befolkningen blir det bara var sjätte person (17 %).

Swish

Frågan om användning av betalapp som till exempel Swish ställs enbart till de deltagare som har smart mobil och som är 16 år eller äldre. I redovisningen nedan har andelarna räknats om så det även framgår som andel av alla internetanvändare och som andel av befolkningen.

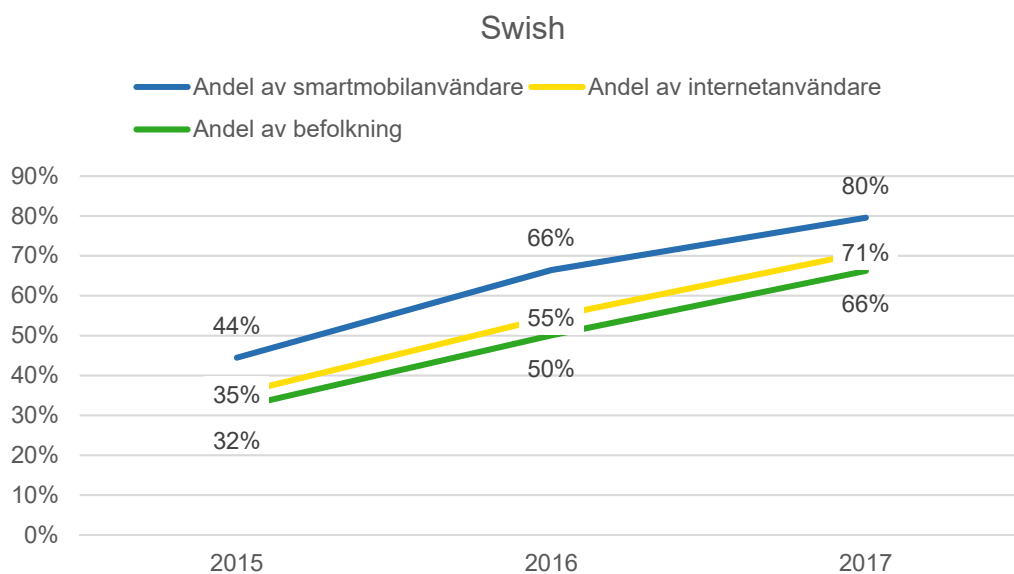


Diagram 7.6 Användning av Swish som andel av de med smart mobil, internetanvändare respektive befolkningen (18+ år) åren 2015–2017.

Nästan 8 av 10 svenskar (80 %) som har en smart mobil använder Swish. Det har varit nästan en fördubbling på 2 år, från 44 procent 2015. 80 procent av smarta mobilanvändare motsvarar drygt sju av tio (71 %) internetanvändare över 18 år och två tredjedelar (66 %) av den vuxna befolkningen. Det är mer än en fördubbling av andelen av befolkningen som använder Swish 2017 jämfört med 2015 då det var 32 procent av befolkningen.

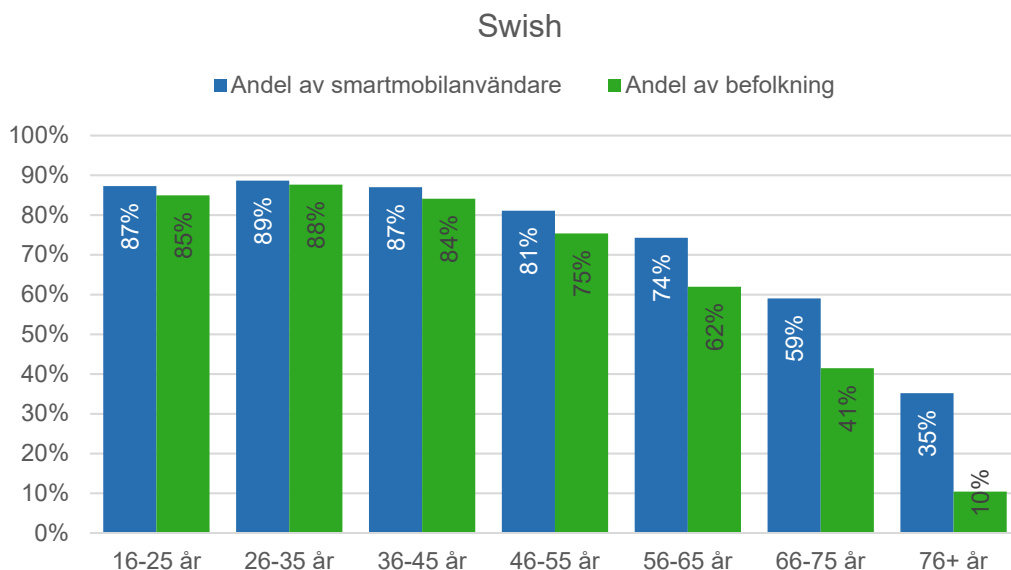


Diagram 7.7 Användning av Swish som andel av smarta mobilanvändare respektive befolkning fördelat på ålder 2017.

Åldersgruppen 16–45 år är de flitigaste användarna av Swish där 87 procent av de som har en smart mobil använder det, motsvarande 84 procent av befolkningen. 41 procent av befolkningen i åldern 66–75 år använder Swish och i åldrarna över 76 år är det endast en av tio i befolkningen som använder Swish, men en tredjedel av de som har smart mobil.

Köpa, sälja och handla på internet

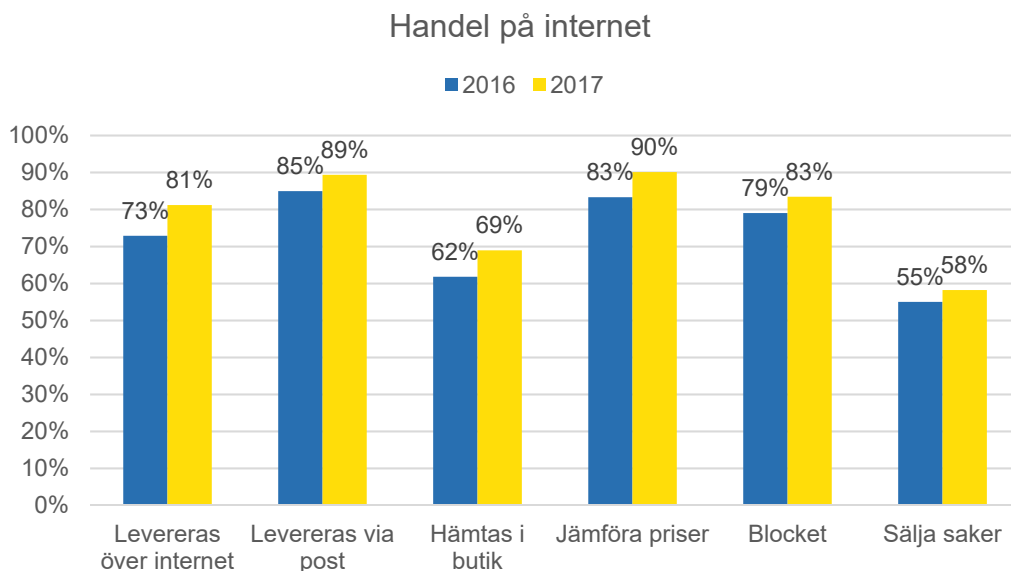


Diagram 7.8 Andel internetanvändare (18+ år) som någon gång köpt varor eller tjänster över internet, jämfört priser, sålt saker respektive använt Blocket 2016–2017.

Nio av tio internetanvändare har köpt varor eller tjänster via internet som sedan har levererats via posten. Åtta av tio har köpt varor eller tjänster som levererats via internet. Det kan till exempel vara program, biljetter eller filmer. Sju av tio har köpt varor via internet som de sedan har hämtat upp i butik. Nio av tio

internetanvändare jämför priser på internet, drygt åtta av tio använder tjänsten Blocket och nästan sex av tio internetanvändare säljer saker på internet.

Köper saker eller tjänster på internet som...

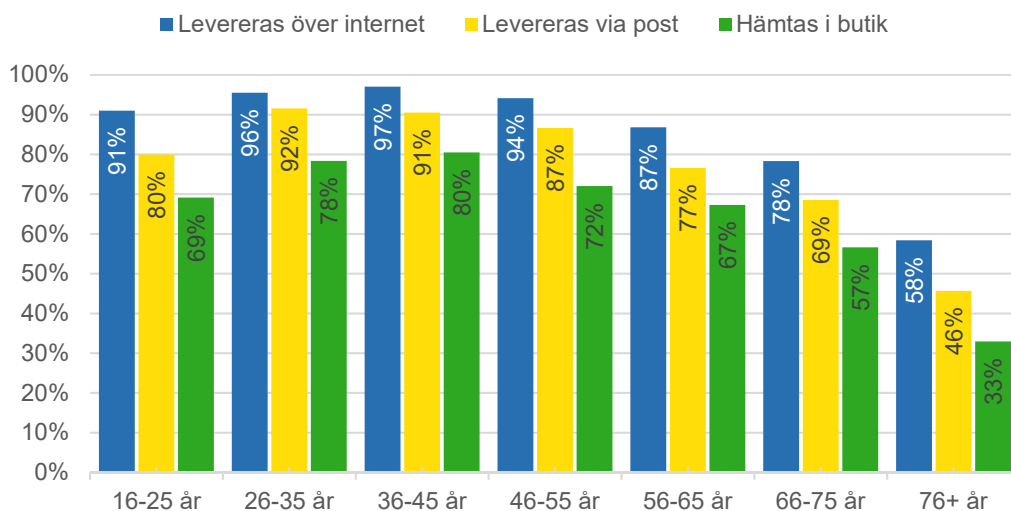


Diagram 7.9 Andel internetanvändare som köper saker eller tjänster på internet som sedan levereras med posten, över internet eller hämtas upp i butik fördelat på ålder 2017.

Nästa alla medelålders internetanvändare köper saker eller tjänster på internet. Det är 97 procent av 36–45 åringar, tätt följt av 96 procent av 26–35 åringarna och 94 procent av 46–55 åringarna som köper saker som levereras med posten. I samma åldersgrupper är det ungefär 90 procent som beställer varor eller tjänster som levereras via internet.

Även bland de äldsta internetanvändarna, de över 76 år, är det mer än hälften (58 %) som någon gång handlar på internet.

Handel på internet

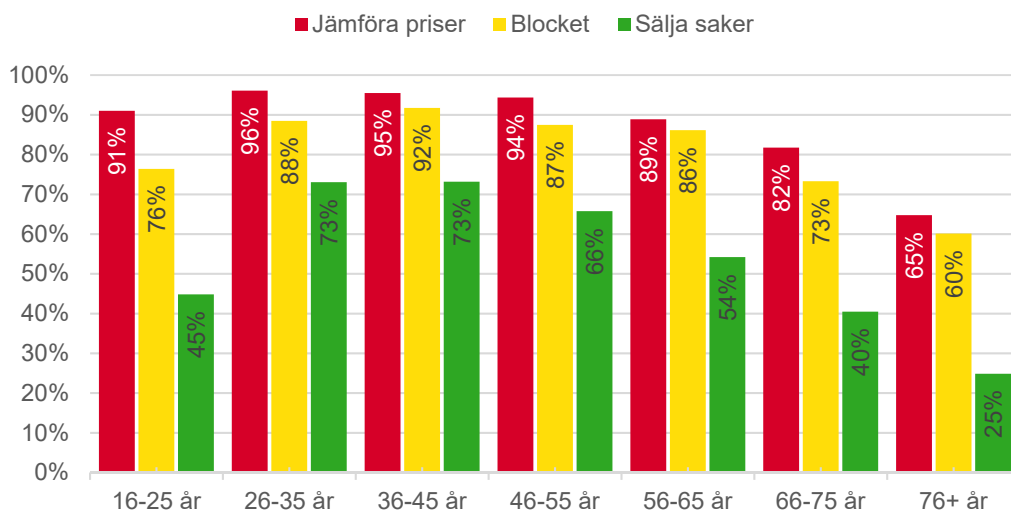


Diagram 7.10 Andel internetanvändare som jämför priser, besöker Blocket respektive säljer saker över internet fördelat på ålder 2017.

Fler än nio av tio internetanvändare jämför priser på internet. Det är minst lika vanligt som att köpa varor som levereras med posten.

Nästan sex av tio (58 %) internetanvändare säljer saker eller tjänster på internet. I åldrarna 26–45 år är det nära tre av fyra (73 %) av internetanvändarna som någon gång har sålt något. Få internetanvändare säljer något regelbundet, minst varje månad (10 %).

Blocket har funnits sedan 1996 och är Sveriges mest kända köp- och säljmarknad på internet. 83 procent använder Blocket vilket är samma nivå som 2015 då det var 82 procent. I de flesta åldersgrupper är det vanligare att män än kvinnor använder Blocket, förutom i åldern 36–45 år där det är vanligare att kvinnorna (94 %) använder blocket jämfört med männen (90 %).

Annonsblockerare

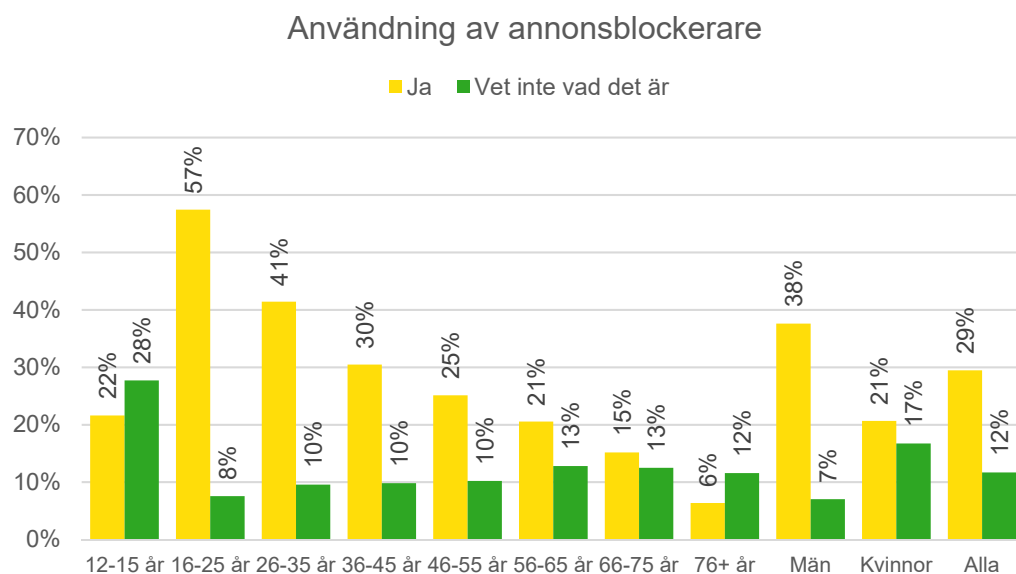


Diagram 7.11 Andel av internetanvändare som använder annonsblockerare respektive som inte vet vad det är, fördelat på ålder och på kön 2017.

Nästan var tredje internetanvändare (29 %) använder annonsblockerare. Det är mycket vanligare att män använder annonsblockerare (38 %) än kvinnor (21 %). Bland ungdomar i åldern 16–25 år är det mer än hälften (57 %) som använder annonsblockerare medan de över 76 år knappt använder annonsblockerare alls. Var åttonde internetanvändare (12 %) vet inte vad en annonsblockerare är. Det är fler av kvinnorna (17 %) än av männen (7 %) som inte vet vad en annonsblockerare är. Okunskapen är ungefär lika stor oavsett ålder förutom bland de yngsta, de i åldern 12–15 år där 28 procent inte vet vad det är. Frågan som ställdes var *Använder du en annonsblockerare?* Det är möjligt att fler av de yngre vet vad en "ad blocker" är.

Problem vid e-handel

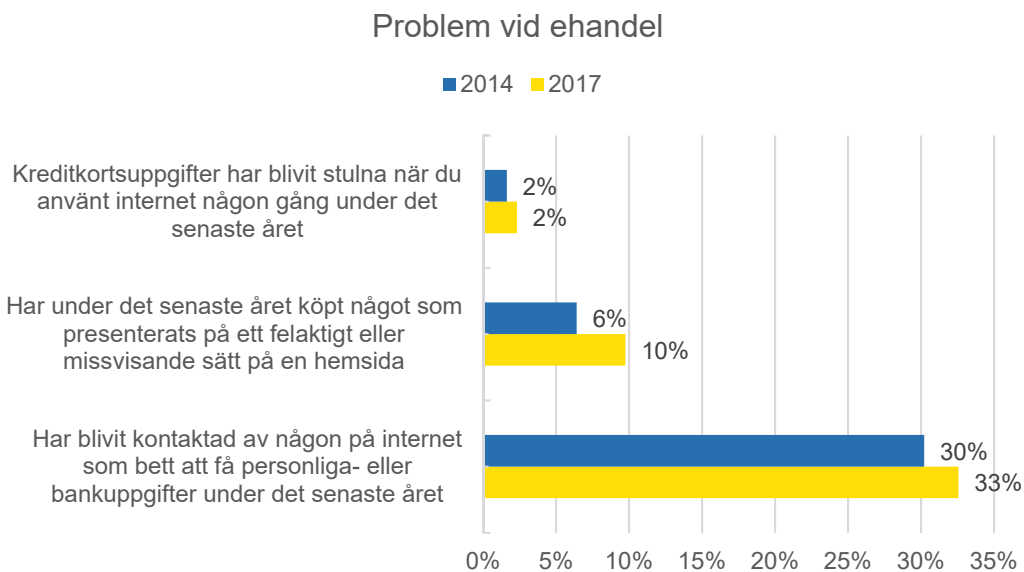


Diagram 7.12 Andel internetanvändare (16+ år) som råkat ut för olika problem på internet det senaste året 2014 och 2017.

Var tredje internetanvändare (33 %) har blivit kontaktad av någon på internet som bett om att få personliga uppgifter eller bankuppgifter under det senaste året. Det är en ökning sedan 2014 då det var 30 procent.

Var tionde internetanvändare har under det senaste året köpt något som presenterades på ett felaktigt eller missvisande sätt på en hemsida. Det är nästan en fördubbling av de som råkat ut jämfört med 2014 då det var 6 procent.

Det är 2 procent som har råkat ut för att deras kreditkortsuppgifter har blivit stulna när de använt internet någon gång under det senaste året vilket är på samma nivå som tidigare.

Svenskarna och internet 2017 finns i webbversion.
På www.svenskarnaochinternet.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.

8 Spel, sex och dejting



- Alla unga pojkar spelar spel på internet. Med åldern sjunker spelandet men i medelåldern går kvinnorna om männen och bland äldre är det vanligare att kvinnor spelar spel på internet än män.
- Att spela spel på internet där man satsar pengar är mycket vanligare bland män än bland kvinnor.
- En stor majoritet av de unga männen tittar på sidor med sexuellt innehåll på internet. Men ju äldre de blir desto färre använder internet för att titta på sexuellt innehåll.
- Fler unga än äldre nätdejtjar. 15 procent av dem uppger att nätdejtandet har lett till att de blivit sambo eller gift sig.

Spela spel

Sex av tio (59 %) internetanvändare spelar spel på internet någon gång och en fjärdedel (24 %) gör det dagligen. Men det är stor skillnad i spelandet, både mellan könen och mellan olika åldrar.

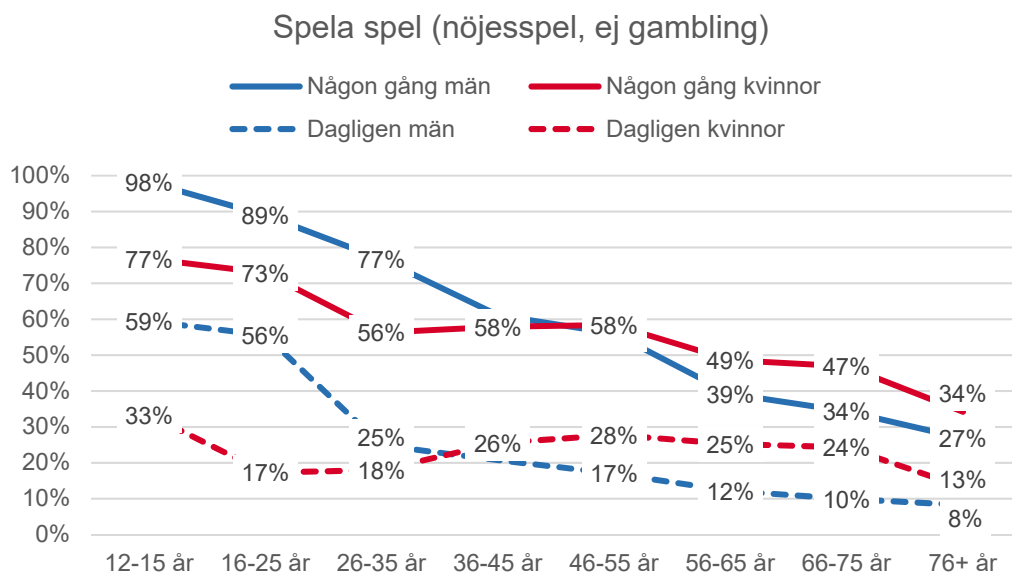


Diagram 8.1 Andel internetanvändare som spelar spel någon gång respektive dagligen fördelat på kön och ålder 2017.

Den yngsta åldersgruppen, 12-15-åringar, spelar oftast spel på internet, såväl någon gång, som dagligen. Bland 12-15 åriga pojkar är det nästan alla (98 %) som spelar och mer än hälften (59 %) som spelar varje dag. Bland flickor i åldern 12-15 år är det 77 procent som spelar spel och 33 procent som gör det dagligen. Men sedan sjunker andelen som någon gång spelar spel med stigande ålder. Det intressanta är att i medelåldern (36-55 år) är det ungefär lika stor andel män som kvinnor som spelar spel, men det är bland kvinnorna (över 26 %) man ser en större andel dagliga spelare än bland männen (omkring 20 %). Från 55 års ålder är det en större andel kvinnor som spelar än män, både bland de som spelar någon gång och bland de som spelar dagligen.

Skolungdomars användning av nöjesappar

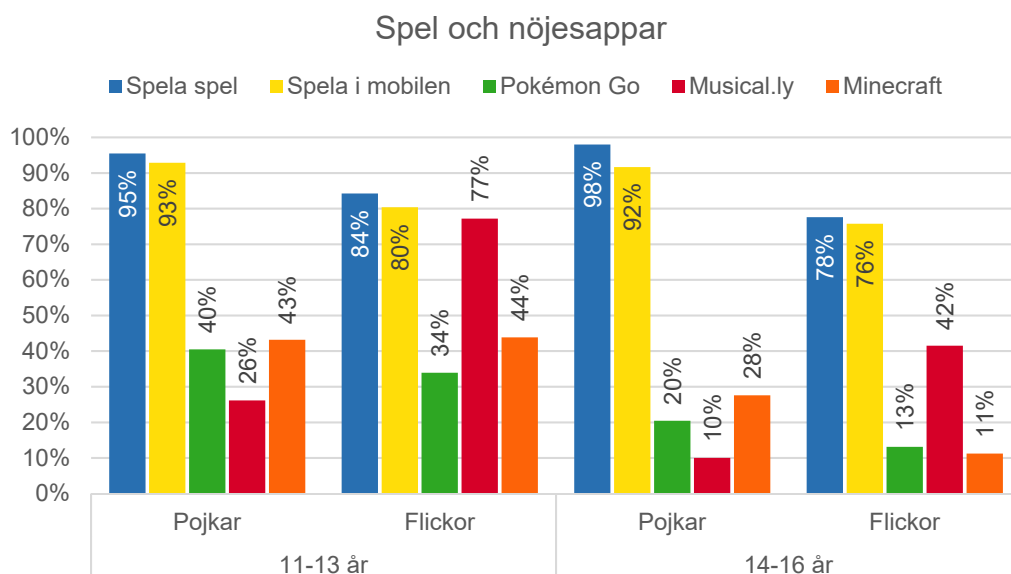


Diagram 8.2 Andel internetanvändare i åldern 11-16 år som någon gång spelar spel, spelar spel i mobilen, spelar Pokémon Go, Minecraft respektive använder musical.ly 2017.

Även när vi frågar ungdomar i mer detalj kring spel och nöjesappar är det en större andel pojkar än flickor som spelar spel. Över 90 procent av pojkarna i åldern 11-16 år spelar någon gång och nästan lika många spelar spel på sin mobil. Det är omkring 80 procent av flickorna som spelar spel och även bland dem är det nästan lika många som spelar i mobilen.

Bland mellanstadieelever, 11-13 år gamla, är det ungefär lika vanligt att pojkar som flickor spelar Minecraft och Pokémon Go någon gång medan musikvideoappen musical.ly är betydligt vanligare bland flickor. 77 procent av de 11-13 åriga flickorna använder musical.ly och 39 procent gör det dagligen jämfört med att 26 procent av 11-13 åriga pojkar gör det och endast 6 procent dagligen.

Bland högstadieelever i åldern 14-16 år är det färre som spelar Minecraft, Pokémon Go och använder Musical.ly än bland 11-13-åringarna. Det har även blivit en skillnad mellan hur pojkar och flickor spelar. Det är nu färre flickor än pojkar som använder Pokémon Go och Minecraft.

Spel där man satsar pengar

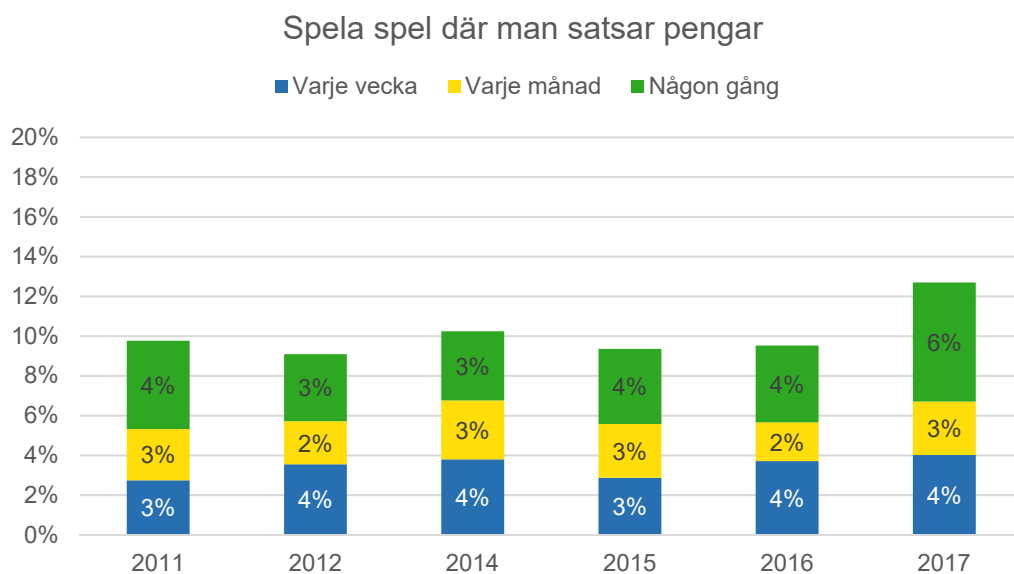


Diagram 8.3 Andel internetanvändare (16+ år) som spelar spel där de satsar pengar (gambling) fördelat på hur ofta åren 2011-2017. (Data saknas för 2013)

Det är ungefär lika stor andel av internetanvändarna som regelbundet spelar spel där de satsar pengar nu som tidigare år. Nivån har legat kring 6 procent under flera års tid. Däremot har de som uppger att de spelar mer sällan än varje månad ökat och är nu lika stor som den andel som spelar regelbundet. Totalt är det 13 procent av internetanvändarna som någon gång spelar spel på internet där de satsar pengar.

Det är stor skillnad mellan könen. Det är 20 procent av männen som satsar pengar och spelar någon gång mot 5 procent av alla kvinnor som använder internet.

Mer än var fjärde (27 %) man i åldern 36-45 år spelar någon gång spel på internet där de satsar pengar. Även tidigare år var det mest vanligt i den åldern, men då var det färre, 19 procent, som någon gång spelade där de satsar pengar.

Titta på sidor med sexuellt innehåll

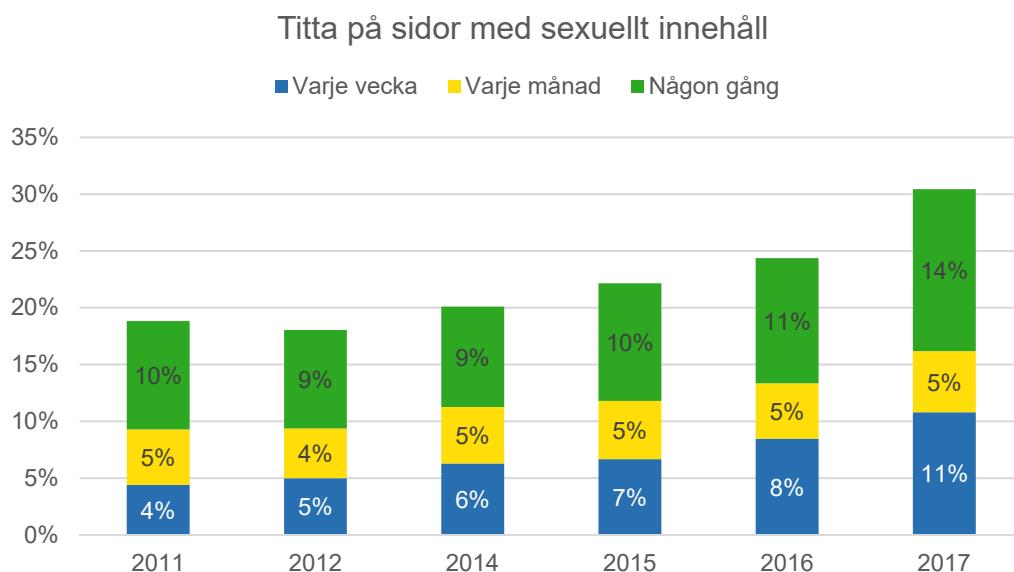


Diagram 8.4 Andel internetanvändare (16+ år) som tittar på sidor med sexuellt innehåll fördelat på hur ofta och åren 2011-2017. (Data saknas för 2013)

Det är 30 procent av internetanvändarna som använder internet för att titta på sidor med sexuellt innehåll. Det har skett en ökning med ett par procentenheter årligen. Ökningen finns både bland de som tittar på sexuellt innehåll varje vecka (från 6 procent 2014 till 11 procent 2017) och bland de som gör det mer sällan än varje månad (från 9 procent 2014 till 14 procent 2017).

Att titta på sidor med sexuellt innehåll är främst något som män ägnar sig åt. Totalt sett är det nästan hälften av männen (48 %) som tittar på sidor med sexuellt innehåll jämfört med 12 procent av kvinnorna.

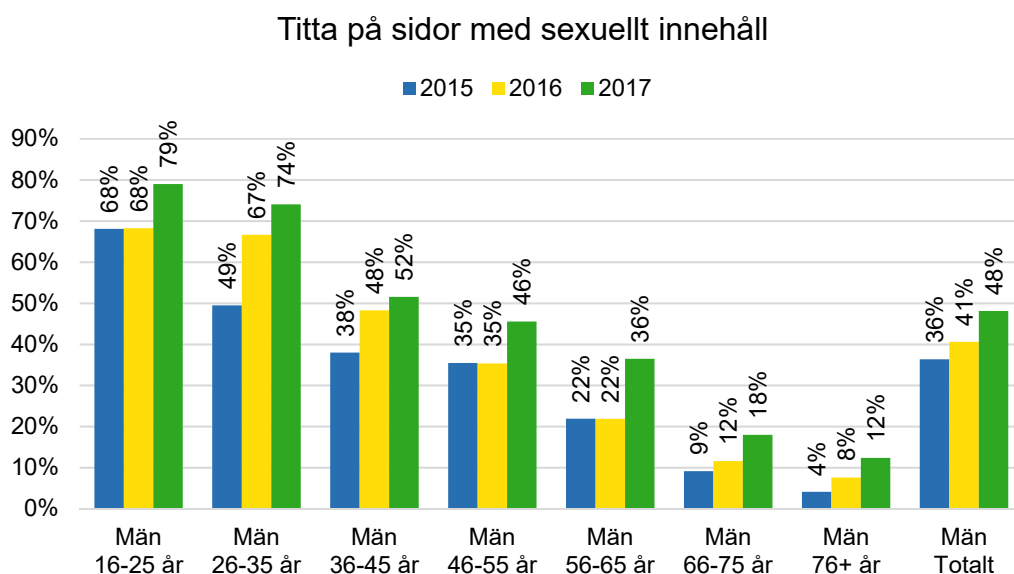


Diagram 8.5 Andel manliga internetanvändare (16+ år) som tittar på sidor med sexuellt innehåll fördelat på ålder 2015, 2016 och 2017.

Männens intresse för att använda internet för att titta på sidor med sexuellt innehåll sjunker med stigande ålder. Det är fyra av fem (79 %) män i åldern 16–25 år som någon gång tittar på sidor med sexuellt innehåll, i åldern 36–45 år är det lite drygt hälften (52 %) och i åldern 66–75 år är det var femte (18 %).

Kvinnornas intresse för att titta på sidor med sexuellt innehåll är betydligt lägre. Det är 29 procent av 16–25 åriga kvinnor som någon gång tittar och 13 procent av kvinnorna i åldern 36–45 år. I åldrarna över 45 år är det färre än 4 procent.

Har råkat hamna på en pornografisk sida när letade efter något annat under det senaste året

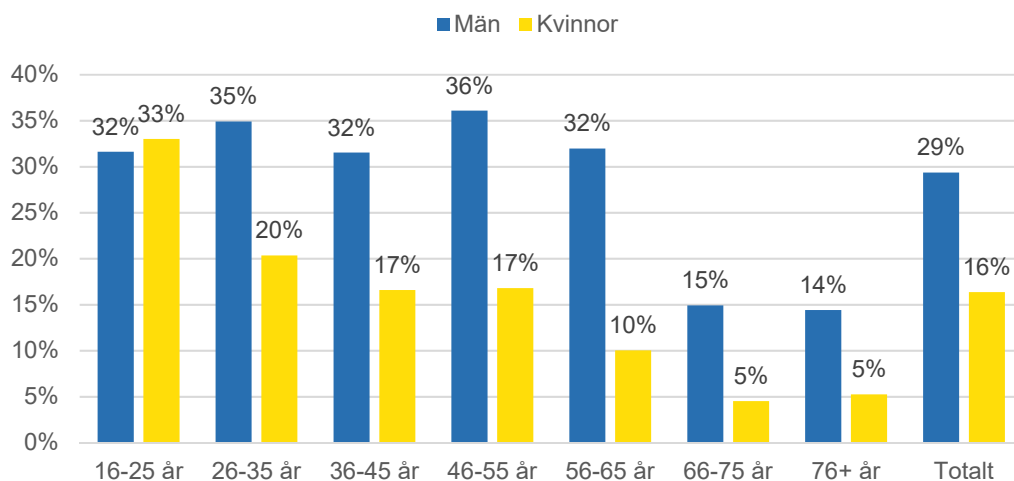


Diagram 8.6 Andel internetanvändare 16+ år som under senaste året råkat hamna på en pornografisk sida efter att de letade efter något annat 2017.

Nästan var fjärde internetanvändare (23 %) har under det senaste året råkat hamna på en pornografisk sida när de har letar efter något annat. Det är en minskning sedan mätningen 2014 då det var 30 procent som råkat ut för det.

Det är vanligare att män (29 %) än kvinnor (16 %) råkar hamna där, förutom bland ungdomarna 16–25 år där det är ungefär lika vanligt bland kvinnor som män.

Nätdejting

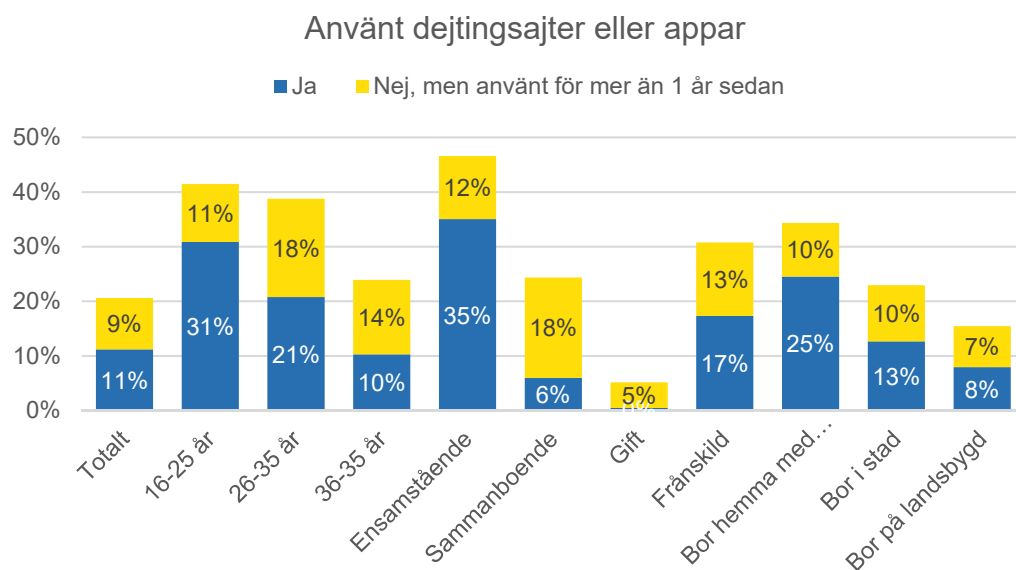


Diagram 8.7 Andel internetanvändare (16+ år) som använt så kallade dejtingsajter eller appar på internet senaste året 2017.

11 procent av internetanvändarna har nätdejtat det senaste året, det vill säga använt dejtingsajter eller appar. Dessutom har ytterligare 9 procent nätdejtat, men för mer än ett år sedan.

Det är vanligast att nätdejta i 16-25-årsåldern. Var tredje 16-25-åring har nätdejtat det senaste året och ytterligare 11 procent har gjort det tidigare, totalt mer än fyra av tio. Intresset för att använda dejtingsajter är såklart förknippat med det civilstånd man har. 35 procent av de ensamstående och 17 procent av de frånskilda har dejtat senaste året, medan ingen av de gifta har gjort det. Det är vanligare att personer som bor i storstad har nätdejtat (13 %) det senaste året än personer som bor på landsbygden (8 %).

Vad är i så fall din erfarenhet av dejtingsajter?

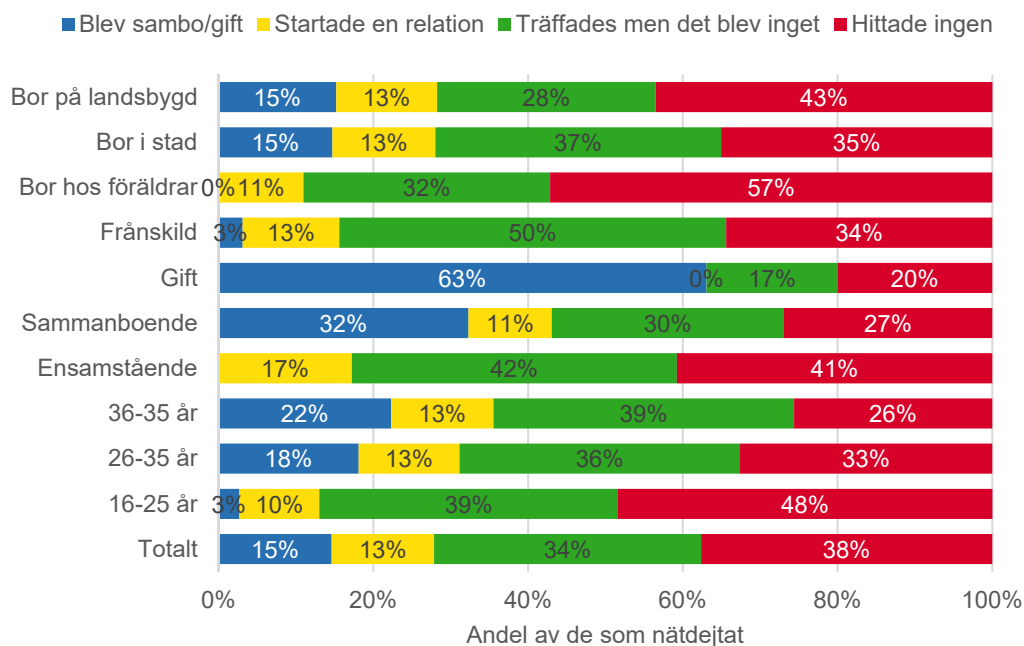


Diagram 8.8 Andel av de internetanvändare som svarat att de har använt dejtingsajter eller dejtingappar senaste året. (Totalt 574 personer.)

De 20 procent av de som uppgav att de har använt dejtingsajter eller dejtingappar fick följdfrågan om vad som var deras erfarenhet. 15 procent svarade att de hade blivit sambo eller gifta, 13 procent hade startat en relation ytterligare 34 procent hade träffat någon med det blev inget och resterande 38 procent hittade ingen.

Av de som nätdejtat och nu är gifta så var det 63 procent som upplevt att nätdejtingen ledde till just samboskap eller giftermål. Av de som nätdejtat och nu är ensamstående var det 17 procent som inlett en relation och 42 procent som träffade någon men det blev inget.

En intressant iakttagelse är att det var betydligt vanligare att nätdejta bland de som bor i stad men att erfarenheten av nätdejting är liknande oavsett om man bor i stad eller på landsbygden. 15 procent blev sambo eller gift, 13 procent startade en relation.

Tinder

I undersökningen har vi frågat specifikt om dejtingappen Tinder, en av de mest omskrivna apparna för dejting.

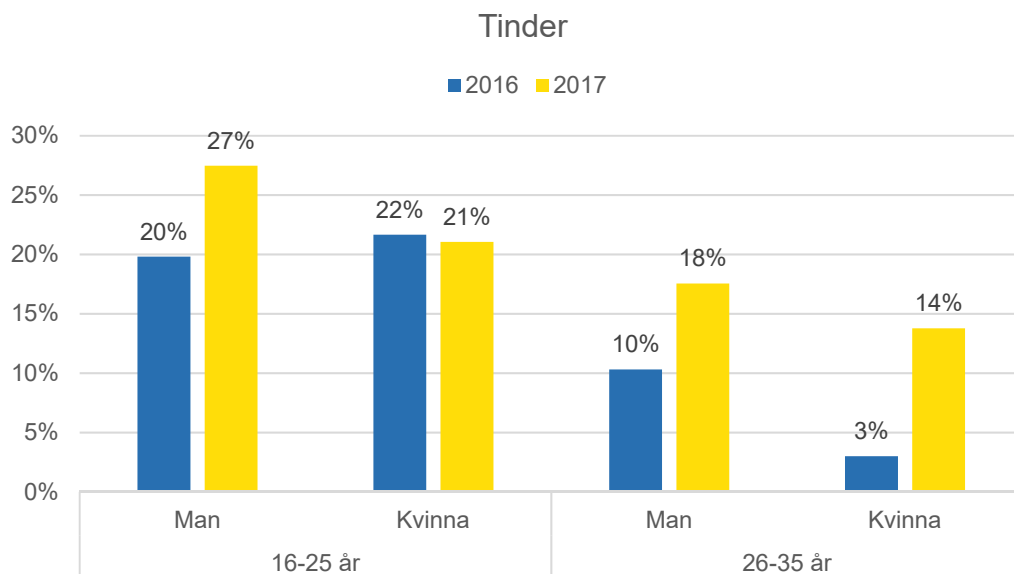


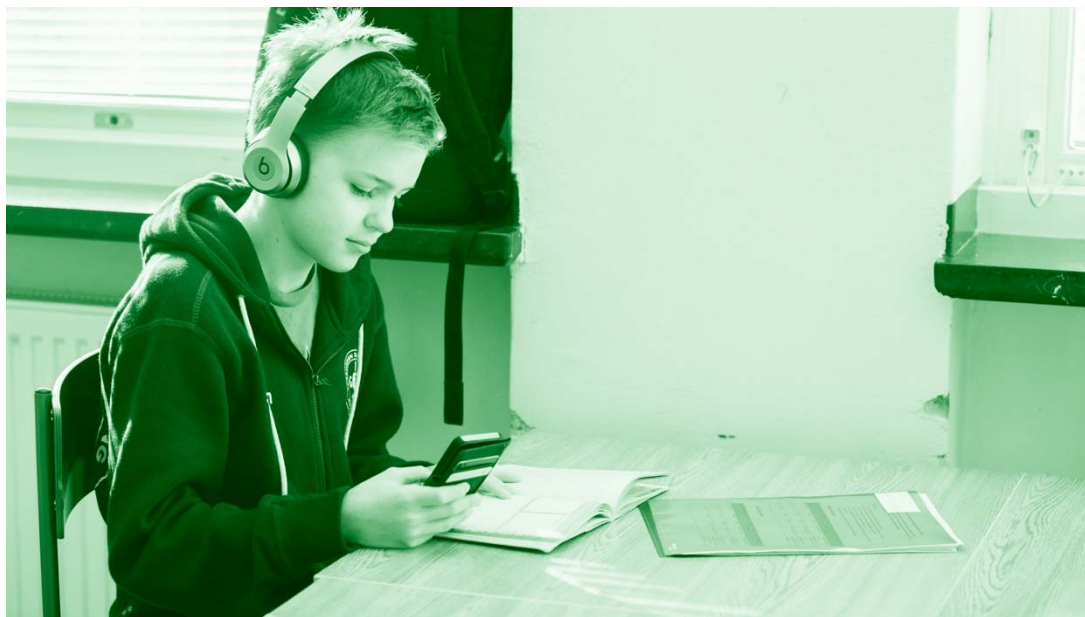
Diagram 8.9 Andel av de internetanvändare som svarat att de har använt Tinder fördelat på ålder och kön 2016 och 2017.

Utslaget på alla internetanvändare så använder 7 procent Tinder någon gång. Det är en liten ökning jämfört med 2016 då 5 procent använde Tinder. Så gott som alla tinderanvändare återfinns i åldersgrupperna 16–35 år. Mellan 16 och 25 år använder mer än var fjärde man (27 %) och mer än var femte kvinna (21 %) Tinder. Mellan 26 och 35 år använder 18 procent av männen och 14 procent av kvinnorna Tinder. I åldersgrupperna över det finns det en och annan Tinderanvändare, men de är så få att de knappt syns i statistiken.

Svenskarna och internet 2017 finns i webbversion.

På www.svenskarnaochinternet.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.

9 Barns digitala kompetens



Av: Anders Thoresson

Från och med höstterminen 2018 gäller en ny läroplan för den svenska grundskolan¹. Den förtydligar skolans uppdrag när det gäller digitalisering, och då inte bara när det gäller teknik som verktyg i undervisningen, utan i väldigt stor utsträckning också hur digitaliseringen påverkar samhället och hur den kan användas för att lösa problem eller realisera nya idéer.

I skolämnena matematik och teknik ska eleverna få lära sig grunderna i programmering, med ambitionen att både väcka ett teknikintresse och en skaparglädje men också för att ge en grundläggande kunskap om hur datorer, appar och molntjänster egentligen fungerar. I läroplanens övriga ämnen finns också många nyheter, inte minst i svenska och samhällskunskap. Här ska frågor som källkritik och nätetik tas upp, men också diskussioner om teknikens påverkan ur ett samhällsperspektiv. Det handlar bland annat om att ge eleverna insikter i hur tekniken påverkar dem, men också hur de kan använda tekniken för att själva påverka.

Skolverket har i sitt så kallade kommentarmaterial *Få syn på digitaliseringen på grundskolenivå*² valt att sammanfatta den nya läroplanen i fyra olika aspekter av digital kompetens. Det elever i den svenska grundskolan ska få lära sig är

- att förstå digitaliseringens påverkan på samhället,
- att kunna använda och förstå digitala verktyg och medier,
- att ha ett kritiskt och ansvarsfullt förhållningssätt och
- att kunna lösa problem och omsätta idéer i handling.

Mellan de här fyra aspekterna går inga vattentäta skott. Ett exempel utgör de algoritmer som personanpassar sökresultatet hos Google eller nyhetsflödet hos Facebook. Personanpassningen sker med hjälp av programmering, genom utvecklare som konstruerar algoritmer. Som användare av tjänsterna finns det all anledning att fundera över vad algoritmerna väljer att visa och vad de väljer bort. Och därifrån går det att ta klivet till samhällsnivå: Får personanpassningen till exempel några konsekvenser på det offentliga samtalet? Är de i så fall positiva eller negativa? Eller insikter om självkörande fordon, att de kommer att fatta beslut utifrån kod som en utvecklare skrivit på en annan plats och vid ett annat tillfälle än där bilen nu kör.

Att svenska elever måste få lära sig grunderna i programmering redan i grundskolan är ett argument som under lång tid har förts fram från arbetsgivarhåll. Både enskilda arbetsgivare och arbetsgivarorganisationer har ur ett kompetensförsörjningsperspektiv efterfrågat en förändring av undervisningen, gärna med programmering som ett eget ämne³. Så blev det till slut inte. Programmeringen blir däremot ett inslag i både tekniken och matematiken. Syftet är inte att grundskolan ska utbilda programmerare. Däremot ska eleverna när de går ut nian provat på och fått egna insikter om vad programmering är. Genom att lära sig grunderna i programmering kommer de tjänster som de använder på nätet att bli lite mer begripliga, samtidigt som det öppnar för möjligheten att använda datorer för eget skapande. Det finns också förhoppningar om att ett tidigt möte med programmering ska få fler att bli intresserade, vilja lära sig mer och därmed också välja en teknisk väg genom gymnasieskolan.

Men nyheterna i läroplanen spänner över betydligt mer än programmeringskunskaper. Demokratiaspekten är en viktig del i resonemangen bakom förändringarna. I takt med att samhället digitaliseras ökar också kraven på medborgarna. För att förstå hur tekniken påverkar samhälle och individ behövs kunskaper om hur tekniken fungerar. Det handlar om allt från it-säkerhet, för att ha förmåga att skydda sin egen integritet på nätet, till en uppdaterad källkritik som bland annat kretsar kring de algoritmer som personanpassar många av de tjänster som barn och unga använder varje dag. De här personliga aspekterna av teknikutvecklingen brygger sedan över i konsekvenser på samhällsnivå. Påverkar till exempel personanpassningen förutsättningarna för ett öppet offentligt samtal?

I enkäten som ligger till grund för årets upplaga av *Svenskarna och internet* har ett antal nya frågor om bland annat källkritik och säkerhet ställts. Sammanfattningsvis kan man säga att de tillfrågade har stor tilltro till sina egna förmågor på båda dessa områden.

I svaren blir det också tydligt vilken stor roll den svenska skolan spelar när det gäller utbildning och information kring källkritik.

Kapitel 9 om barns digitala kompetens baserar sig på deltagare som ingår i sammanställningen Eleverna och internet. Där ingår 531 ungdomar som fyller 11–19 år i år (2017).

Delaktighet i informationssamhället

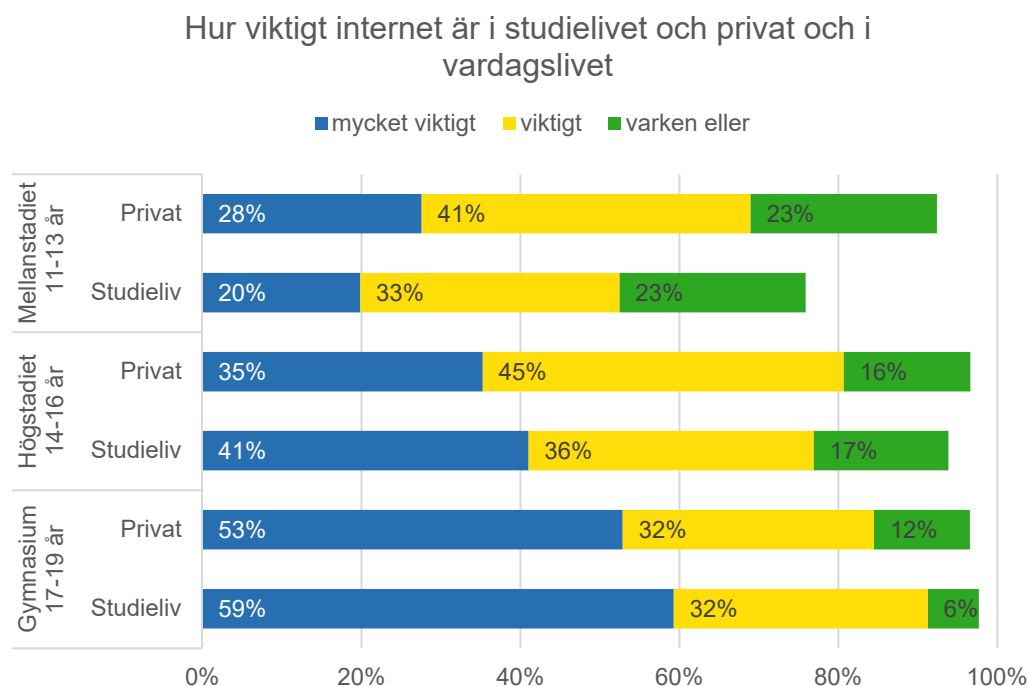


Diagram 9.1 Andel av ungdomar i åldern 11-19 år som i olika grad tycker att internet är viktigt för dem i studielivet respektive privat i vardagslivet 2017.

Internet är, föga förvånande, viktigt för svenska ungdomar. Och i växande utsträckning med ökande ålder. Dessutom är det tydligt att internet är ett viktigt redskap i skolan, precis som på fritiden. Bland gymnasieeleverna till och med viktigare i studierna/yrkeslivet än i privatlivet.

54 procent av eleverna på mellan- och högstadiet samt gymnasiet som deltog i *Svenskarna och internet* svarade *Ja, till stor del* respektive *Ja, helt och fullt* på frågan om de känner sig delaktiga i informationssamhället. De som svarar *Inte alls* eller *Bara lite* är 41 procent 2017.

Det här resultatet kan jämföras med hur de vuxna svarat i årets undersökning: Av dem är det 72 procent som helt eller till stor del känner sig delaktiga i informationssamhället. Inte ens om man tittar på gymnasieeleverna separat är känslan av delaktighet större än bland de vuxna: 60 procent.

Detta är en intressant kontrast till den gängse bilden om unga som "digital natives", en generation som fått digitaliseringen med modersmjölken.

Ungas källkritik online

Tilltron till den egna källkritiska förmågan är god. På en skala från 1 till 5, där en etta betyder att personen inte alls instämmer i påståendet *Jag kan värdera och ta ställning till den information jag tar del av i sociala medier* och en femma att man instämmer helt och hållet, svarar 86 procent av eleverna i mellan- och högstadiet med en trea eller högre. (Denna fråga ställdes inte till elever på gymnasiet.)

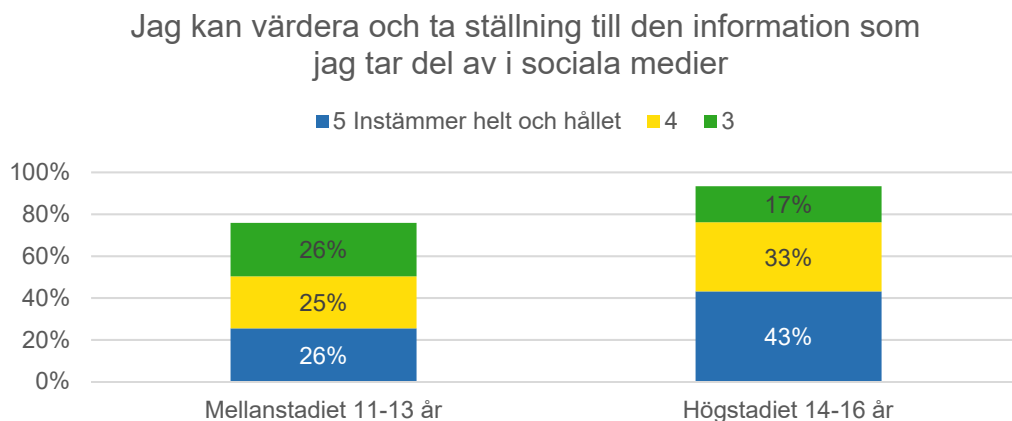


Diagram 9.2 Andel av ungdomar i åldern 11-15 år som i olika utsträckning instämmer i att de kan ta ställning till den information de tar del av i sociala medier 2017.

Eleverna från mellanstadiet upp till gymnasiet fick också svara på frågan om informationens pålitlighet, Hur mycket av informationen som du tar del av på internet anser du är pålitlig?

Övergripande anser drygt var tredje elev att det mesta av informationen de tar del av på internet är pålitlig, medan 43 procent uppskattar att ungefär hälften är pålitligt. 17 procent svarar En liten del av det.

Bryter man ner siffrorna i mellanstadie- och högstadie- och gymnasieelever är det små skillnader mellan de tre grupperna. Möjligen finns en tendens att lita lite mer på informationen bland högstadieeleverna och lite mindre på gymnasiet.

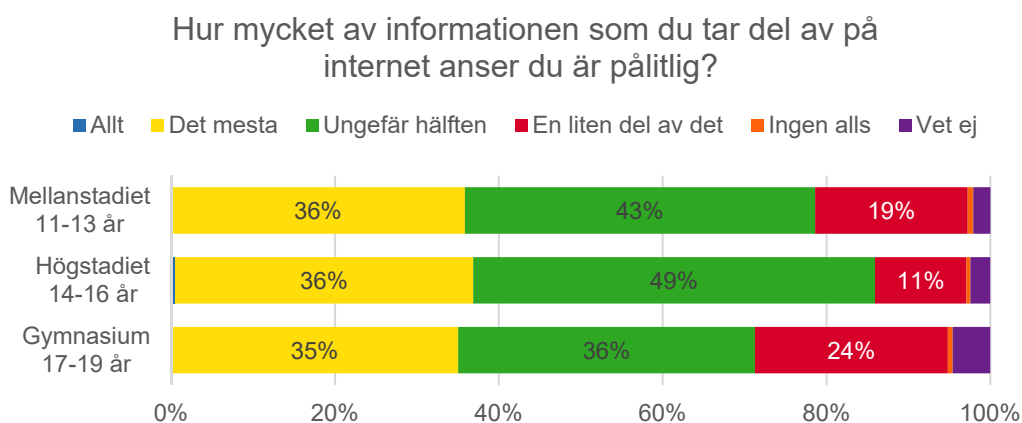


Diagram 9.3 Andel av ungdomar i åldern 11-19 år som i olika grad anser att information som de tar del av på internet är pålitlig 2017.

Tittar man däremot på flickor och pojkar som två separata grupper blir skillnaderna större. Bland alla dem som svarat, i åldrarna 11-19 år, är det 42 procent av pojkarna som svarar att det mesta går att lita på, medan det av flickorna är 29 procent som delar den uppfattningen. 36 procent av pojkarna svarar att ungefär hälften av informationen är pålitlig, 51 procent av flickorna.

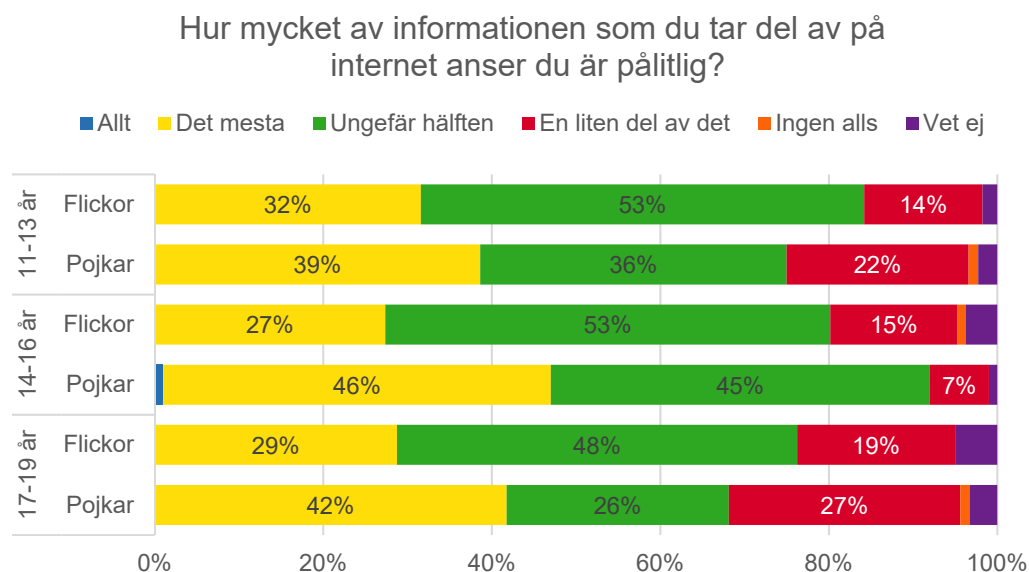


Diagram 9.4 Andel av ungdomar i åldern 11-19 år som i olika grad anser att information de tar del av på internet i är pålitlig fördelat på kön och ålder 2017.

I Statens Medieråds rapport *Ungar och medier 2017*⁴ har en liknande fråga ställts. Eleverna som svarade på den enkäten fick frågan *Hur bra är du på att avgöra om information på internet är sann eller falsk?*, med svarsalternativen på en skala från *Mycket bra* till *Mycket dåligt* och alternativet *Jag gör aldrig detta/det har aldrig hänt*. Också här ger de svarande högt betyg åt sig själva, åtminstone i de högre åldrarna. Av 13-16-åringarna svarar 65 procent antingen *Mycket bra* eller *ganska bra*. Bland 9-12-åringarna ger bara 32 procent motsvarande svar. Och i den ålderskategorin svarar 19 procent *Jag gör aldrig detta/det har aldrig hänt*.

Eftersom dessa frågor, både i *Svenskarna och internet* och i *Ungar och medier*, låter deltagarna i undersökningarna själva skatta sin förmåga är det inte nödvändigtvis så att svaren överensstämmer med ungdomarnas faktiska färdigheter. I *Ungar och medier* finns ett antal kompletterande frågor, som bland annat handlar om vad barnen gör om de hittar motstridig information på nätet. Här går att se vissa intressanta samband. De som säger sig ha en god förmåga att skilja sant från falskt har enligt Statens Medieråds tolkning "ett mer aktivt förhållningssätt när de stöter på motstridig information". Det visar sig bland annat genom att man oftare söker efter kompletterande information. De barn och ungdomar som däremot bedömer sin egen förmåga att avgöra vad som är sant eller falskt som ganska eller mycket dålig struntar oftare i om de hittar motstridiga uppgifter.

Hur barn bedömer sin förmåga att avgöra om information på internet är sann eller falsk och vad de gör om de möter motstridig information på internet: försöker hitta mer information från andra sajter (13-18 år)

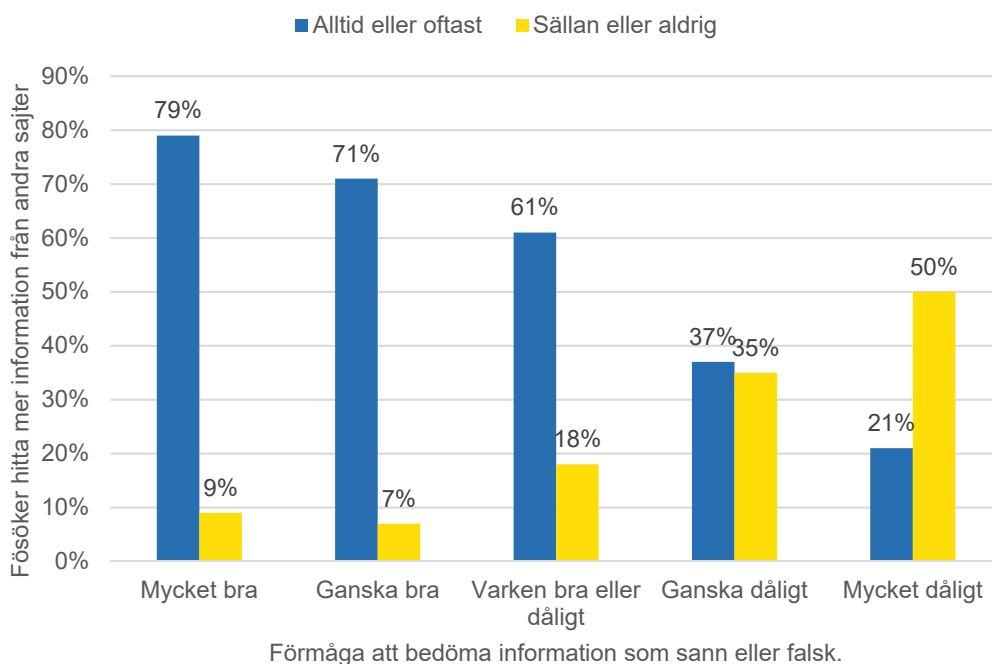


Diagram 9.5 Hur barn bedömer sin förmåga att avgöra om information på internet är sann eller falsk och vad de gör om de möter motstridig information på internet. Försöker hitta mer information från andra. Ur Statens Medieråds rapport *Ungar och medier 2017*.

Det går inte utifrån de här två undersökningarna att säga något om varför eleverna svarar som de gör. De kanske är duktiga på att värdera information. Kanske läser de mest om sånt de redan kan, och därför känner att de har den kompetens som behövs. Kanske överskattar de sin förmåga.

Medierådet sammanfattar sin analys med att "de barn som menar sig ha mycket eller ganska god förmåga att hitta, förstå och bedöma information på internet vet att man bör söka ytterligare information (på internet eller i sin omgivning) och säger sig praktisera detta i något högre grad än de med sämre förmågor". Detta tyder åtminstone på att de barn som skattar sin källkritiska förmåga högt också är mer aktiva i sitt informationssökande på nätet.

Att lära sig källkritik

Det tycks alltså finnas ett samband mellan en självupplevd god källkritisk förmåga och förhållningssättet till den information man hittar på nätet. Hur ser det då ut med utbildning i och information om hur man kan värdera information på nätet? I *Svenskarna och internet* är frågan *Har du fått utbildning/information om hur du värderar information på nätet?* ny i årets undersökning. 25 procent av de elever i åldrarna 11-19 år som har svarat på frågan säger att de inte fått någon sådan utbildning eller information. Som man kan förvänta sig är det fler som fått utbildning och information ju äldre eleverna är.

Har du fått utbildning/information om hur du värderar information på nätet?

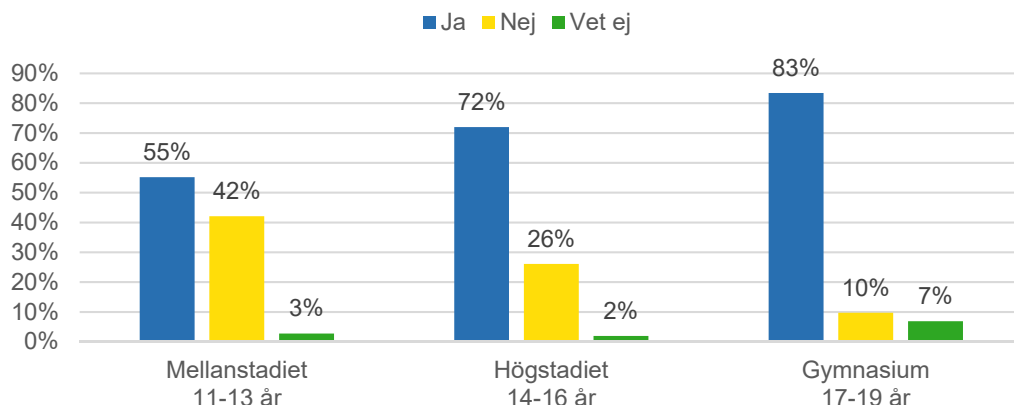


Diagram 9.6 Andel ungdomar som uppger huruvida de fått utbildning i hur de kan värdera information på nätet fördelat på skolålder 2017.

Bland mellanstadiееleverna är det bara drygt hälften av barnen som svarar ja på frågan, medan 83 procent av eleverna på gymnasiet säger sig fått utbildning eller information kring källkritik.

Går man vidare och tittar på nästa fråga i *Svenskarna och internet*, som handlar om var barn och ungdomar får utbildning och information i källkritik, så blir det uppenbart vilken oerhört central roll skolan spelar.

Frågan i enkäten lyder *Var har du fått utbildning/information?* och ställdes till de som svarat ja på frågan om de fått utbildning i källkritik.

Var man fått utbildning/information om hur man värderar information på nätet

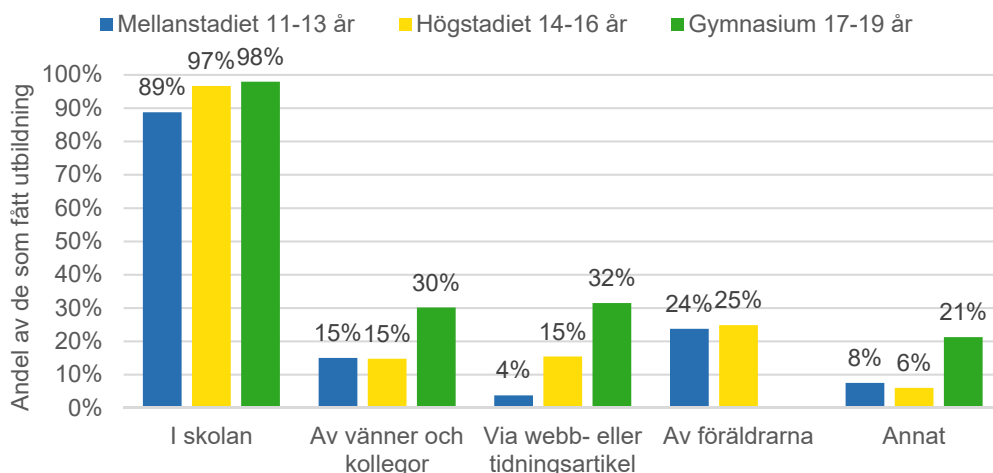


Diagram 9.7 Var de som fått utbildning i hur man värderar information på internet har fått sin information eller utbildning 2017. Flera svar är möjliga så summan blir mer än 100 %.

På frågan gick det att svara med flera olika alternativ. Den i särklass största delen av utbildningen står skolan för. 95 procent av dem som fått utbildning i källkritik har fått den i skolan. Vänner och artiklar i tidning eller på nätet är också vanliga

källor. Man kan också konstatera att yngre barn får en hel del stöd av sina föräldrar i frågor som rör källkritik. Av dem som går på mellan- och högstadiet svarar var fjärde att de fått information om källkritik från föräldrarna. Föräldrar som svarsalternativ fanns inte med när frågan ställdes till gymnasieeleverna.

Skolans roll vad gäller källkritik på nätet förstärks i och med den nya läroplanen som träder i kraft 1 juli 2018. I kursplanen för samhällskunskap står nu att undervisningen bland annat ska behandla "hur man urskiljer budskap, avsändare och syfte, så väl i digitala som i andra medier, med ett källkritiskt förhållningssätt". I högstadiet ska dessutom algoritmernas roll i informationsspridningen på nätet tas upp i undervisningen, genom diskussioner om hur "information i digitala medier kan styras av bakomliggande programmering". Det skulle till exempel kunna handla om sökresultat och nyhetsflödet hos tjänster som Facebook och Instagram.

Att hitta det man letar efter

Hur lätt det är att hitta det man letar efter på nätet är en annan aspekt av digital kompetens. Och precis som källkritiken är förmågan att söka efter information en del av kursplanen för både samhällskunskapen och svenskan i grundskolan.

En av frågorna i årets upplaga av *Svenskarna och internet* handlar om just detta: *Jag tycker det är enkelt att hitta bra sökord när jag ska söka på nätet (googla)*. Av de som svarat på enkäten instämmer 54 procent helt och hållet med det påståendet. Inkluderar man även de som svarat 3 eller 4 på den femgradiga skalan är andelen 97 procent.

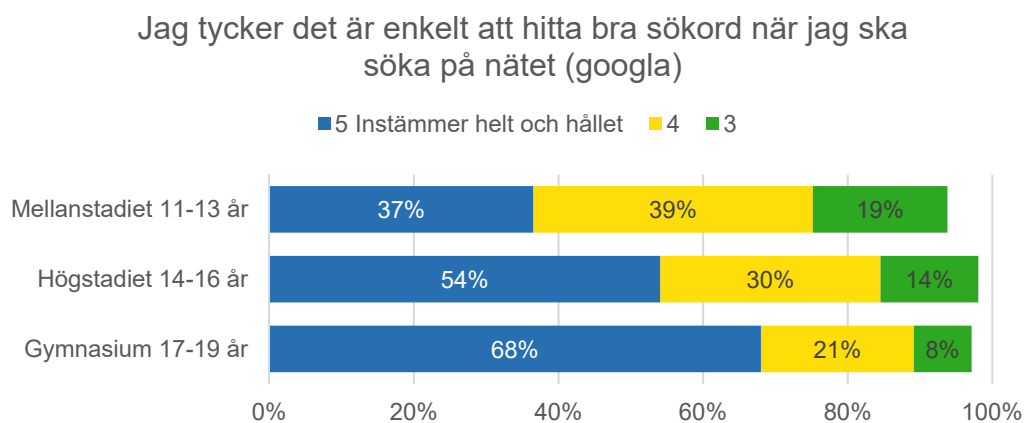


Diagram 9.8 Andel av ungdomar 11-19 år som i olika grad tycker det är enkelt att hitta bra sökord när de ska söka på nätet. Fördelat på ålder 2017.

Det är givetvis positivt att så få elever upplever det som svårt att söka efter information med hjälp av nätets sökmotorer. Men det kan finnas anledning att hålla sig lite tveksam till denna självbild. I ett av de material som publicerats av Skolverket, *Sökkritik och algoritmernas synlighet*⁵ skriver forskarna Olof Sundin och Jutta Haider: "Å ena sidan tycks många ha en hög tilltro till den egna förmågan avseende informationssökning. Å andra sidan ifrågasätts sökmotorers ranking i liten utsträckning. [...] I forskningen skildras och problematiseras hur informationssökning tenderar att tas för given på så sätt att de tekniker för

sökning vi använder oss av ses som neutrala och att sökning tenderar att bli osynlig för oss.”

Formulerat på ett annat sätt innebär det att källkritiken inte bara rör den information vi hittar med hjälp av nätets sökmotorer. Det finns också en anledning att ha ett kritiskt förhållningssätt till själva sökresultatet. Varför ser min träfflista ut just så här? Vilka andra sidor har valts bort? Vad hittar jag om jag väljer att använda en annan sökmotor? Allt detta är frågor som också är en del av diskussionen om personanpassning.

Unga väljer bort annonser

Annonsblockerare är en typ av program som installeras i dator och mobiltelefon och på olika sätt förhindrar att annonser visas för användaren. Ju äldre barnen blir, desto vanligare är det att de använder annonsblockare.

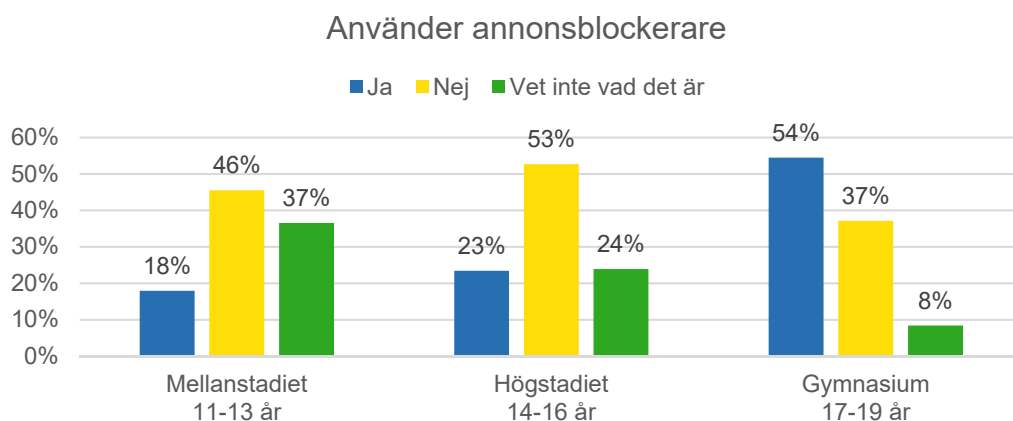


Diagram 9.9 Andel av ungdomar i åldern 11-19 år som använder annonsblockerare eller ej respektive inte vet vad det är. Fördelat på ålder 2017.

På gymnasiet svarar varannan elev att de har en annonsblockerare installerad, medan det på mellanstadiet bara är 18 procent som svarar ja på samma fråga.

Kännedomen om annonsblockerare ökar med stigande ålder. På mellanstadiet är det 37 procent som inte känner till begreppet, på gymnasiet bara 8 procent. Det finns dessutom en skillnad mellan pojkar och flickor, där både användningen av och kännedomen om annonsblockare genomgående är högre bland pojkar än flickor.

Att värna den personliga integriteten

Att själv kontrollera vem som får ta del av den information som man laddar upp på nätet är en aspekt av personlig integritet online. *Jag vet hur jag ändrar inställning för vilka som kan ta del av mitt innehåll* är en av frågorna i årets upplaga av *Svenskarna och internet*.

Precis som med källkritiken upplever de som svarat på enkäten att deras förmåga att styra över detta är bra. Riktigt bra, till och med. 60 procent instämmer helt och hållet med påståendet, och bara sju procent väljer att svara med en etta eller tvåa på den femgradiga skalan.

Trenden med ökat självförtroende med ökad ålder, som vi såg när det gäller källkritiken, håller dock inte i sig. När det gäller integritetsinställningarna för material som delas på nätet är det i stället eleverna på högstadiet som upplever sig ha allra bäst koll. I den ålderskategorin svarar 90 procent med en 4 eller 5. Bland gymnasieeleverna är motsvarande andel 79 procent. Och tittar man på dem som valt att svara med en femma är skillnaden ännu större: 70 procent av högstadieleverna respektive 54 procent av gymnasieeleverna.

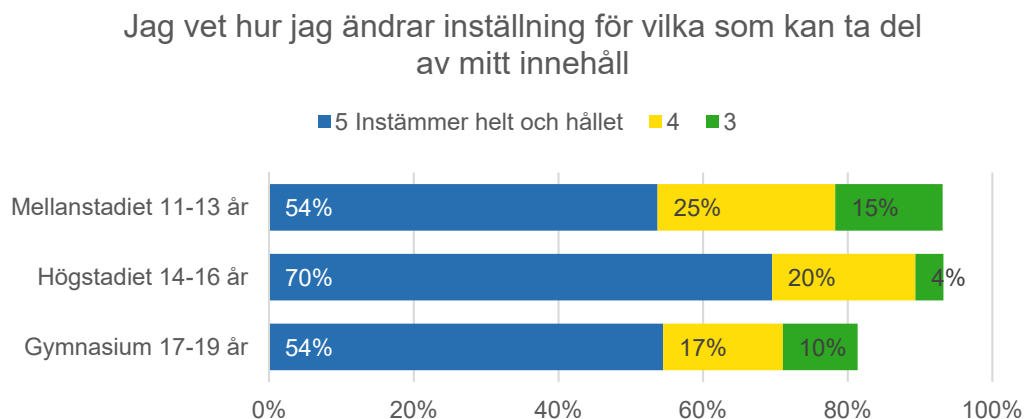


Diagram 9.10 Andel av ungdomar i åldern 11-19 år som i olika grad instämmer i att de vet hur de ändrar inställningar för vilka som kan ta del av deras innehåll 2017.

Hur man svarar på den här frågan kan antas bero på vilka tjänster på nätet man använder. I sociala medier skiljer sig komplexiteten i integritetsinställningarna mycket åt mellan olika tjänster. På Instagram är det enkelt: Antingen har du ett offentligt konto eller ett privat, där du själv väljer vilka andra konton som får följa dig. På Facebook, som blir vanligare att använda med stigande ålder, är det betydligt mer komplicerat. Där kan till exempel varje enskilt inlägg få egna integritetsinställningar.

Snapchat och Instagram är två av de sociala medier som används allra mest, dagligen av 78 respektive 65 procent av eleverna i undersökningen, någon gång av 89 respektive 82 procent. Detta är också två tjänster med relativt lättbegripliga integritetsinställningar.

En annan tänkbar förklaring är att gymnasieeleverna har insett att det inte är fullt så enkelt att lyckas göra inställningarna på det sätt som man avser, att de helt enkelt hunnit göra egna misstag eller sett när vänner gjort det. Eller att en bild som var avsedd att bara visas för några få ändå sparas som skärmbild och skickas vidare i en större krets av användare.

Producera – och inte bara konsumera

De flesta ungdomar är flitiga internetanvändare. Och många är bekväma, inte bara med att konsumera innehåll på nätet, utan också att bidra med eget. 6 av 10 instämmer helt i påståendet: *Jag vet hur jag skapar och laddar upp innehåll på internet*. Inkluderar man dem som besvarat med en trea eller fyra på den femgradiga skalan blir andelen 90 procent.

Jag vet hur jag skapar och laddar upp innehåll på internet

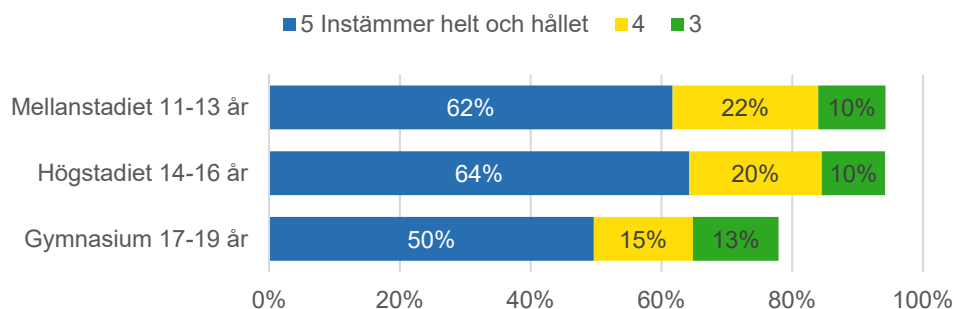


Diagram 9.11 Andel av ungdomar i åldern 11-19 år som i olika grad instämmer i att de vet hur de skapar och laddar upp innehåll på internet 2017.

Att använda digitala verktyg för att uttrycka sig är en del av den nya kurs- och läroplanen för grundskolan, bland annat i svenskämnet. Och av svaren i årets upplaga av *Svenskarna och internet* att döma kan det finnas en efterfrågan på den kompetensen. Veldig många ungdomar tittar exempelvis på filmer på Youtube, men bara 11 procent laddar själva upp filmer dit. Intressant att notera är att elever på mellanstadiet (14 %) och högstadiet (13 %) är flitigare producenter på Youtube än vad gymnasieeleverna är (5 procent som skapar och laddar upp egna filmer).

Vilka tjänster på Youtube som ungdomar använder

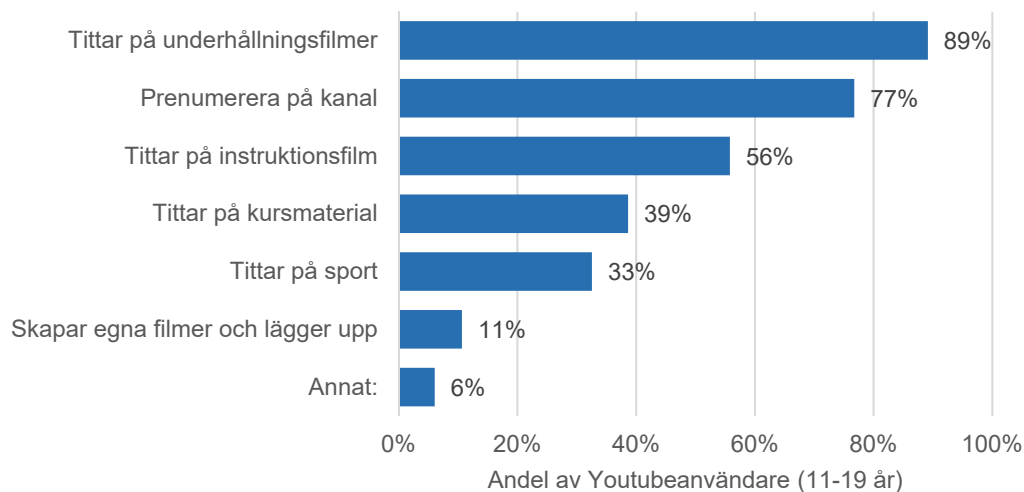


Diagram 9.12 Andel av ungdomar i åldern 11-19 år som någon gång gör olika aktiviteter på Youtube 2017.

Ett annat exempel: 95 procent bloggar aldrig, men 40 procent läser bloggar åtminstone ibland.

Det kan finnas anledning att fundera på vad ungdomarna själva lägger i begreppet "skapa och ladda upp innehåll på internet". Att använda tjänster som Instagram, WhatsApp och Snapchat har låga trösklar, men att skapa filmer för Youtube eller skriva en egen blogg kräver mer.

Internet of things

Den nya läroplanen tar också upp digitaliseringen utanför det som vi normalt sett tänker på som datorer. Mycket av det går att samla under paraplybegreppet internet of things, sakernas internet. Hit hör exempelvis internetanslutna aktivitetsarmband och dörrlås, men också självkörande bilar.

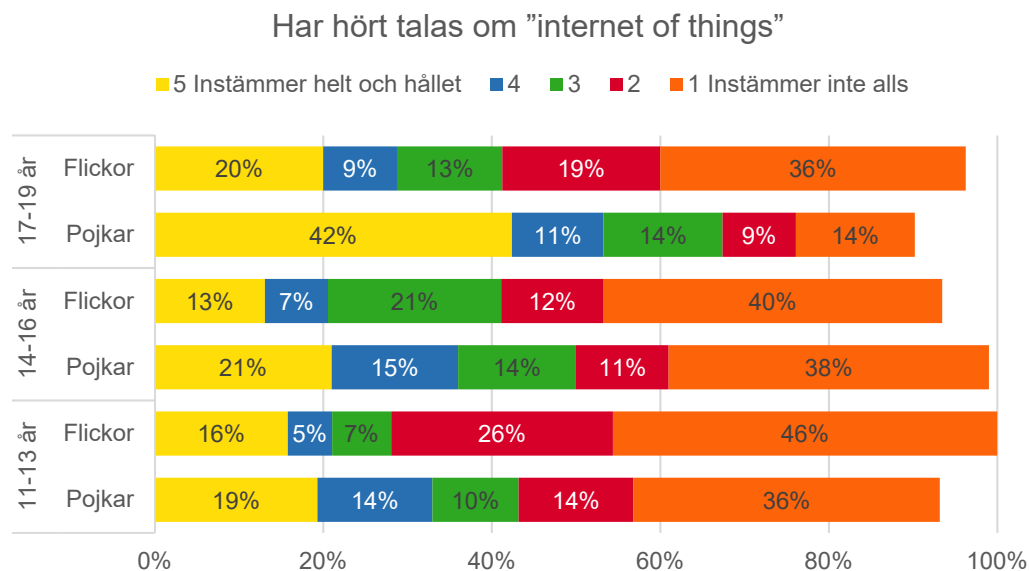


Diagram 9.13 Andel av ungdomar (11-19 år) som i olika grad instämmer i att de hört talas om sakernas internet (Internet of things) fördelat på kön och ålder 2017.

I årets undersökning *Svenskarna och internet* är påståendet *Jag har hört talas om "internet of things" (sakernas internet, till exempel uppkopplade aktivitetsarmband, kylskåp eller bilar)*. Trots att begreppet internet of things förtydligas genom de tre exemplen är det var tredje elev i åldern 11-19 år som svarar att den inte alls instämmer i det påståendet. Kännedomen om begreppet ökar med stigande ålder. På gymnasiet är det 33 procent som helt instämmer i påståendet, men de som svarar med en etta på den femgradiga skalan är fortfarande 24 procent. Det finns också tydliga skillnader mellan pojkar och flickor: Bland de manliga eleverna är det 28 procent som svarar att de helt instämmer i påståendet, medan bara 16 procent av de kvinnliga eleverna svarar på samma sätt.

De yngsta eleverna

Eleverna som fortfarande befinner sig i förskoleklass och lågstadiet har inte själva svarat på enkäten. Men deras föräldrar har fått frågor om de yngsta skolbarnens digitala kompetens.

För det första kan man konstatera att föräldrarna till barn i ålder 6-8 år känner sig väl insatta i barnens liv på nätet. 46 procent av föräldrarna med barn i den åldern svarar att de är mycket väl insatta, och ytterligare 40 procent svarar med en fyra på samma fråga. Det bör också lägga en god grund för föräldrarnas möjlighet att svara på frågor som handlar om hur barnen använder tekniken.

Precis som en allt större andel vuxna har blivit internetanvändare gäller det även de yngsta skolbarnen. 2017 använder två tredjedelar av 6–8-åringarna internet dagligen, en femtedel av dem flera gånger varje dag. Bara några få procent är aldrig uppkopplade eller mer sällan än varje månad. Hoppas man fem år tillbaka i tiden var det en femtedel av barnen i den här åldern som aldrig eller enbart väldigt sällan använde internet, och hälften av idag, en tredjedel, som gjorde det varje dag.

Det är intressant att konstatera att nyttoinslagen i barnens teknikanvändning ökar. Det blir vanligare att 6–8-åringar använder internet för att söka efter information och fakta och allt fler använder internet i skolarbetet. 2012 använde en femtedel av 6–8-åringarna internet för att söka efter fakta och information åtminstone någon gång. 2017 är andelen det dubbla. I samma storleksordning var det en femtedel som 2012 åtminstone någon gång använder internet för skolarbete medan siffran idag är det dubbla. Mer om barns internetanvändning finns i kapitel 2.

Föräldrars insyn i barnens teknikanvändning

De föräldrar som har barn under 16 år har fått svara på frågor om hur insatta de är i barnens liv på nätet, om de känner till vilka tjänster barnen använder, om de vet hur tjänsterna fungerar och om de själva är aktiva på dem.

Känslan av insyn är genomgående hög. Det samma gäller kännedomen om vilka tjänster barnen använder och hur de fungerar.

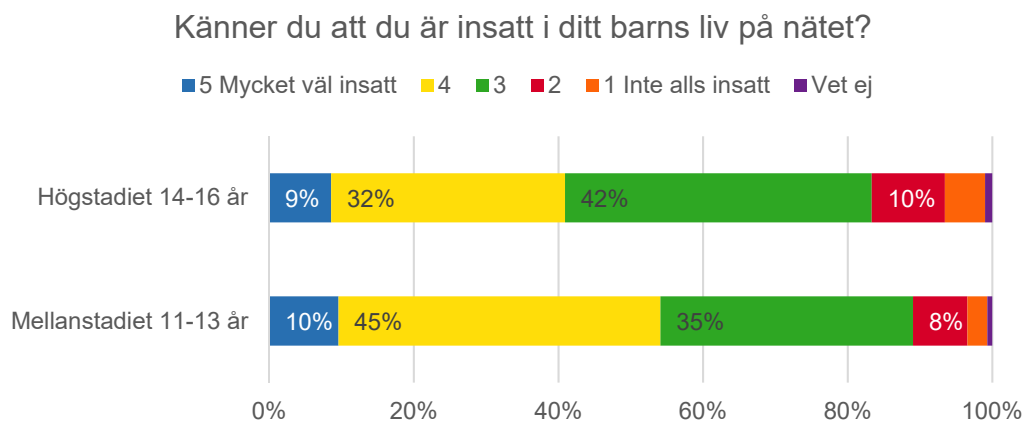


Diagram 9.14 Andel av föräldrarna som i olika grad anger hur insatta de känner sig vara i sina barns liv på nätet, fördelat på barnens skolålder 2017.

Känner du till vilka onlinetjänster ditt barn använder?

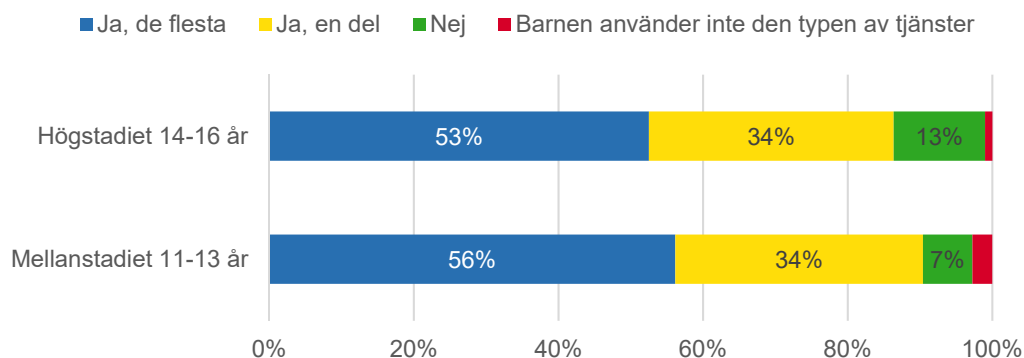


Diagram 9.15 Andel av föräldrarna som känner till olika mycket om vilka onlinetjänster deras barn använder fördelat på barnens skolålder 2017.

Känner du till hur de tjänster ditt barn använder fungerar?

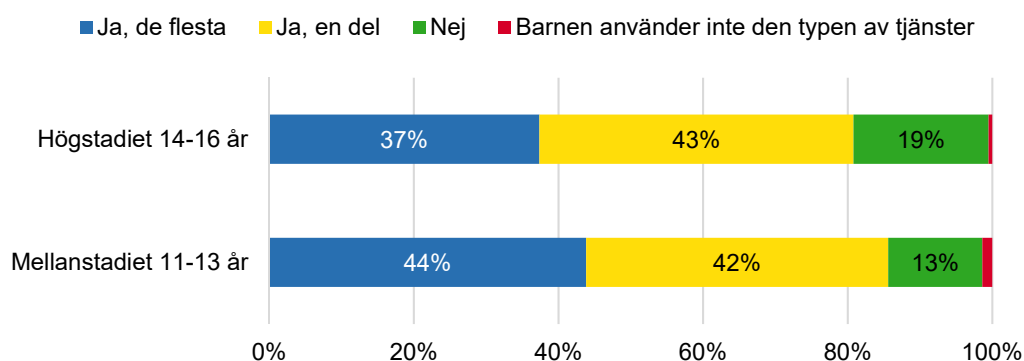


Diagram 9.16 Andel av föräldrarna som känner till olika mycket om hur de tjänster deras barn använder på nätet fungerar fördelat på barnens skolålder 2017.

Kunskapen om hur tjänsterna fungerar har föräldrarna däremot inte fått genom att använda dem själva. På frågan *Är du själv aktiv och har konton på de tjänster som ditt/dina barn använder?* är det många föräldrar som svarar nej.

Är du själv aktiv och har konton på de tjänster som ditt barn använder?

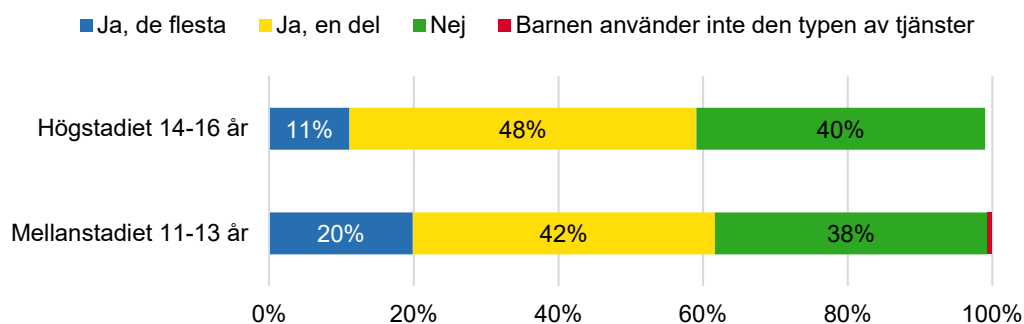


Diagram 9.17 Andel av föräldrarna som känner till olika mycket om hur de tjänster deras barn använder på nätet fungerar fördelat på barnens skolålder 2017.

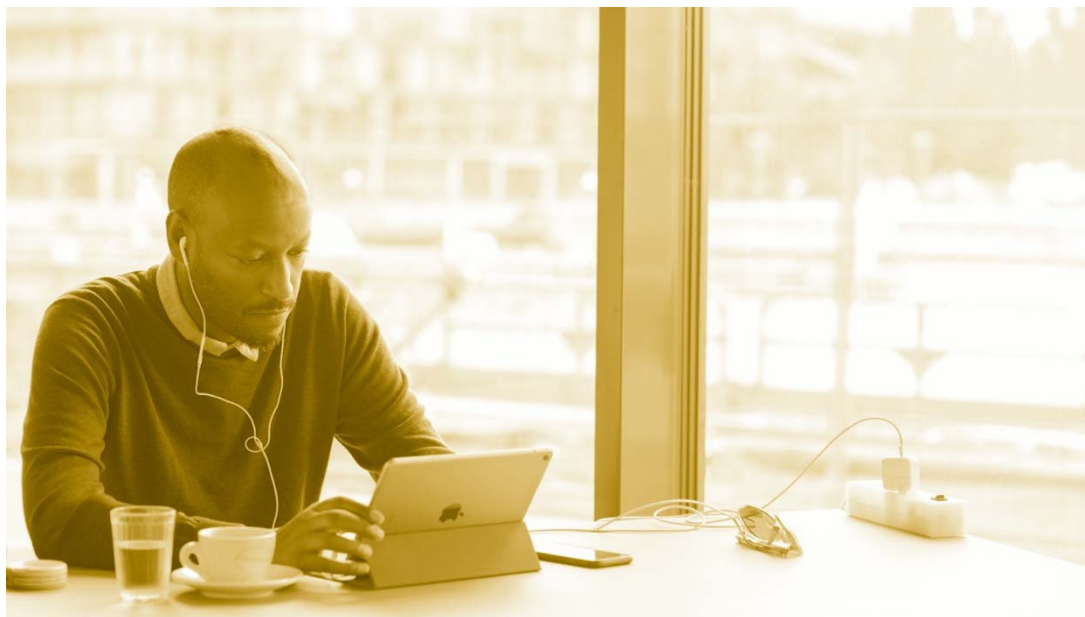
Beroende på barnens åldrar svarar mellan 3 och 8 procent nej på frågan om de känner till hur tjänsterna fungerar. Men runt var tredje förälder för de barn som är 6 år eller äldre har själva inte ett konto på samma tjänster.

Litteraturlista

1. Läroplan för grundskolan, förskoleklassen och fritidshemmet, Skolverket – <https://www.skolverket.se/publikationer?id=3813>
2. Programmering på schemat, IVA-aktuellt #04 2015 – <https://issuu.com/iva-publikationer/docs/iva-aktuellt-nr-4-2015/8>
3. Ungar och medier 2017, Statens Medieråd – <https://statensmedierad.se/publikationer/ungarochmedier/ungarmedier2017.2344.html>
4. Sökkritik och algoritmers synlighet, Skolverket – https://larportalen.skolverket.se/webcenter/larportal/api-v2/document/path/larportalen/material/inriktningar/0-digitalisering/Grundskola/200_Kritisk_anvandning_av_natet/del_02/Material/Flik/Del_02_MomentA/Artiklar/D3_1-gy_02A_02_sokkritik.docx

Svenskarna och internet 2017 finns i webbversion.
På www.svenskarnaochinternet.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.

10 Vuxnas digitala kompetens



Av: Anders Thoresson

För tio år sedan svarade 24 procent av deltagarna i *Svenskarna och internet* att de inte använde internet. Sedan dess har den uppkopplade delen av befolkningen ständigt ökat. I årets upplaga av undersökningen är den högre än någon gång tidigare: 94 procent av de drygt 3 000 personer som svarat på frågorna säger att de använder internet. Bland personer upp till 45 år använder alla internet, bland 46–55-åringarna 99 procent och bland 56–65-åringarna är det 98 procent som är internetanvändare. Det är först bland de som uppnått pensionsåldern som andelen icke-användare växer på allvar: I åldrarna 66–75 år är det nära var tionde, 8 procent, som inte använder internet, och bland de som är äldre än 75 år är 43 procent.

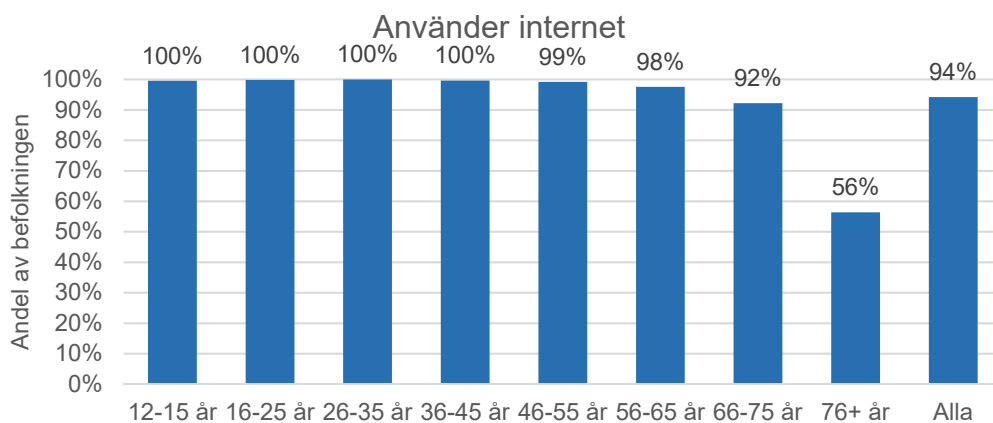


Diagram 10.1 Andel av befolkningen (12+ år) som minst någon gång använder internet 2017.

Tittar man på de fem senaste årens upplagor av *Svenskarna och internet* träder bilden av fyra grupper internetanvändare fram: De i åldrarna 16–55 år, de som är 56–65, 66–75 och 76 år och äldre. I det stora spannet av svenskar mellan 16 och 55 år var nästan alla uppkopplade redan 2013, med bara någon enstaka procent som inte använde internet. Samma år var det ungefär nio av tio 56–65-åringar som var internetanvändare, tre av fyra av de i åldersspannet 66–75 och knappt var tredje bland de över 76 år.

2017 är 66–75-åringarna lika uppkopplade som 56–65-åringarna var 2013, det vill säga drygt nio av tio. Och mer än varannan svensk över 76 år är alltså internetanvändare. Det innebär att det inte längre finns något åldersspann i undersökningen där de som inte använder internet är fler än de som gör det.

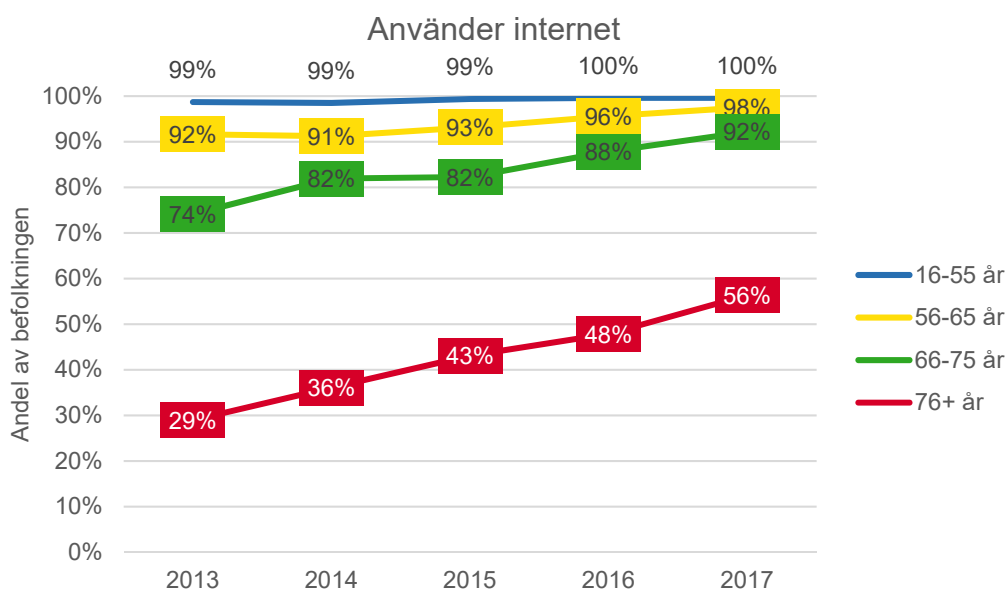


Diagram 10.2 Andel av befolkningen i olika åldersgrupper som någon gång använder internet 2013–2017.

För myndigheter, företag och andra som tillhandahåller digitala tjänster är det här en utveckling man måste förhålla sig till. De som använder internet idag är inte bara de som tidigt tog sig an tekniken. De är många fler än så. Det ställer krav på att bland annat tillgänglighetsanpassa webbsidor och appar, så att de fungerar oavsett funktionsnedsättning. Det innebär också att det finns en marknad för och behov av helt nya typer av internettjänster. En pensionär och en tonåring kan givetvis ha lika stor glädje eller nytta av många av nätets tjänster, men det finns också många olika behov som skiljer sig åt mellan grupperna.

Ibland talas det om ”digitala klyftor”, mellan de som använder teknik och de som inte gör det. Den klyftan krymper alltså stadigt i Sverige, vilket är positivt. Men att en överväldigande majoritet av svenskarna är uppkopplade behöver inte betyda att det går att slå sig till ro.

För det första handlar det fortfarande om en halv miljon svenskar som inte använder internet över huvud taget. I absoluta tal är det 500 000 svenskar som inte är uppkopplade, varav nära 430 000 är äldre än 66 år. Visserligen svarar en del att de ber andra om hjälp men trots det så innebär detta att den här gruppen

går miste om nätets möjligheter, såväl nyttotjänster som underhållning och sociala kontakter.

För det andra är det inte självklart att en person drar nytta av nätets möjligheter bara för att det finns en internetuppkoppling. Därför är det intressant att titta närmare på hur nätet används av de som är uppkopplade.

Att vara digitalt delaktig är nära besläktat med att ha digital kompetens, de förmågor som behövs för att kunna ha nytta och glädje av tekniken. Våren 2017 presenterade regeringen en strategi för Sveriges digitalisering¹. I den skriver regeringen att digital kompetens innebär

att alla ska vara förtrogna med digitala verktyg och tjänster samt ha förmåga att följa med och delta i den digitala utvecklingen utifrån sina förutsättningar. Genom digital trygghet ska människor, företag och organisationer känna tillit till och förtroende i användningen av digitala tjänster och att de är enkla att använda.

Och vidare:

Digital kompetens handlar dels om tekniska färdigheter att använda digitala verktyg och tjänster, dels om medie- och informationskunnighet, som omfattar de kunskaper och förmågor som krävs för att finna, analysera, kritiskt värdera och skapa information i olika medier och sammanhang. Digital kompetens innefattar även förmågan att följa med i den digitala utvecklingen på ett sätt som ger möjlighet att få och behålla en anställning, att kunna starta och driva företag eller för att stärka organisationers eller företags innovationsförmåga och konkurrenskraft.

Regeringen slår också fast att alla ska ”kunna utveckla och använda sin digitala kompetens”. Allt detta är formuleringar som går att känna igen i ett annat högaktuellt dokument: Den nya läroplanen för grundskolan.

Från och med höstterminen 2018 förändras innehållet i den svenska grundskolan. De digitala inslagen i undervisningen kommer att öka mycket. Inte bara som pedagogiska verktyg, utan också vad det gäller själva innehållet i undervisningen.

I det så kallade kommentarmaterial som Skolverket publicerade våren 2017² nämns fyra aspekter av digital kompetens som eleverna ska ha med sig när de lämnar grundskolan. Det handlar om

- att förstå digitaliseringens påverkan på samhället,
- att kunna använda och förstå digitala verktyg och medier,
- att ha ett kritiskt och ansvarsfullt förhållningssätt samt
- att kunna lösa problem och omsätta idéer i handling.

Det finns alltså en beskrivning av vad begreppet digital kompetens innebär och en ambition att ge eleverna dessa kunskaper och färdigheter.

Det är då intressant att fundera på är hur det ser ut för de svenskar som redan har lämnat grundskolan – och i många fall gjorde det för flera decennier sedan.

Förstår de hur digitaliseringen påverkar samhället? Kan de använda och förstå digitala verktyg och medier? Har de ett kritiskt och ansvarsfullt förhållningssätt? Kan de använda tekniken för att lösa problem och omsätta idéer i handling?

När man tittar på svaren på de frågor som bland annat handlar om hur internet används och om källkritik är det uppenbart att det fortfarande finns folkbildningsinsatser att ägna sig åt. Även Folkbildningsrådet konstaterar detta. De har i uppdrag att fördela och följa upp statsbidraget till studieförbund och folkhögskolor. I sin rapport *Folkbildningens betydelse för samhället 2016*³ skriver de följande under rubriken Digital delaktighet och kritisk medvetenhet:

För studieförbund och folkhögskolor är det en angelägen uppgift att ta sig an det digitala utanförskap som finns i grupper av befolkningen, inte minst bland de äldre. En annan och allt viktigare uppgift är att bidra till ett källkritiskt och medvetet förhållningssätt gentemot digitala medier och de budskap om hat, intolerans och rasism som sprids där. [...] Digitaliseringen bör därför hanteras som en strategisk fråga på alla nivåer inom folkbildningen. Med start från och med 2017, när det nya bidragssystemet träder i kraft, kommer Folkbildningsrådet att följa upp studieförbundens strategiska planer för digital delaktighet.

Vilka är det som fortfarande står utanför internet?

Som det konstaterades i inledningen av det här kapitlet är ålder en av de viktigaste faktorerna när det gäller internetanvändning. Det är främst bland personer som uppnått pensionsåldern som vi hittar de som inte använder internet. Men i alla åldersgrupperingar, även upp till den äldsta med de som är 76 år eller äldre, är det mer än varannan som använder internet.

De som inte använder internet är oftare kvinnor än män. Bland kvinnorna som deltagit i undersökningen är det 7 procent som inte använder nätet, 4 procent av männen.

Av de som är änkor eller änkemän är det nästan hälften, 49 procent, som inte använder internet. Detta är värt att uppmärksamma lite extra, eftersom internet skulle kunna erbjuda dem en enkel och daglig kontakt med släkt och vänner.

Utbildningsnivån är en annan faktor som hänger ihop med uppkopplingsgraden. Bland de som studerar på högskola eller universitet, eller redan har en examen från högre utbildning, är bara två procent nedkopplade. Bland de som slutade studierna efter grundskolan/folkskolan är det hela 29 procent som inte använder internet.

Det finns också ett samband mellan internetanvändning och hushållsinkomst: Ju högre inkomst en grupp har, desto större andel internetanvändare. Bland de med en sammanlagd hushållsinkomst över 750 000 kronor är alla uppkopplade, medan 16 procent av de med inkomster under 300 000 kronor inte använder internet.

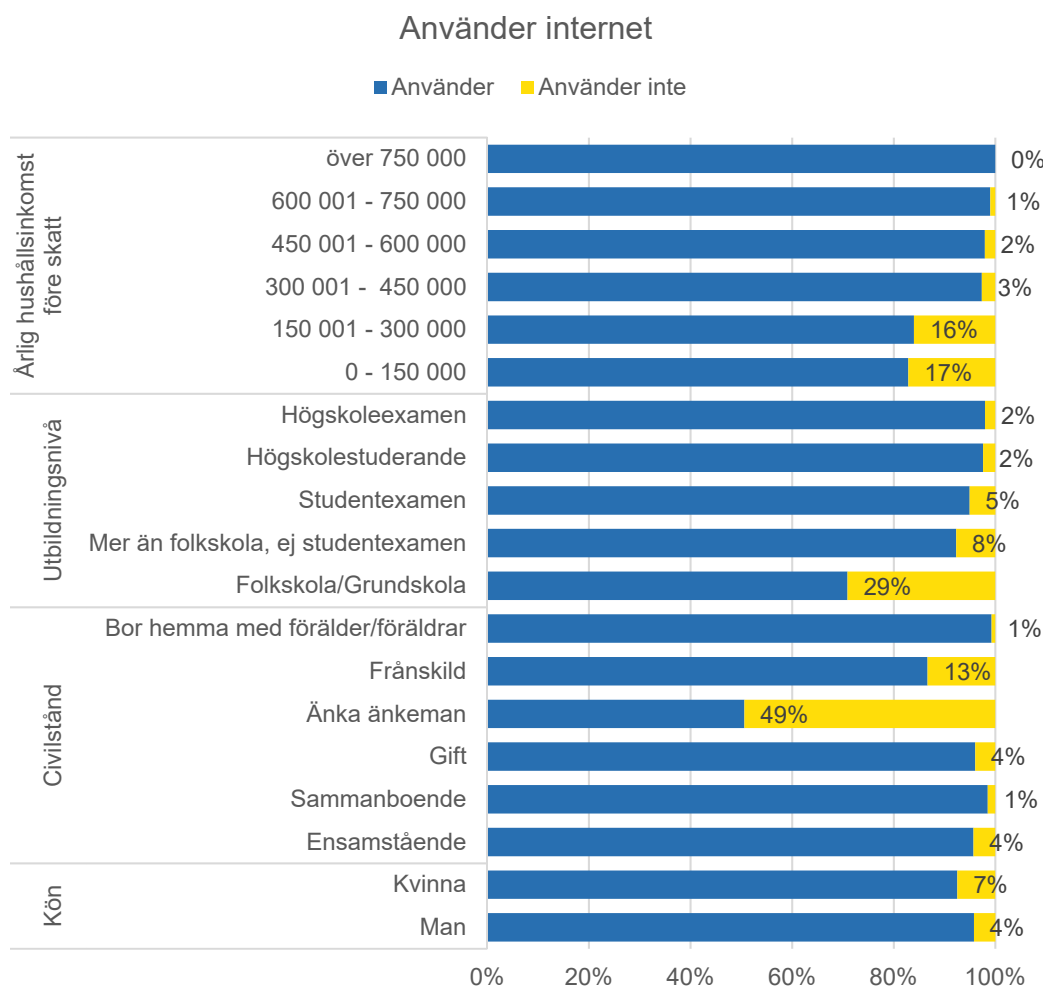


Diagram 10.3 Andel av befolkningen som använder respektive inte använder internet fördelat på kön, civilstånd, utbildningsnivå och hushållsinkomst 2017.

De som inte använder nätet har fått svara på en kompletterande fråga: Vad är det främsta skälet till att inte använda internet? Här är det däremot bara 3 procent som anger kostnaden som en viktig anledning. Det vanligaste svarsalternativet är i stället *Inget intresse/inte användbart*. 52 procent av de som inte använder internet har svarat detta. 20 procent har svarat Krånglig teknik/kan inte.

Sammantaget stärker detta bilden av att det finns ett behov av folkbildning. Idag 2017 innehåller internet nästan allt du kan tänka dig. Har man inget intresse av internet eller tycker att det som finns där inte är användbart, är en möjlig slutsats att det aldrig är någon som tagit sig tid att visa dessa personer vad som faktiskt går att hitta på nätet. Och om var femte person som är nedkopplad avstår på grund av att tekniken i sig utgör ett hinder finns det insatser att göra även när det gäller det konkreta handhavandet av datorer, mobiltelefoner och pekplattor.

Främsta skäl till att inte använda internet

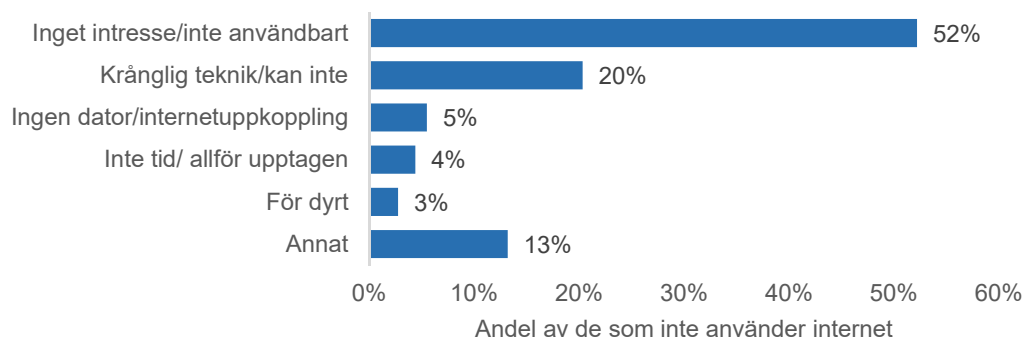


Diagram 10.4 Anledningar till att inte använda internet bland de som uppgivit att de inte använder internet 2017.

Men också de som inte använder internet själva ser trots allt en nytta med nätet. 68 procent ber åtminstone någon gång en annan person att hjälpa dem att utföra uppgifter på internet.

Brukar du någon gång be andra personer göra saker på internet åt dig?

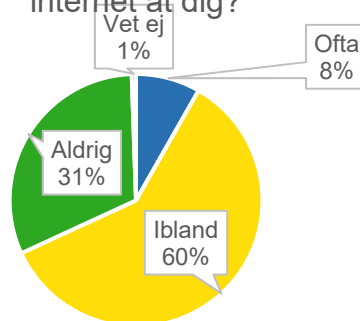


Diagram 10.5 Andel av de som inte använder internet som olika ofta ber andra personer göra saker åt dem på internet 2017.

Delaktighet i informationssamhället

Bland vuxna känner sig 71 procent helt eller till stor del delaktiga i informationssamhället. Det kan jämföras med hur 11-19-åriga skolelever svarar på samma fråga, där det bara är 54 procent som väljer något av de två alternativen. (Se kapitel 9.) Inte ens om man tittar på gymnasieeleverna separat är känslan av delaktighet större än bland de vuxna: 60 procent.

Delaktigheten ökar tydligt med utbildningsnivå. Bland de med folkskola eller grundskola är det 15 procent som inte alls känner sig delaktiga och 12 procent som helt och fullt känner sig delaktiga. Motsvarande siffror bland de med högskoleexamen är 3 respektive 33 procent.

Känner sig delaktig i informationssamhället

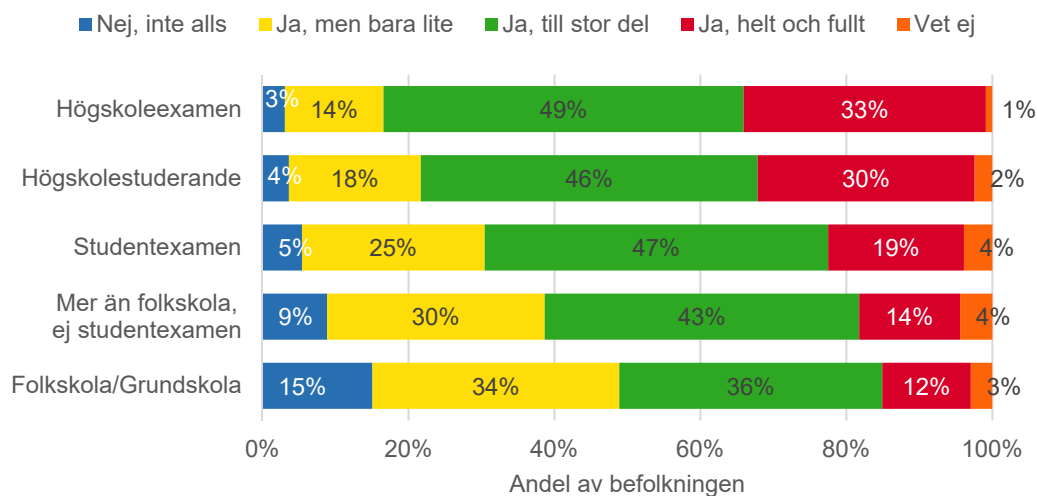


Diagram 10.6 Andel av befolkningen som känner sig i olika grad delaktig i informationssamhället, fördelat på utbildningsbakgrund 2017.

Arbetslösa och sjukskrivna/förtidspensionärer känner sig också mer utanför än de som jobbar eller studerar.

Känner sig delaktig i informationssamhället

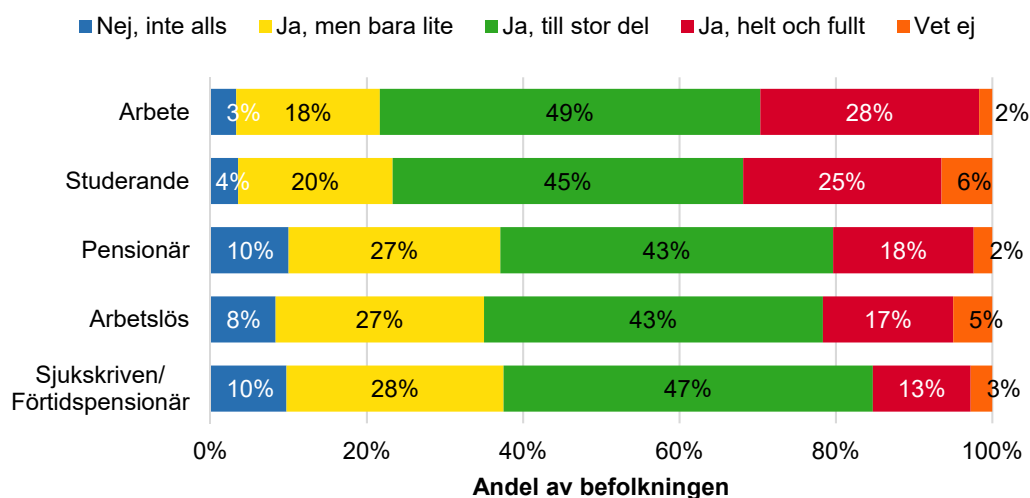


Diagram 10.7 Andel av befolkningen som känner sig i olika grad delaktig i informationssamhället, fördelat på sysselsättning 2017.

Vid sidan av att ställa frågan om delaktighet rakt ut går det också att titta på faktiskt användarmönster. Vilka tjänster på nätet är det som används? Hur många betalar räkningar på nätet? Hur många beställer varor på nätet? Hur många köper elektroniska varor och tjänster?

En av frågorna handlar om mobilt BankID. Att inte ha ett BankID betyder i praktiken att man inte heller använder nättjänster som myndigheter och andra mer formella instanser i samhället tillhandahåller. Eftersom BankID blivit de facto-standard går dessa tjänster inte att använda för den som saknar ett BankID. Och

den variant som installeras i mobiltelefonen är mer användarvänlig än det BankID som kräver särskilda program i datorn.

Mer än varannan vuxen svensk använder sitt mobila BankID varje vecka. 27 procent av alla vuxna – och 12 procent av de vuxna som har en smart mobil – använder inte mobilt BankID. Icke-användarna är överrepresenterade bland de med endast grund- eller folkskola, bland arbetslösa, sjukskrivna och pensionärer.

En annan tjänst som har blivit viktig på nätet är Facebook, en plattform för en allt större del av den sociala interaktionen på nätet. Facebook används dagligen av 55 procent av de vuxna internetanvändarna, och någon gång av 75 procent. Samma trend igen: Mindre användning bland de med folk- och grundskola.

Internet som informationskälla

Gräver man sig djupare ner i undersökningen framträder en annan intressant bild: De flesta internetanvändare är bekväma med att utnyttja internet för att hitta information. 97 procent av de vuxna svenskarna använder internet för att söka enkel information om tidtabeller, bio, telefonnummer, adresser och tv-program. Till och med bland de som är över 76 år använder 90 procent nätet på det sättet. Att söka efter hälso- och medicinsk information är det 85 procent av svenskarna som gör någon gång, bland de äldsta 73 procent. 88 procent tar del av offentlig information från kommun och myndigheter, 75 procent av de äldsta. 90 procent använder internet för att jämföra priser på produkter och tjänster, 65 procent av de äldsta.

81 procent av de vuxna (46 procent av de äldsta) använder internet för att köpa varor eller tjänster som också levereras på nätet, 89 procent beställer varor (58 procent av de äldsta) som levereras med posten.

Att betala räkningar på nätet är det 93 procent av de vuxna svenskarna som gör, och hela 79 procent av de som är äldre än 76 år.

Att internet har blivit ett sätt att hitta nytt jobb blir tydligt när man tittar på svaren på frågan om nätet används för att söka jobb: Bland arbetslösa är det 92 procent som gör det åtminstone någon gång. 22 procent gör det dock enbart någon gång i månaden eller ännu mer sällan och 7 procent använder aldrig internet i jobbjakten.

Kompetensluckor

Mobiltelefonen blir ett allt viktigare fönster mot internet, vilket vi såg i kapitel 1. Men för att fullt ut kunna utnyttja smarta mobilers möjligheter behöver man installera appar i den. Upp till 55 års ålder är självförtroendet vad gäller apparna gott bland de som har en smart mobil, men sedan faller det: Bland 56–65-åringarna instämmer 71 procent helt med påståendet *Jag vet hur man laddar ner appar till mobiltelefonen* medan 8 procent inte gör det alls. Bland 66–75-åringarna instämmer 60 procent helt och 12 procent inte alls. Och bland de som är 76 år och äldre är det knappt hälften som helt instämmer med påståendet om installation av mobilappar och 19 procent som inte instämmer alls.

Bland de som ännu inte använder internet i mobiltelefonen svarar 46 procent att det beror på att det inte är möjligt med den nuvarande telefonen. Men sedan känner vi igen motiven från internetanvändning rent generellt: 25 procent av de som inte har internet i mobilen svarar att det beror på att de inte är intresserade eller att det inte är användbart, och var tionde att det beror på att tekniken är krånglig, att de inte kan.

Och även om många använder internet för att hitta information finns en tydligt avtagande trend vad gäller förmågan att använda nätets sökmotorer kopplad till ålder. Av de vuxna är det 63 procent som helt instämmer i påståendet Jag tycker det är enkelt att hitta bra sökord när jag ska söka på nätet. Bland 26–35-åringarna håller tre av fyra helt och hållet med om det, bland 66–75-åringarna drygt hälften, 53 procent.

Jag tycker det är enkelt att hitta bra sökord när jag ska söka på nätet (googla)

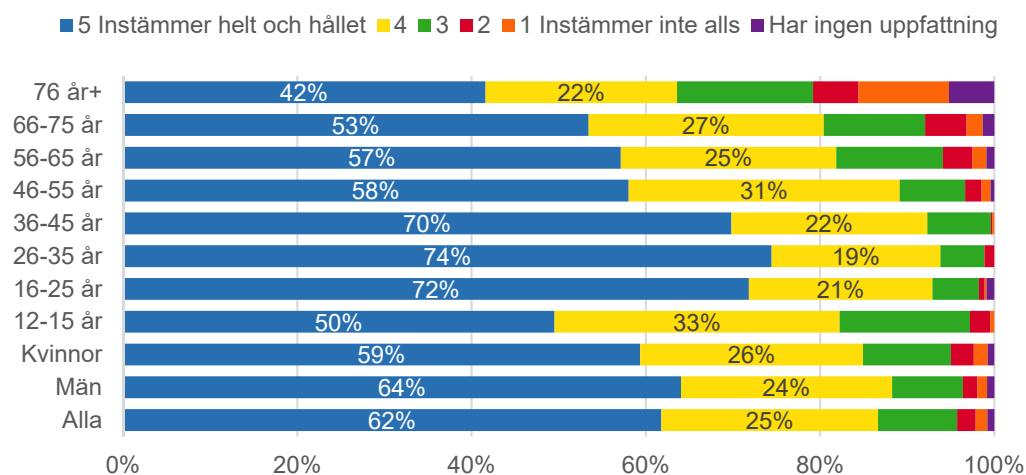


Diagram 10.8 Andel internetanvändare som i olika grad tycker att det är enkelt att hitta bra sökord när de ska söka på nätet, fördelat på ålder 2017.

Precis som vid känslan av delaktighet i informationssamhället finns även här en koppling till utbildningsnivå:

Jag tycker det är enkelt att hitta bra sökord när jag ska söka på nätet (googla)

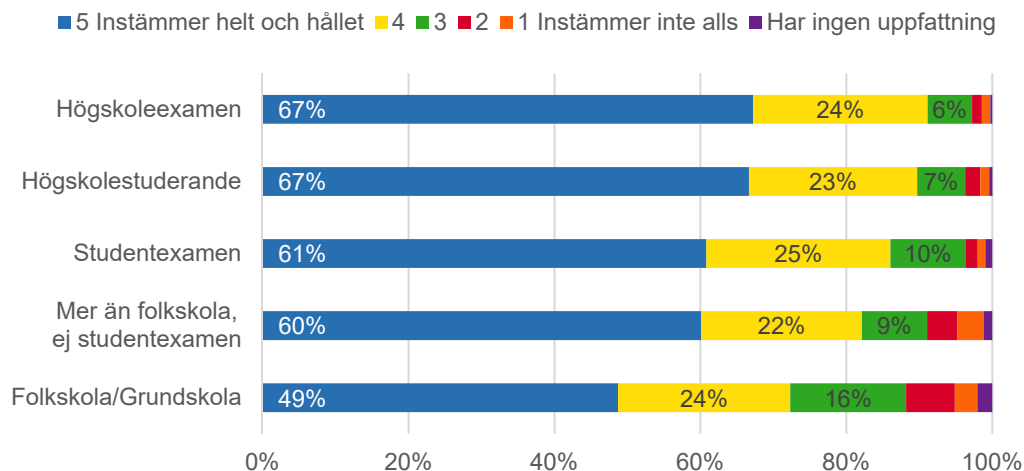


Diagram 10.9 Andel internetanvändare som i olika grad tycker att det är enkelt att hitta bra sökord när de ska söka på nätet, fördelat på utbildningsnivå 2017.

Den personliga integriteten

Deltagarna i undersökningen är betydligt mer oroliga för näringslivets intrång i den personliga integriteten än att myndigheter inkräktar på den.

Bland alla de vuxna som svarat instämmer 19 procent helt i påståendet *Jag är oroad att stora företag som Google och Facebook inkräktar på min personliga integritet på internet*. Motsvarande siffra för oro över att myndigheter inkräktar på den personliga integriteten på internet är 9 procent. 18 respektive 34 procent instämmer inte alls med de två påståendena.

Män är överlag mer oroade än kvinnor, både vad det gäller företags och myndigheters intrång i den personliga integriteten. Arbetslösa instämmer oftare helt i påståendena om oro än de som har annan sysselsättning.

Oron för företags intrång tycks växa med utbildningsnivå. Bland de som har grund- eller folkskoleutbildning är det 45 procent som svarar 1 eller 2 på den femgradiga skalan om oro för företagen och 30 procent som svarar 4 eller 5, det vill säga är mer oroliga. Bland de med högskoleexamen är det 32 procent som svarar 1 eller 2 och 42 procent som svarar 4 eller 5.

Jag är oroad att stora företag som Google och Facebook inkräktar på min personliga integritet på internet

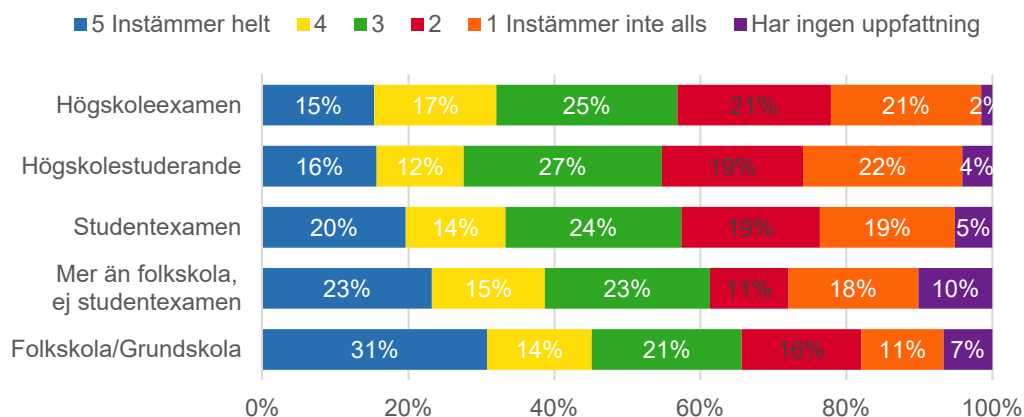


Diagram 10.10 Andel internetanvändare som i olika grad oroar sig för att stora företag som Google och Facebook inkräktar på deras personliga integritet på internet fördelat på utbildningsbakgrund 2017.

Jag är oroad att myndigheterna inkräktar på min personliga integritet på internet

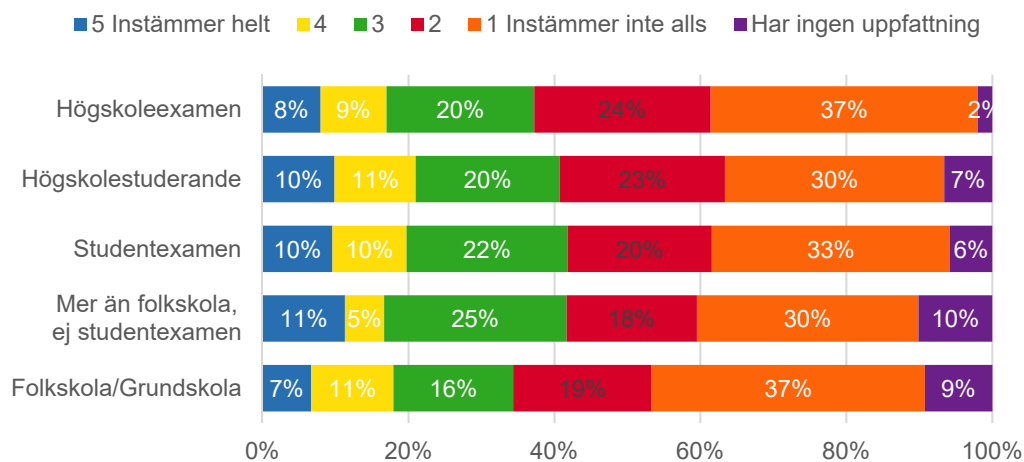


Diagram 10.11 Andel internetanvändare som i olika grad oroar sig för att myndigheter inkräktar på deras personliga integritet på internet fördelat på utbildningsbakgrund 2017.

Kopplat till den personliga integriteten finns också frågan om inställningar för det innehåll som användarna delar på nätets sociala medier. Påståendet de svarande fick ta ställning till lød *Jag vet hur jag ändrar inställningar för vilka som kan ta del av mitt innehåll*. 46 procent av de vuxna internetanvändarna i Sverige instämmer helt och håller i det påståendet, medan 7 procent inte instämmer alls. Kompetensen minskar med stigande ålder.

Källkritik

Bara var tredje vuxen har fått någon form av utbildning eller information om hur de kan göra för att värdera information på internet. Och här finns en kraftig omvänd trend kopplad till ålder: Ju yngre du är, desto större chans att du fått utbildning och information om källkritik. Bland personer i åldern 16–25 är det 75 procent som säger sig ha fått det, i nästa tioårsspann, upp till 35, är det 52 procent. Det är också först bland de som är 36–45 år som skolan inte längre är den viktigaste källan för information om källkritik. Bland de som är 36–75 år är det i stället på arbetsplatsen som källkritiken oftast diskuteras.

Det finns också en koppling till utbildningsnivå. Bland de med grundskola eller folkskola har 10 procent fått information eller utbildning, bland de med högskoleutbildning 41 procent. Och bland de som läser på högskola nu 49 procent.

Litteraturlista

- 1 För ett hållbart digitaliserat Sverige – en digitaliseringsstrategi, Regeringen – <http://www.regeringen.se/informationsmaterial/2017/05/for-ett-hallbart-digitaliserat-sverige---en-digitaliseringsstrategi/>
- 2 Få syn på digitaliseringen på grundskolenivå, Skolverket – https://www.skolverket.se/om-skolverket/publikationer/visa-enskild-publikation?_xurl=http%3A%2F%2Fwww5.skolverket.se%2Fwtpub%2Fws%2Fskolbok%2Fwtpubext%2Ftrycksak%2FRecord%3Fk%3D3783
- 3 Folkbildningens betydelse för samhället 2016, Folkbildningsrådet – <http://www.folkbildningsradet.se//globalassets/rapporter/regeringen/2017/folkbildningens-betydelse-for-samhallet-2016-folkbildningsradets-samlade-bedomning.pdf?epieditmode=true>

Svenskarna och internet 2017 finns i webbversion.
På www.svenskarnaochinternet.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.

Om rapporten

Bakgrund

Materialet i denna rapport baserar sig på IIS undersökning *Svenskarna och internet 2017*. Sedan år 2000 har World Internet Institute samlat in data om hur den svenska befolkningen använder informations- och kommunikationsteknik samt hur detta påverkar enskilda individer, familjer och samhället. Detta har framförallt gjorts genom panelstudien *Svenskarna och internet*, en studie som från början omfattade 2 000 telefonintervjuer och idag över 3 000 intervjuer, baserat på ett slumpvist urval av befolkningen från 11 år och uppåt (2007 och tidigare från 18 år). Sedan år 2010 är Internetstiftelsen i Sverige, IIS huvudman för studien.

Svenskarna och internet är den svenska delen av World Internet Project, ett internationellt forskningsprojekt som följer internets spridning och användning runt om i världen. Antalet deltagande länder ökar för varje år och nu har projektet ett trettiotal medlemsländer. Varje partner i respektive land finansierar sin egen verksamhet i projektet. De nationella urvalen är representativa urval av befolkningen. I frågepaketen är drygt 100 frågor gemensamma för alla länder, de så kallade Common Questions. Dessa är formulerade likadant i varje land för att skapa jämförbara resultat.

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

De som deltagit ett år i undersökningen får följande år ett brev med inbjudan att delta igen, antingen via webbenkät eller genom att bli uppringd.

Nya deltagare i åldern 11-15 år rekryteras genom att deras föräldrar blir uppringda, de kan då välja att svara via webbenkät eller telefonintervju.

I årets undersökning är det 1 827 personer (57 %) som deltagit i undersökningen via webbenkät och 1 357 (43 %) per telefon.

Metod

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

Urval

Första året undersökningen genomfördes, år 2000, drogs ett slumpmässigt urval på Sveriges befolkning från ett nationellt telefonregister. Detta urval kompletteras årligen för det bortfall som uppstår för att urvalet totalt ska uppgå till 3 200 personer. Vanligtvis måste cirka 1 500 nya personer (16+ år) rekryteras till panelen för att kompensera för personer som inte längre vill delta i studien.

Nyrekryteringen av panelen görs genom stratifierade urval styrda av ålder och kön för att säkerställa en jämn representativitet på dessa variabler.

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

Totalurvalet för de vuxna, 16 år och äldre, var 17 387 varav 5 453 hade nåbara telefonnummer (storurval). 2 097 (38%) ville eller kunde inte vara med, 37 personer hade språkproblem och ytterligare 231 var ej kvalificerade. Antalet genomförda vuxen-intervjuer uppgick till 3 088. Det ger en svarprocent på 57 procent beräknat på storurvalet. Nytt för årets undersökning var att brev med information om undersökningen och inbjudan och länk till att besvara undersökningen via webbformulär skickades ut till alla i totalurvalet. Beräknat på totalurvalet blir svarsfrekvensen 18 procent.

I ungdomsintervjuerna, 11-15 år, där föräldrarnas samtycke först måste inhämtas är svarsprocenten något lägre. Storurval 1 813, varav 1 458 (80 %) inte kunde eller ville vara med. Antal genomförda ungdomsintervjuer var 355 och svarsprocenten 20 procent.

| Ålder | Svenskarna och internet 2017 | | Svenska folkets åldersfördelning (SCB 31.12.2016) | |
|---------------|------------------------------|---------------|---|---------------|
| | Antal | Procent | Ålder | Procent |
| 12-15 år | 215 | 6,8% | 12-15 år | 5,1% |
| 16-25 år | 452 | 14,2% | 16-25 år | 14,1% |
| 26-35 år | 356 | 11,2% | 26-35 år | 15,5% |
| 36-45 år | 509 | 16,0% | 36-45 år | 14,9% |
| 46-55 år | 483 | 15,2% | 46-55 år | 15,3% |
| 56-65 år | 452 | 14,2% | 56-65 år | 13,2% |
| 66-75 år | 410 | 12,9% | 66-75 år | 12,7% |
| 76+ år | 307 | 9,6% | 76+ år | 9,1% |
| Totalt | 3 184 | 100,0% | | 100,0% |

Tidsperiod

Med undantag för de allra första åren genomförs undersökningen i början av året. 2017 års undersökning pågick från mars till april.

Vuxenundersökning 2017

Intervjuundersökning av ett urval av befolkningen 16+ år (ingen övre gräns).

Antal intervjuade: 3 088, varav 3 051 var kompletta och 2 969 ingår i denna redovisning.

51 procent av deltagarna är män och 49 procent kvinnor. 67 procent bor i stad och 33 procent på landsbygden.

Till detta kommer svar från tilläggsfrågor i vuxenpanelen till de 500 föräldrar som har barn mellan 2-11 år om barnens användning av mobil och internet, vilket ger underlag för data om 800 2-11 åringar i denna rapport.

Ungdomsundersökning 2017

Intervjuundersökning av ett urval ungdomar mellan 11 och 15 år och deras föräldrar. För att inte ungdomar ska få övervikt jämfört med befolkningen i stort så är det endast 215 av dem som ingår i "Svenskarna och internet 2017".

Antal intervjuade: 355 ungdomar och 355 föräldrar.

Kapitel 9 om barns digitala kompetens baserar sig på deltagare som ingår i sammanställningen *Eleverna och internet*. Där ingår 531 ungdomar som fyller 11-19 år i år (2017). De fördelar sig enligt följande

| Ålder i år (2017) | Antal intervjuade | Andel pojkar | Andel flickor |
|--------------------------|-------------------|--------------|---------------|
| 11-13 år (Mellanstadiet) | 146 | 61% | 39% |
| 14-16 år (Högstadiet) | 208 | 48% | 52% |
| 17-19 år (Gymnasiet) | 177 | 53% | 45% |
| Totalt 11-19 år | 531 | 53% | 46% |

Tabellbilaga

Fullständig tabellbilaga finns att ladda ner i Excel-format från

www.svenskarnaochinternet.se

Svenskarna och internet 2017 finns i webbversion.
På www.svenskarnaochinternet.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.

Svenskarna och internet 2017 är den årliga rapporten från Internetstiftelsen i Sverige, IIS, som kartlägger internetanvändningens utveckling och förändring hos den svenska befolkningen.

Genom undersökningen Svenskarna och internet vill vi på IIS, bidra till att det finns tillgång till tillförlitlig statistik för att förstå hur internets tillväxt påverkar människors beteenden, vanor och behov. Att undersökningen genomförts under så många år ger oss en unik möjlighet att följa den här utvecklingen.

I denna rapport behandlar bland annat

- Allmänt om internetutvecklingen
- Barn och internet
- Internet på arbetet
- Sociala medier och kommunikation
- E-handel och betaltjänster
- Internet och traditionella medier
- Barns digitala kompetens
- Vuxnas digitala kompetens

Svenskarna och internet 2017 finns i webbversion.
På www.svenskarnaochinternet.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.



Internetstiftelsen i Sverige
Box 92073, 120 07 Stockholm
Telefon 08-452 35 00
www.iis.se info@iis.se