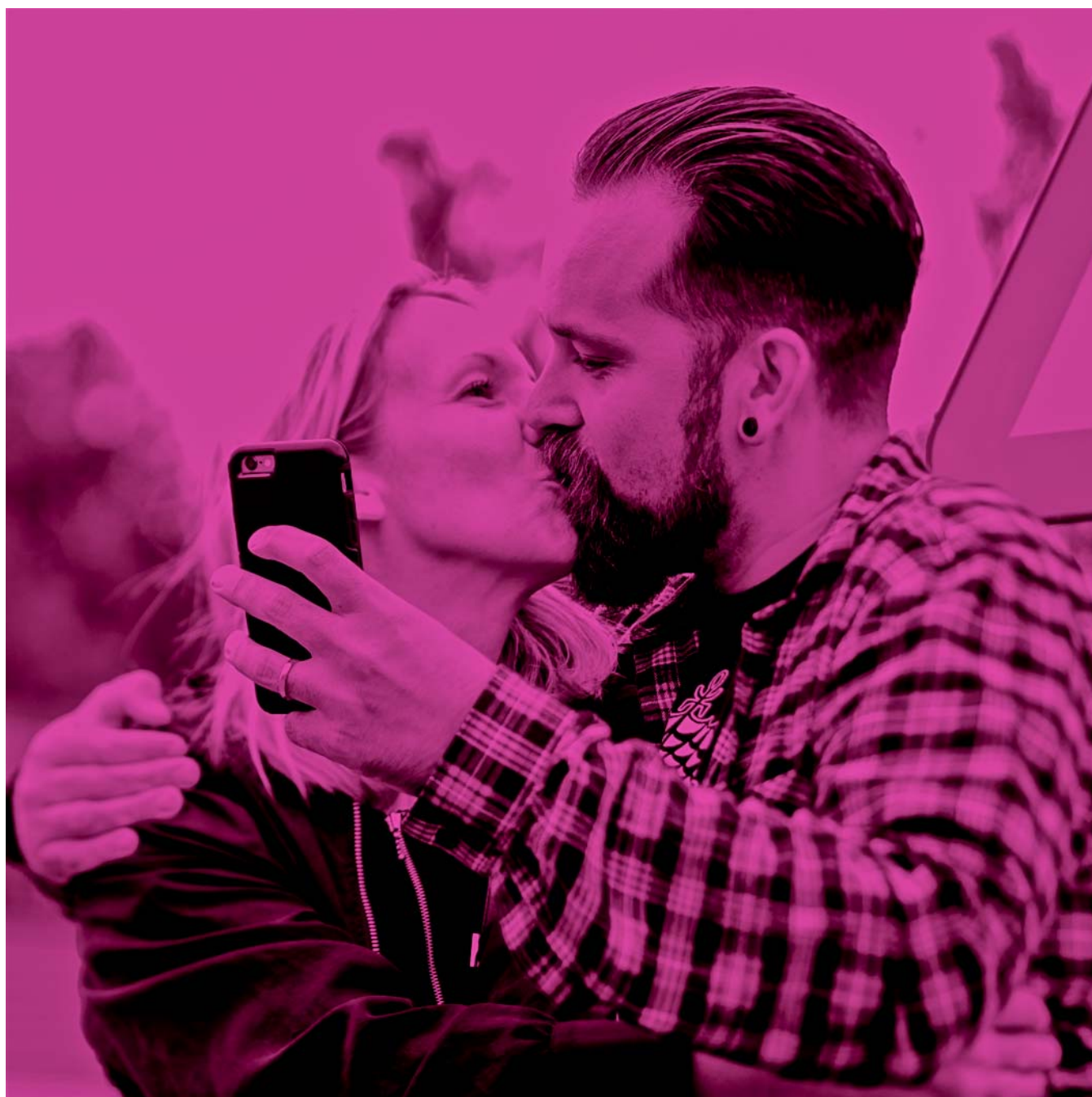


Svenskarna och internet 2016



Undersökning om svenskarnas internetvanor



Version 1.1

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 Olle Findahl

Redaktör: Marianne Ahlgren

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 Internet i mobilen	19
3 Barn och internet.....	27
4 Internet på arbetet.....	37
5 Sociala medier och kommunikation.....	42
6 Dejting på internet	65
7 E-handel, internetbank och betaltjänster.....	68
8 Betala eller inte - streaming och fildelning	77
9 Flickor och pojkar, kvinnor och män.....	83
10 Internet och traditionella medier	91
11 Bra och dåligt med internet.....	103
12 De som står vid sidan av.....	109
Om rapporten	115

Inledning

Sedan år 2000 har vi ställt frågor till svenskarna om deras internetvanor. Då, för 16 år sedan var internet fortfarande relativt nytt och användningen låg på ungefär 50 procent. I dag är internet en stor del av de allra flesta svenskars vardag och har medfört genomgripande förändringar på alla nivåer i samhället. Det kan rentav vara svårt att tänka sig hur vi skötte allting före internet.

Genom undersökningen Svenskarna och internet vill vi på Internetstiftelsen i Sverige, 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.

Även om materialet i rapporten är omfattande bygger det av nödvändighet på ett urval. Vill du fördjupa dig ännu mer vill jag som statistikansvarig och inbiten siffernörd slå ett slag för tabellbilagorna. Där kan du se och sortera frågorna i undersökningen fördelat på ålder, kön och olika tidsintervall. Du hittar tabellbilagorna i Excelformat på www.soi2016.se där även hela den här rapporten finns som webbversion.

Mer utförlig statistik om internetanvändningen i skolan och bland ungdomar i åldern 11 till 19 år finns i den redan publicerade rapporten "Eleverna och internet 2016" som bygger på samma undersökning men med ett utökat urval av ungdomar i tonåren.

Pamela Davidsson

Projektledare Svenskarna och internet 2016

Stockholm i november 2016

Svenskarna och internet 2016 finns i webbversion.

På www.soi2016.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.

Sammanfattning

Internettillgången har de senaste åren legat stabilt strax över 90 procent och 82 procent använder internet dagligen, vilket är en ökning med 2 procentenheter sedan 2015. Det blir allt vanligare att ha både dator, surfplatta och smart mobil. Det finns nu i genomsnitt 2,07 datorer och 1,13 surfplattor per hushåll. 92 procent har en dator, 81 procent en smart mobil och 65 procent en surfplatta. Redan i åttaårsåldern har över hälften (55 %) tillgång till en egen smart mobil.

I genomsnitt använder vi internet 24 timmar i veckan. Drygt 9 av dessa är via mobilen, en ökning med en timme sedan förra året. Personer mellan 16 och 25 år ägnar i genomsnitt nästan 40 timmar i veckan åt internet.

Mer och mer blir mobilt

Svenskarna fortsätter att använda mobilen mer och mer. 78 procent av befolkningen kopplar upp sig via mobilen, 65 procent varje dag.

41 procent av svenskarna har en Iphone mot 37 procent som väljer Android. Bland de upp till 25 år är Iphone i klar majoritet, medan Android är vanligare bland de över 46 år.

Barn och unga storanvändare

Internetanvändandet bland de riktigt små barnen fortsätter att öka. Tre av fyra 2-åringar (72 %) använder internet, vilket är en ökning med fem procentenheter sedan förra året då det var 67 procent. En tredjedel (32 %) av de allra yngsta barnen använder internet varje dag.

Flickor är mer aktiva på sociala nätverk än pojkar. Vid elva års ålder är 56 procent av flickorna dagliga användare jämfört med 42 procent av de jämngamla pojkarna.

Det är också de unga kvinnorna som oftast råkar illa ut på nätet. I åldern 14-16 år har 29 procent av flickorna råkat ut för mobbning jämfört med 16 procent av pojkarna.

Internet på jobbet

90 procent av de som arbetar har tillgång till internet på jobbet. I internets barndom talades det mycket om den revolution det skulle innebära för arbetslivet och att många inte längre skulle ta sig till sina arbetsplatser utan istället arbeta hemifrån. Totalt är det 53 procent, av de som arbetar, som någon gång använder internet för att arbeta hemifrån.

Nästan hälften (45 %) av de som arbetar läser jobb-mejl under semestern.

Facebook ökar, Twitter minskar

Användningen av sociala nätverk fortsätter att öka något, och ligger sedan några år tillbaka stabilt runt 75 procent.

Den dagliga användningen av sociala medier har mer än fördubblats under de senaste sex åren, från 28 procent 2010 till 58 procent i år.

De som använder sociala nätverk gör det lite drygt en timme om dagen eller sju timmar i veckan. Kvinnor ägnar i genomsnitt mer tid än män åt sociala medier, 7,8 timmar per vecka jämfört med männens 6,3 timmar.

Över hälften av internetanvändarna besöker dagligen sociala nätverk i sin mobil.

Facebook är det sociala nätverk som flest använder (71 %) och användningen ökar bland alla åldrar förutom bland 12-15-åringarna. Näst störst är Instagram (44 %). En fjärdedel av internetanvändarna använder Snapchat (25 %), men här är det stora skillnader mellan olika åldersgrupper och det finns knappt några användare alls över 56 år. Det enda sociala nätverk som minskar i användning är Twitter, från 22 procent 2015 till 18 procent i år.

Kärlek på nätet – så vanligt är det

Ju yngre man är desto vanligare är det att ha använt någon form av nätdejting. Bland 16-25-åringarna har två av tio (18 %) gjort det, medan en av tio (10 %) mellan 26-45 år nätdejtat. Det är överlag fler män än kvinnor som nätdejtat.

Av de som använt dejtingtjänster har fyra av tio (42 %) inte träffat någon, medan ungefär lika många (39 %) träffat någon utan resultat. Var femte nätdejtare har haft lyckat resultat: 16 procent startade en relation och 3 procent blev sambo eller gifte sig.

Fler använder banken i mobilen och säljer saker på nätet

Nio av tio (90 %) internetanvändare har någon gång e-handlat, särskilt i yngre åldrar där nästan alla gör det regelbundet.

Fler och fler, nu mer än hälften (55 %), säljer även saker på nätet.

Fyra av fem (79 %) med smart mobil använder mobilt bankID och två tredjedelar (66 %) swishar.

Streaming av film ökar kraftigt, men Youtube är störst

Streaming av film har ökat kraftigt från 28 till 38 procent, medan motsvarande tjänster för musik ligger kvar på samma nivå som förra året (44 %).

Youtube är den populäraste sajten i alla åldrar. 100 procent av 11-19-åringarna kollar på Youtubefilm, 80 procent av internetanvändarna över 76 år använder Youtube någon gång.

Trots att streamingtjänsterna ökar ligger fildelningen kvar på samma nivå, runt 20 procent, de senaste åren. Fildelarna är också den grupp som i högst utsträckning betalar för streamingtjänsterna. 60 procent av fildelarna betalar för streamingtjänster, jämfört med 39 procent av de som inte fildelar.

Skillnad mellan kvinnor och män

Kvinnor och män använder internet lika ofta men män lägger betydligt mer av internettiden i hemmet, 15,5 timmar per vecka, jämfört med kvinnornas 12,1 timmar. När det gäller smarta mobiler är det tvärt om kvinnorna som lägger mer tid, 9,6 timmar per vecka jämfört med männens 8,5 timmar.

Kvinnor är genomgående mer aktiva på sociala nätverk än män. De postar, delar och skickar vidare mer frekvent. De är också mer intresserade av hälsa och medicinska frågor på internet.

Män är mer aktiva på diskussionsforum och ser mer film än kvinnor. De besöker också oftare dejtingsajter och spelar om pengar.

Skillnaden mellan kvinnor och män vad gäller upplevd kunnighet består och gäller i huvudsak att fler män än kvinnor bedömer sig själva som mycket kunniga.

Internet viktigast som informationskälla

För de unga har internet varit den viktigaste informationskällan under flera år, men nu ser vi för första gången att detta gäller i genomsnitt av alla användare. När svenskarna rankar informationskällorna på en femgradig skala får internet för första gången högst medelvärde - 3,7, att jämföra med 3,5 för tv, 3,2 för dagstidningar och 3,1 för radio.

Facebook blir en allt viktigare nyhetskälla och för de unga mellan 16-25 år är Facebook en viktigare nyhetskälla än tv, radio och dagstidningar.

Många fortfarande vid sidan av, men det blir färre

630 000 människor står vid sidan av internet i Sverige. Det motsvarar 7 procent av befolkningen.

Hälften av de äldsta (över 75 år) är icke-användare. Men det sker stora förändringar. För bara några år sedan var en tredjedel mellan 66-75 år icke-användare mot bara 14 procent i dag. Ointresse är främsta orsaken till att inte använda internet och krånglig teknik en annan.

Svenskarna och internet 2016 finns i webbversion.

På www.soi2016.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.



1 Allmänt om internetutvecklingen

I dag använder nästan alla svenskar internet. Andelen hushåll med dator har mer än tredubblats på 20 år och ligger sedan en tid tillbaka stabilt över 90 procent. Tiden som ägnas åt internet ökar för varje år. 2016 lägger vi lite drygt en femtedel av vår vakna tid på nätet. Även den dagliga användningen i hemmet ökar, framförallt i gruppen 66-75 år. Det blir allt vanligare att ha både dator, surfplatta och smart mobil. Det finns nu i genomsnitt 2,07 datorer och 1,13 surfplattor per hushåll. Åtta av tio har en smart mobil och nästan alla (98 %) har mobil.

Tillgång till internet

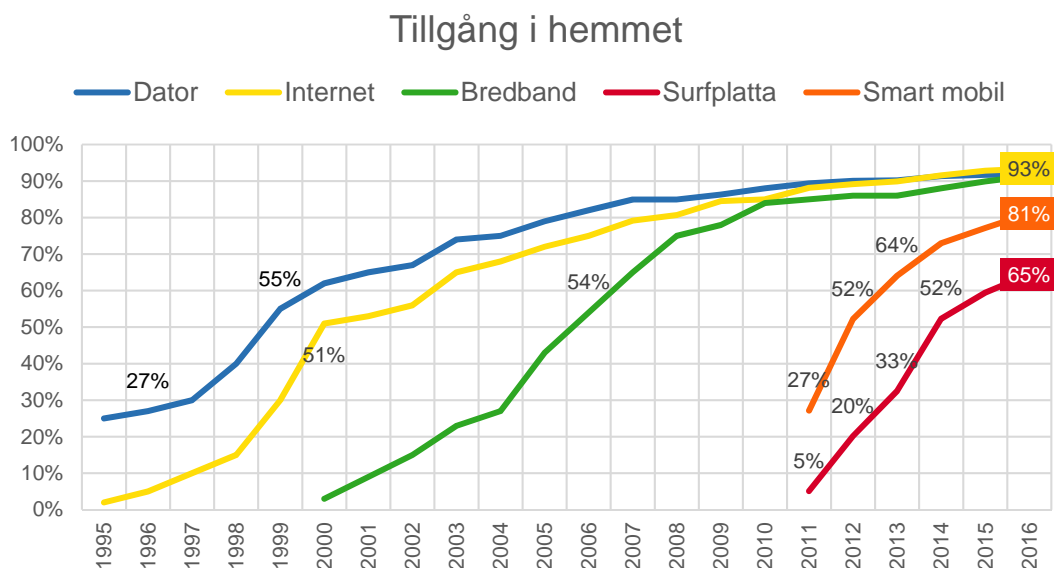


Diagram 1.1 Andel av befolkningen (12+ år) som har tillgång till internet, bredband, dator respektive surfplatta i hemmet.

Allt sedan vi inledde våra mätningar 1995 har tillgången till internet, bredband, datorer, smarta mobiler och surfplattor i hemmet fortsatt att öka, men takten har nu mattats av.

93 procent har idag tillgång till internet i hemmet. När undersökningarna om svenskarna och internet påbörjades 2000 hade drygt hälften (51 %) av alla hushåll internet hemma.

91 procent har tillgång till bredband hemma, vilket är en ökning med lite drygt 1 procentenhet på ett år, men mer än en fördubbling sedan 2005 då det var 43 procent som hade bredband hemma.

92 procent av svenskarna har en dator i hemmet, vilket är lika stor andel som förra året. För tjugo år sedan, 1996, fanns det datorer i 27 procent av alla hem. Andelen hushåll med dator har mer än tredubblats på 20 år.

I dag är det 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.

Nästan två tredjedelar (65 %) 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 raketartad och 2014 fanns det surfplattor i mer än hälften av alla hushåll.

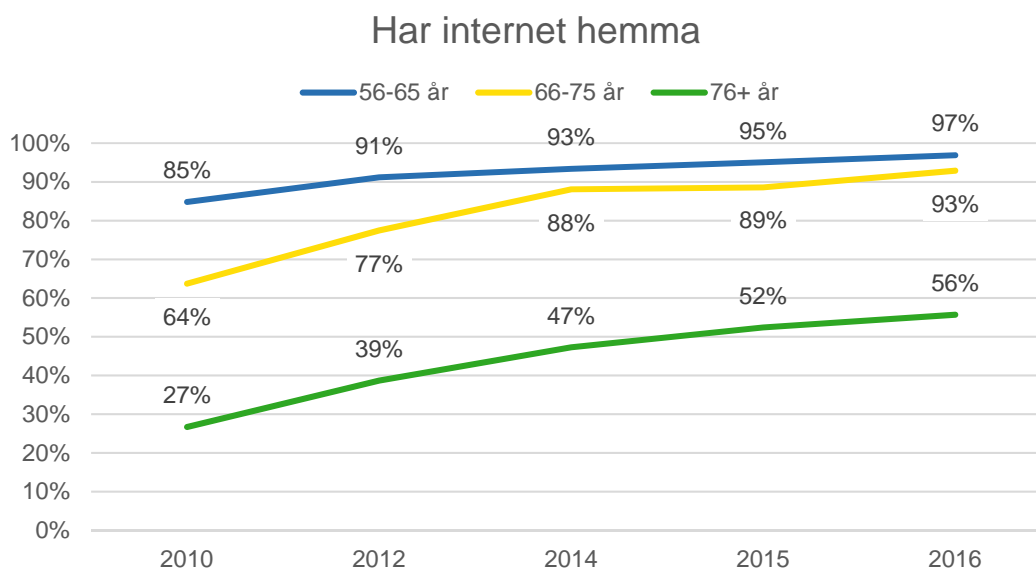


Diagram 1.2 Andel av befolkningen (56+ år) som har tillgång till internet hemma.

Redan 2010 hade mer än 94 procent i alla åldrar upp till 55 år tillgång till internet hemma. För de över 55 år har tillgången till internet hemma ökat stadigt med några procentenheter varje år. Bland de som är 66-75 år var det nästan två tredjedelar (64 %) som hade internet i hemmet 2010. Sex år senare, 2016, är det 93 procent i denna åldersgrupp som har tillgång till internet i hemmet. Bland dem som är 76 år eller äldre, är det nu mer än hälften (56 %) som säger att de har tillgång till internet i hemmet. För sex år sedan var det bara drygt var fjärde (27%) i åldersgruppen som hade tillgång till internet i hemmet.

Har internet hemma respektive använder internet

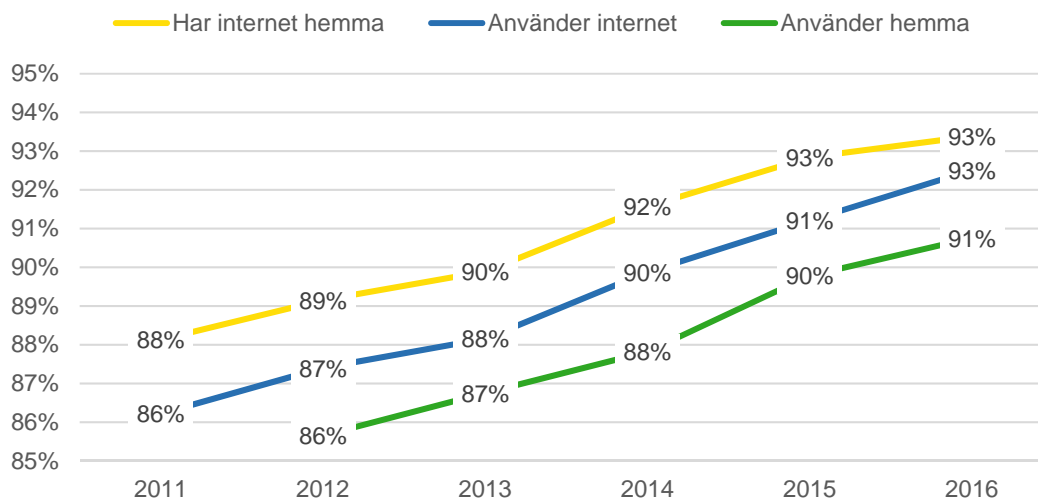


Diagram 1.3 Andel av befolkningen (12+ år) som har tillgång till internet hemma, använder internet och som använder internet hemma 2011-2016.

Men att ha tillgång till internet hemma betyder inte att man använder det. 93 procent av befolkningen använder internet och 91 procent gör det hemma. Det finns alltså en liten del som använder internet, men som inte gör det hemma. 2007 var skillnaden större, då var det 76 procent som använde internet och 71 procent som gjorde det hemma.

Använder internet

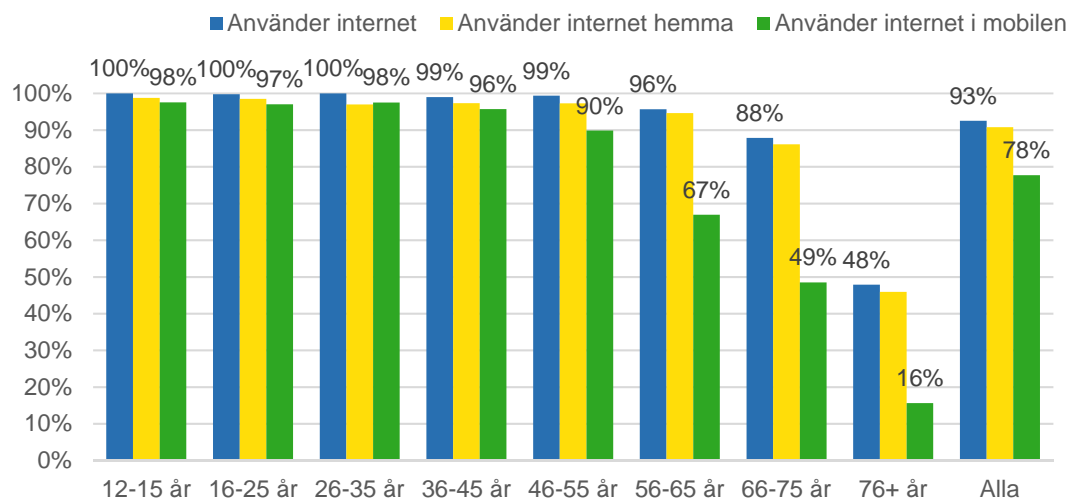


Diagram 1.4 Andel av befolkningen (12+ år) som använder internet, över huvud taget, hemma respektive i mobilen 2016.

I åldrarna upp till 55 år använder så gott som alla (mer än 99 %) internet och de flesta gör det hemma (mer än 97 %). Sen sjunker andelen internetanvändare med stigande ålder. 88 procent av de mellan 66-75 år använder internet och 86 procent gör det hemma. Men som tidigare nämnts är det 93 procent som har tillgång till internet hemma, vilket alltså innebär att 7 procent av dem inte använder internet hemma trots att de har tillgång till det.

Bland de över 76 år är det nästan hälften, 48 procent, som använder internet och 46 procent som gör det hemma. I denna åldersgrupp är det 10 procent som inte använder internet trots att de har tillgång till det hemma.

Nästan 8 av 10 (78 %) i befolkningen använder internet i mobilen. I åldrarna upp till 45 år är det mer än 95 procent som använder internet i mobilen, men sedan sjunker användningen kraftigt med stigande ålder. Två av tre (67 %) i åldern 56-65 år använder internet i mobilen, knappt hälften (49 %) av 65-76 åringarna och endast var sjätte (16 %) av de över 76 år använder internet i mobilen. Mer om användning i mobilen i kapitel 2.

Använder internet någon gång och dagligen hemma

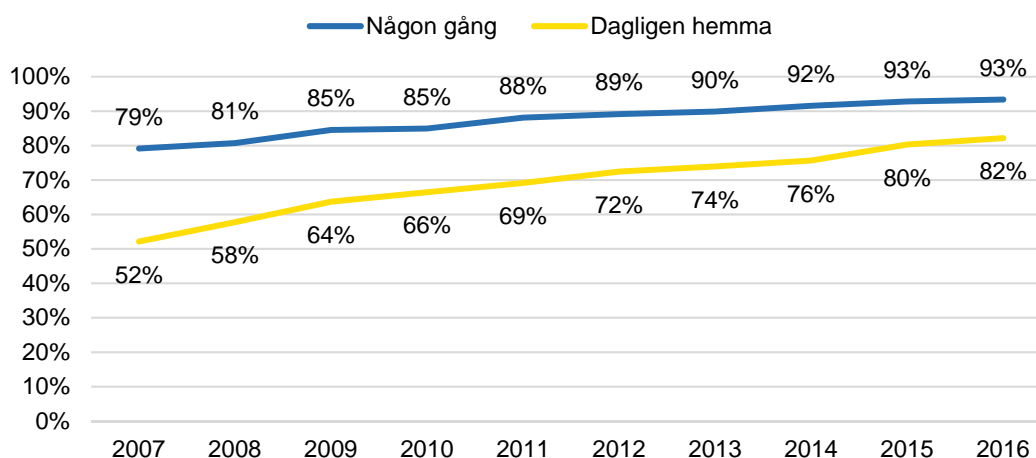


Diagram 1.5 Andel av befolkningen (12+ år) som använder internet över huvud taget respektive som dagligen använder internet hemma.

Den dagliga användningen av internet hemma ökar i alla åldrar. 2007 använde halva befolkningen (52 %) internet hemma dagligen. I dag är motsvarande siffra 82 procent.

Använder internet dagligen hemma

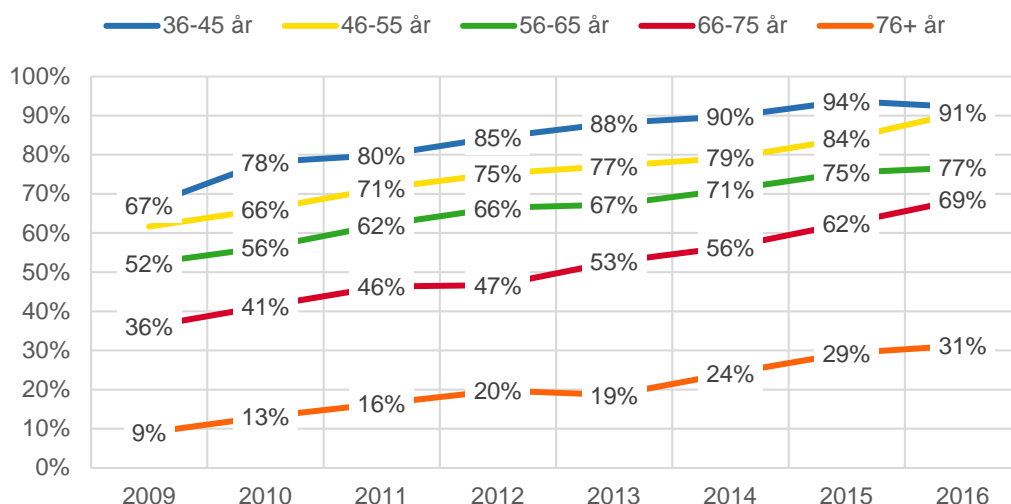


Diagram 1.6 Andel av befolkningen i olika åldrar som dagligen använder internet hemma

Det är framförallt i åldersgruppen 66-75 år som den dagliga användningen i hemmet ökar mycket, med ungefär 7 procentenheter, från 62 – 69 procent sedan förra året, medan ökningen bland de över 76 år inte är lika stor, från 29 – 31 procent. Detta avspeglar sig även i den tid som läggs på internet i hemmen varje vecka.

Tiden vi ägnar åt internet

Det är svårt att mäta tid i den här typen av undersökningar. Det blir en uppskattning som den som svarat gör. I Svenskarna och internet har vi alla år ställt samma fråga till internetanvändarna över 16 år: "Hur många timmar och minuter i veckan använder du internet?". Eftersom frågan varit densamma antar vi att eventuella fel har varit ungefär de samma genom årens lopp.

Tiden som ägnas åt internet ökar för varje år. 2016 ägnar svenska internetanvändare i genomsnitt 24 timmar i veckan åt internet, lite drygt en femtedel av den vakna tiden.

Tiden för internet i hemmet är 13,8 timmar per vecka vilket blir i genomsnitt nästan 2 timmar om dagen.

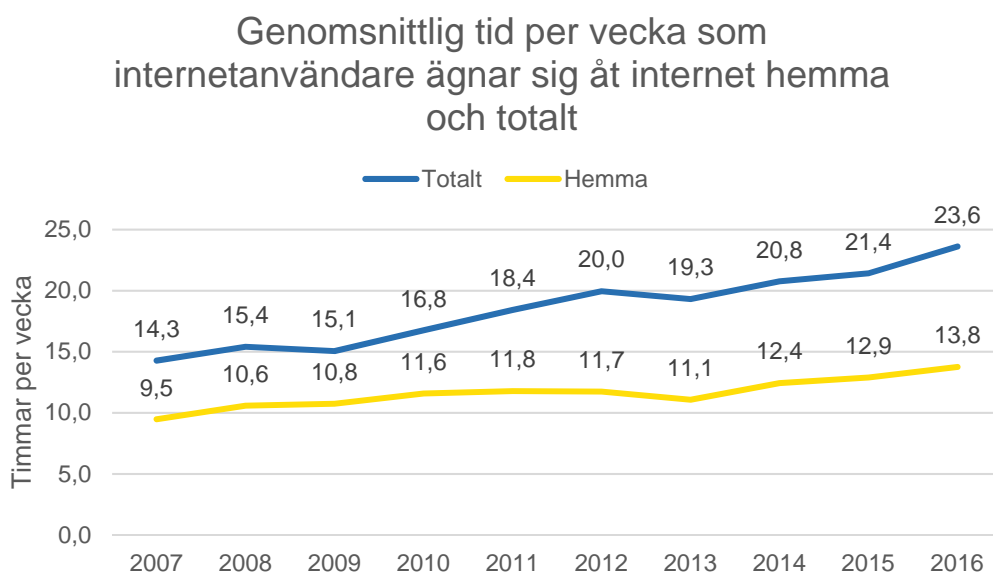


Diagram 1.7 Genomsnittlig tid (timmar per vecka) som internetanvändarna (16+ år) använder internet per vecka totalt och hemma.

Tiden vi ägnar åt internet sjunker med stigande ålder. Personer mellan 16-25 år ägnar i genomsnitt nästan 40 timmar i veckan åt internet. Det kan låta mycket, men många av dessa är studenter som dels spenderar mycket tid hemma och dels använder internet i sina studier. Studietiden räknas också med i totaltiden.

Internet totalt (timmar per vecka)

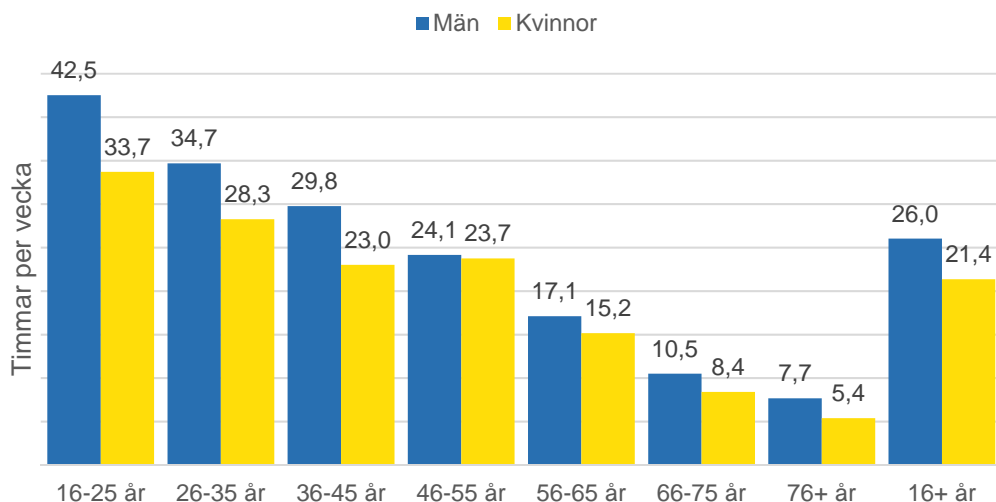


Diagram 1.8 Genomsnittlig tid (timmar per vecka) som kvinnor respektive män ägnar åt internet 2016.

Tiden som användarna ägnar åt internet har ökat i de flesta åldrar från 2015 till 2016, men inte i den äldsta åldersgruppen (76+). Där är tiden som ägnas åt internet i princip oförändrad kring 7 timmar per vecka och har legat på den nivån i flera år.

Genomsnittlig internettid bland användarna på olika platser

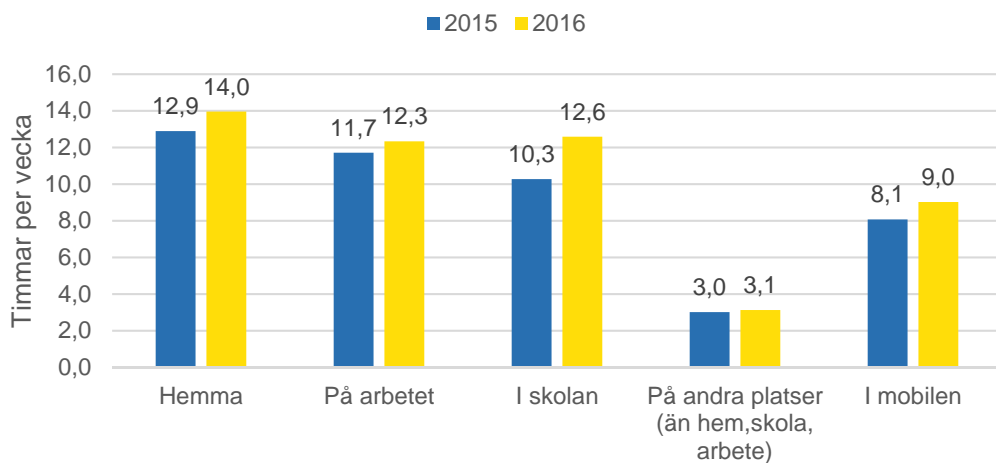


Diagram 1.9 Genomsnittlig tid (timmar per vecka) som användare ägnar åt internet hemma, på arbetet, i skolan eller på andra platser (än hemma och skola eller arbete) samt den tid som ägnas åt internet i mobilen 2015 och 2016.

Tiden vi använder till internet har ökat på alla platser det senaste året.

Utrustning i hemmet

Andelen hushåll som har en dator har stagnerat strax över 90 procent. I år, 2016, är det 92 procent av alla hushåll i Sverige som har minst en dator. Det finns datorer i minst 95 procent av alla hushåll med personer under 65 år. Det är först i åldern över 76 år som andelen hushåll med dator sjunker rejält, till 56 procent.

Till år 2012 ökade antalet datorer i de hem som redan hade dator. Sedan vände det och nu finns det i genomsnitt 2,07 datorer i varje hushåll. 77 procent av svenskarna har en dator som de kan använda som sin egen. 81 procent har en smart mobil vilket innebär att det är fler som har en egen smart mobil än som har en egen dator.

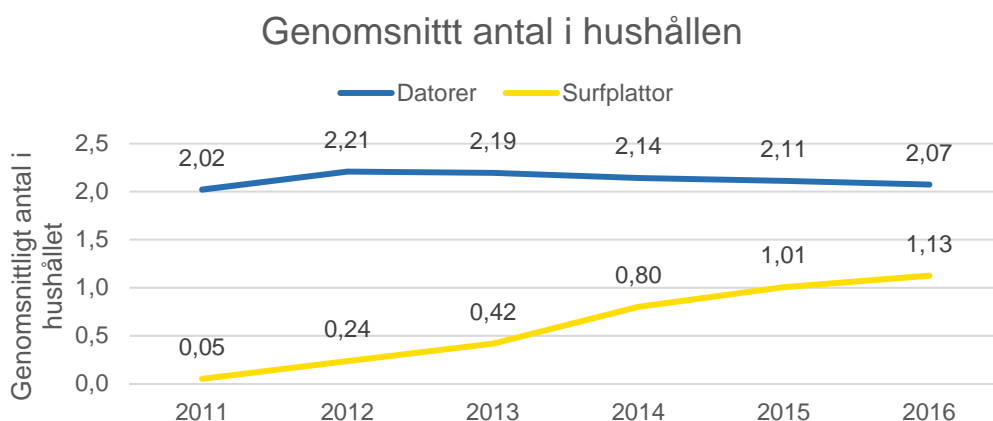


Diagram 1.10 Genomsnittligt antal datorer och surfplattor i hushållen

Antalet datorer i hemmen minskar något medan antalet surfplattor ökar. Det finns nu i genomsnitt 2,07 datorer och 1,13 surfplattor i hemmen, det vill säga inte riktigt dubbelt så många datorer som plattor.

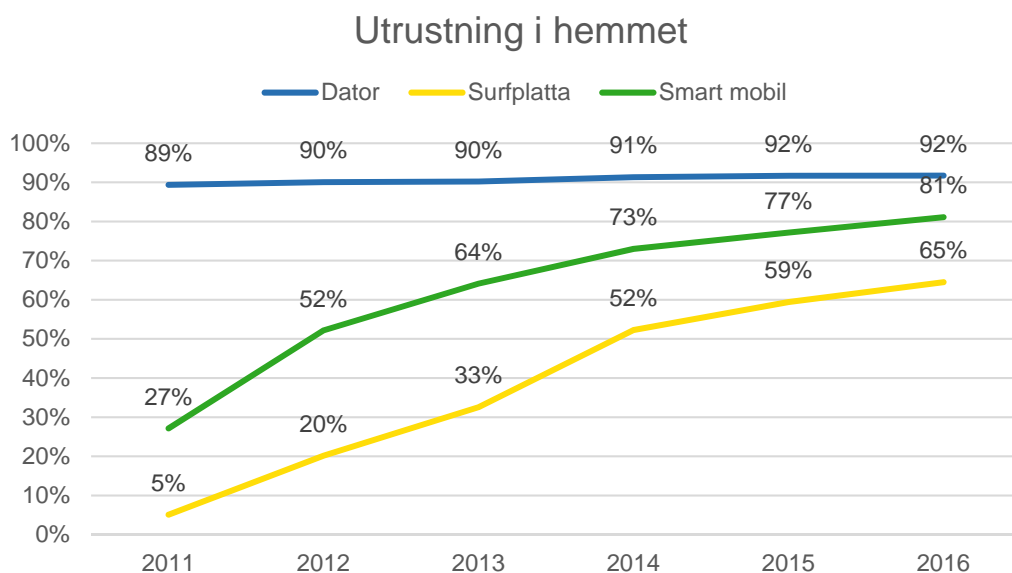


Diagram 1.11 Utveckling av andel av befolkningen som har tillgång till dator respektive surfplatta i hushållen respektive att de har smart mobiltelefon.

De flesta svenskar har tillgång till en kombination av flera olika typer av utrustning i hemmet. Det har blivit allt vanligare att ha tillgång till både dator,

smart mobil och surfplatta. 58 procent av befolkningen har i dag tillgång till alla tre jämfört med 53 procent 2015. Det näst vanligaste är att ha tillgång till en dator och en smart mobil, vilket 21 procent av befolkningen har. Samtidigt blir det mindre vanligt att inte ha tillgång till något alls. Bara 6 procent har varken dator, smart mobil eller dator i hemmet.

Kombinationer av utrustning i hemmen

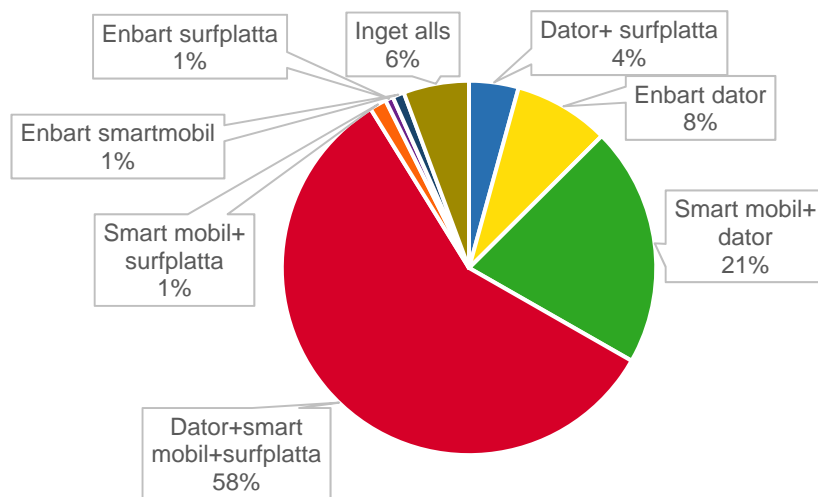


Diagram 1.12 Andel av befolkningen som har tillgång till olika kombinationer av utrustning i hemmet 2016.

Egen utrustning

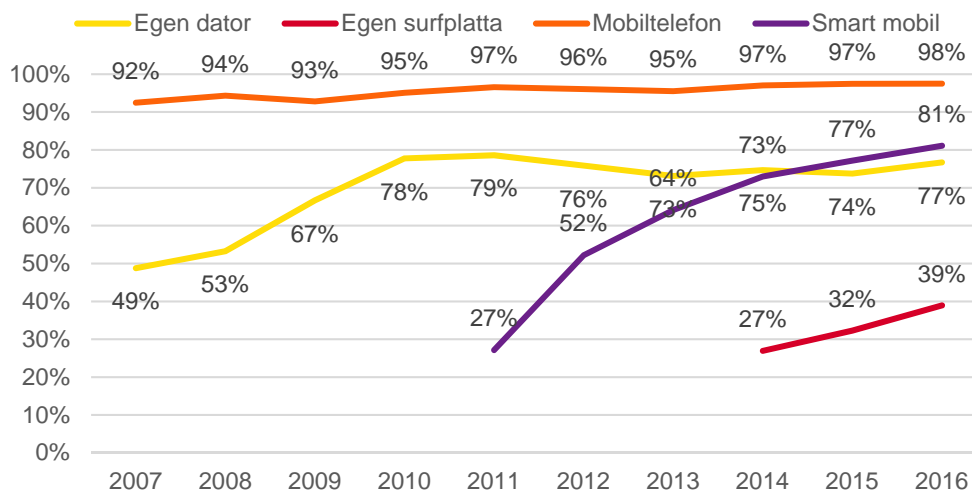


Diagram 1.13 Utveckling av andel av befolkningen (12+ år) som har egen dator, surfplatta, mobiltelefon och smart mobiltelefon.

Utrustningen vi använder internet i blir allt oftare vår egen. Nästan 98 procent av befolkningen har en egen mobiltelefon och 81 procent av befolkningen har en smart mobil. 77 procent av befolkningen har en dator och 39 procent har en surfplatta som de kan använda som sin egen.

Egen utrustning

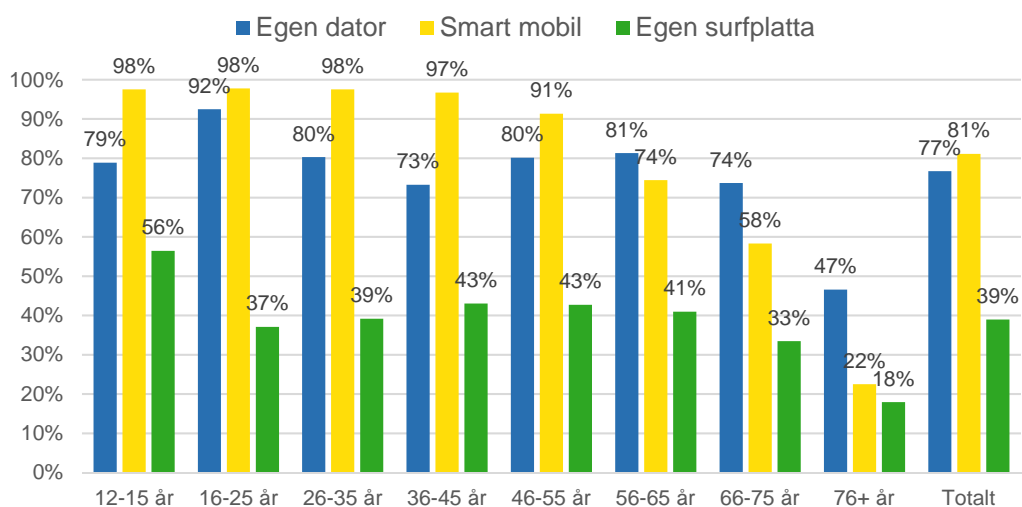


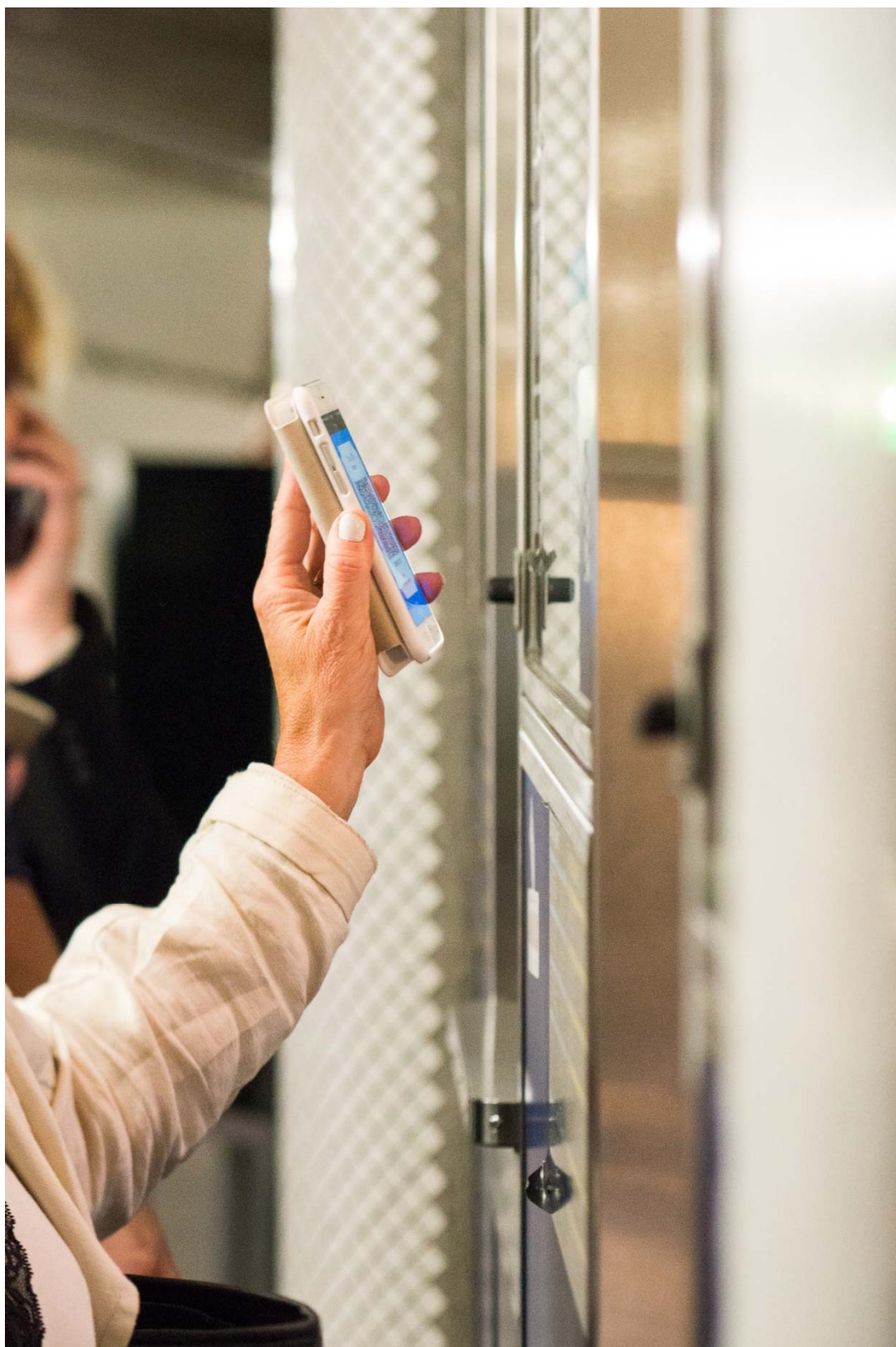
Diagram 1.14 Andel av befolkningen i olika ålder som har tillgång till smart mobil, egen dator respektive egen surfplatta.

I åldrarna upp till 75 år är det över 75 procent som har en dator som de kan använda som sin egen. Vanligast är det i åldern 16-25 år där 92 procent har en egen dator.

Upp till 45 års ålder har nästan alla (97 procent eller fler) en smart mobil och upp till 55 år är det fler som har en egen smart mobil än som har en egen dator eller surfplatta. Men över 55 års ålder är det datorn som flest har som sin egen. Även bland befolkningen över 76 år är det nästan hälften som har en dator som de kan använda som sin egen.

Svenskarna och internet 2016 finns i webbversion.

På www.soi2016.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.



2 Internet i mobilen

De senaste sex åren har användandet av internet i mobilen tagit fart ordentligt och i dag är det 78 procent av befolkningen som kopplar upp sig via mobilen, 65 procent varje dag. De som har smarta mobiler lägger också mer tid på dem för varje år. I år spenderar de i genomsnitt 9,2 timmar per vecka vilket är en ökning med en hel timme sedan förra året. Yngre använder mobilen mer än äldre och kvinnor mer än män. Några av de aktiviteter vi föredrar att göra i mobilen är att söka information om tidtabeller, ta del av nyheter och lyssna på musik, medan datorn används mer för e-post, faktasökning och internetbanken.

Använder internet i mobilen

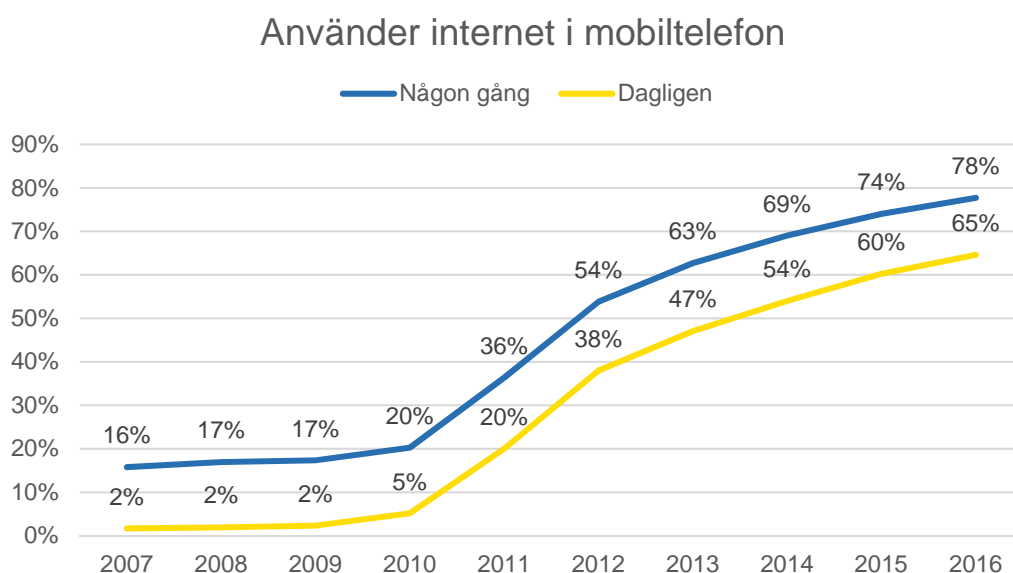


Diagram 2.1: Andel av befolkningen 12+ år som använder internet i sin mobiltelefon.

Tredje generationens mobiltelefoni (3G) lanserades i Sverige 2003 och 2006 kom Turbo-3G vilket öppnade för internet i mobilen för de flesta. Under de första åren var överföringskapaciteten låg och användningsområdena därför begränsade. Det gick att läsa e-post och att skicka ett och annat mms. I och med lanseringen av Turbo-3G och de smarta mobilerna tog användningen av internet i mobilen fart. I dag använder 78 procent av befolkningen internet i mobilen och 65 procent gör det varje dag.

Använder dagligen internet i mobilen 2016

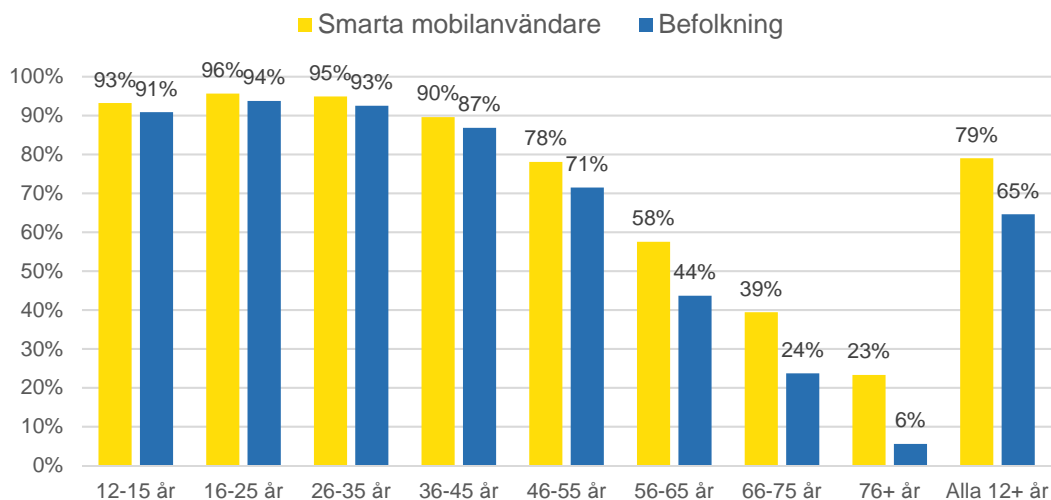


Diagram 2.2: Andel med smarta mobiler respektive av befolkningen som använder internet i mobilen dagligen 2016.

79 procent av de som har smarta mobiler använder internet i mobilen varje dag. I åldrarna upp till 45 år är det mer än 90 procent av de som använder smarta mobiler som kopplar upp sig dagligen. Men från 55 år och uppåt har den dagliga användningen inte slagit igenom. Bland personer över 65 år är det inte ens hälften av de som har en smart mobil som använder den dagligen för att koppla upp sig till internet. I gruppen över 75 år är det en fjärdedel av de med smarta mobiler, vilket motsvarar 6 procent av befolkningen i den åldern, som dagligen använder internet i mobilen.

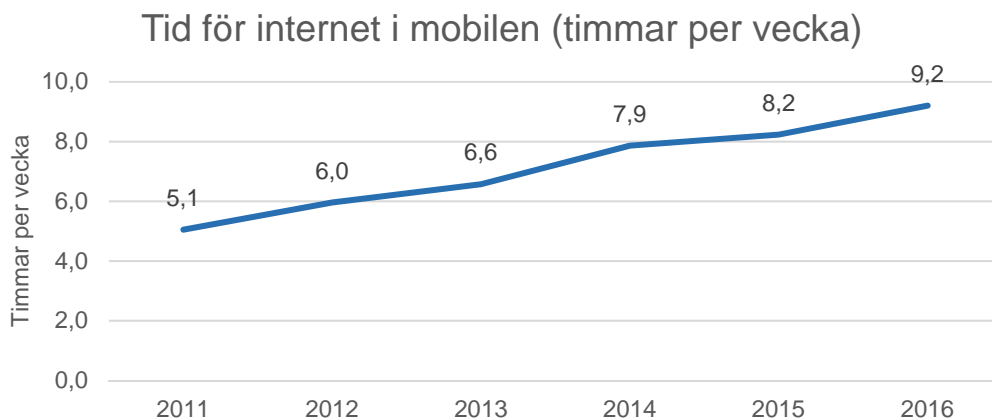


Diagram: 2.3 Genomsnittligt antal timmar i veckan som användare av smarta mobiler (16+ år) använder internet i mobilen.

De som har smarta mobiler lägger mer tid på dem för varje år. Jämfört med förra året spenderar de 2016 en hel timme mer per vecka på internet via sin smarta mobil.

Tid internet i mobilen (timmar per vecka)

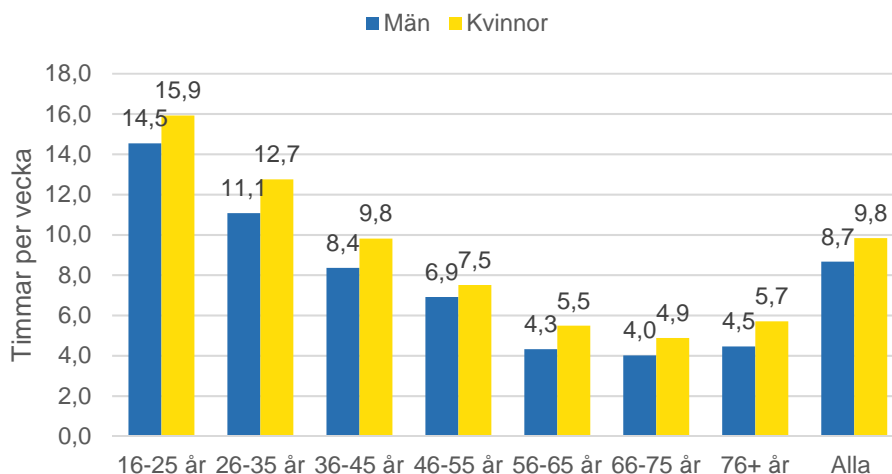


Diagram: 2.4 Genomsnittligt antal timmar som de med smarta mobiler använder internet i mobilen 2016.

Det är stor skillnad mellan hur mycket tid olika grupper använder till internet i mobilen. Yngre använder mobilen mer än äldre och kvinnor mer än män. De flitigaste användarna är kvinnor i åldern 16-25 år, som använder internet i mobilen nästan 16 timmar per vecka. Därefter kommer männen i samma ålder som använder internet i mobilen 14,5 timmar i veckan. Kvinnor som är 26-35 år använder internet i mobilen 12,7 timmar i veckan. Kvinnor använder i genomsnitt internet i mobilen 70 minuter mer i veckan, dvs i genomsnitt 10 minuter mer per dag, än män.

Skillnader mellan Iphone- och Androidanvändare

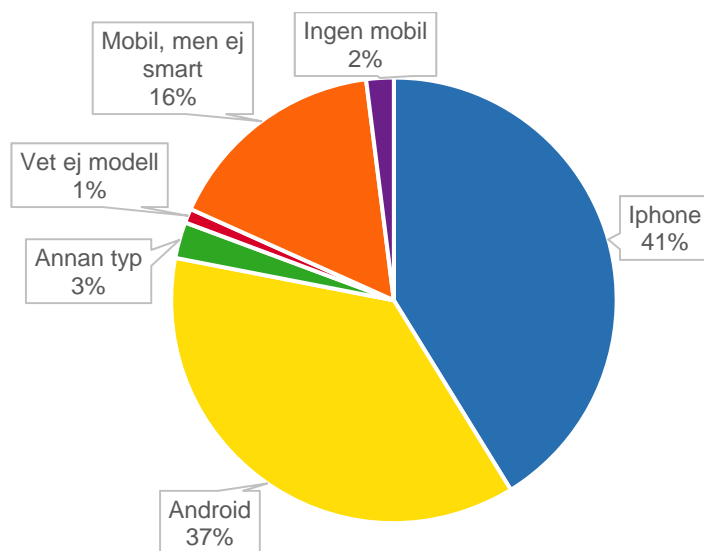


Diagram 2.5 Andel av befolkningen (12+ år) som har olika modell av smart mobiltelefon, ingen smart mobil respektive ingen mobiltelefon 2016.

Iphone är den vanligaste mobilmodellen bland svenskarna. 41 procent har en Iphone, medan 37 procent har en Androidtelefon. 3 procent har en annan modell.

Ett fåtal som har smart mobil, vet inte vilken modell de har. Utöver det är 18 procent av svenskarna utan en smart mobil.

Bland Androidanvändarna är majoriteten (60 %) män medan det är en liten majoritet (53 %) kvinnor bland Iphoneanvändarna.

Utbildningsnivån är något högre bland Iphoneanvändarna, 27 procent har högskoleexamen, mot 24 procent av Androidanvändarna.

Lika stor andel (92 %) är födda inom Sverige i båda grupperna. Bland Iphoneanvändarna finns något fler stadsbor (68 %) än bland Androidanvändarna (65 %).

Iphoneanvändare är över lag yngre än Androidanvändare. Medelåldern för Iphoneanvändarna är 39,8 år mot Androidanvändarnas 42,5 år.

Typ av smart mobil (andel av befolkningen)

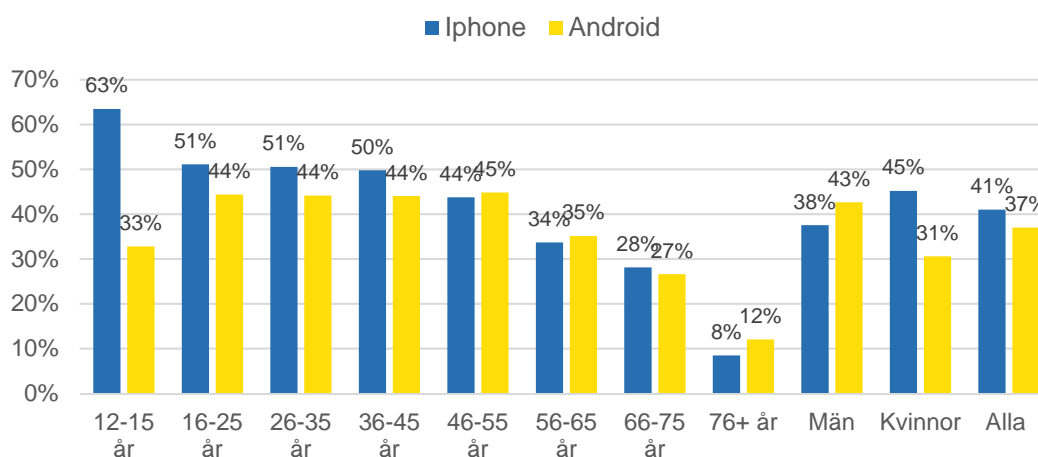


Diagram 2.6 Andel av befolkningen i olika åldrar som har Iphone respektive Android.

Bland 12-15-åringarna är det nästan dubbelt så vanligt att ha en Iphone (63 %) som en Android (33 %). Iphone är i klar majoritet bland de upp till 45 år, medan Android är vanligare bland de över 46 år. Över hälften av befolkningen 16-45 år har en Iphone, jämfört med 44 procent som har en Android.

Skillnad i användning mellan Iphone och Androidanvändare

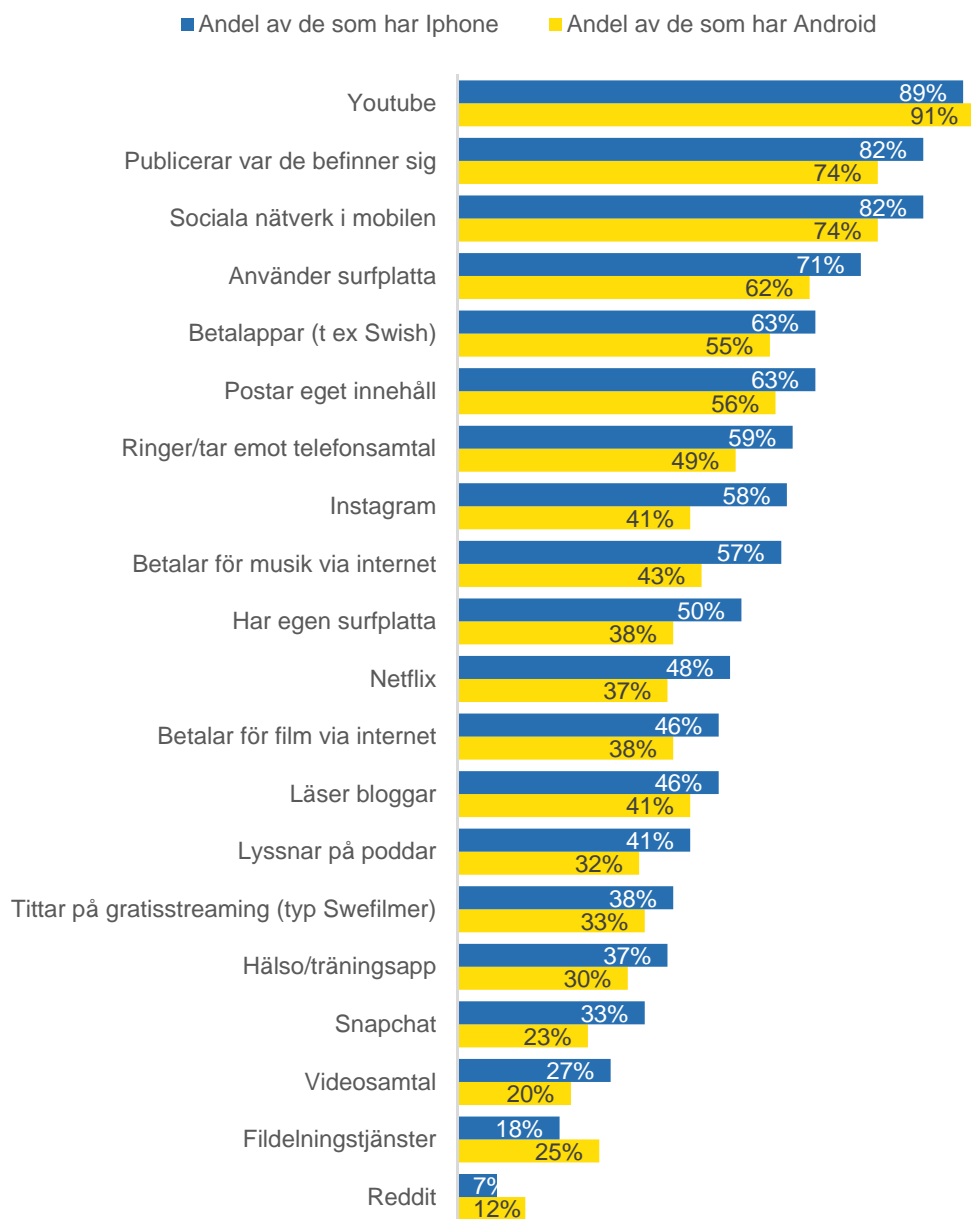


Diagram 2.7 Andel Iphone respektive Androidanvändare som ägnar sig åt olika aktiviteter på internet 2016.

Det finns några fler generella saker som skiljer mellan Iphone- och Androidanvändare.

Större andel Androidanvändare (56 % jämfört med 46 %) är oroliga för att stora företag (som Google och Facebook) inkräktar på deras personliga integritet på internet.

Det är lika stor andel som använder internet hemma (98 %), men fler Iphoneanvändare använder internet på andra platser (63 % jämfört med 56 %) eller när de är på väg någonstans (82 % jämfört med 76 %).

Betydligt fler Iphoneanvändare (41 % jämfört med 31 %) har flera surfplattor. Det är dock lika många som har exakt en surfplatta i hushållet (38 %).

När det gäller att utföra aktiviteter via dator, mobil och surfplatta så är det genomgående en högre andel bland Iphoneanvändare som utför aktiviteterna via mobil och surfplatta, medan Androidanvändarna i högre utsträckning gör det via dator. Oavsett om man har Iphone eller Android, är det dock fler som utför aktiviteterna via dator än via mobil eller surfplatta.

Vad vi gör på dator, mobil och surfplatta

I årets undersökning har vi även frågat hur ofta man använder dator, mobil och surfplatta för ett antal olika aktiviteter.

Resultaten anges som andel av de som har dator hemma, de som har smart mobil och de som i en tidigare fråga sagt att de använder surfplatta ibland.

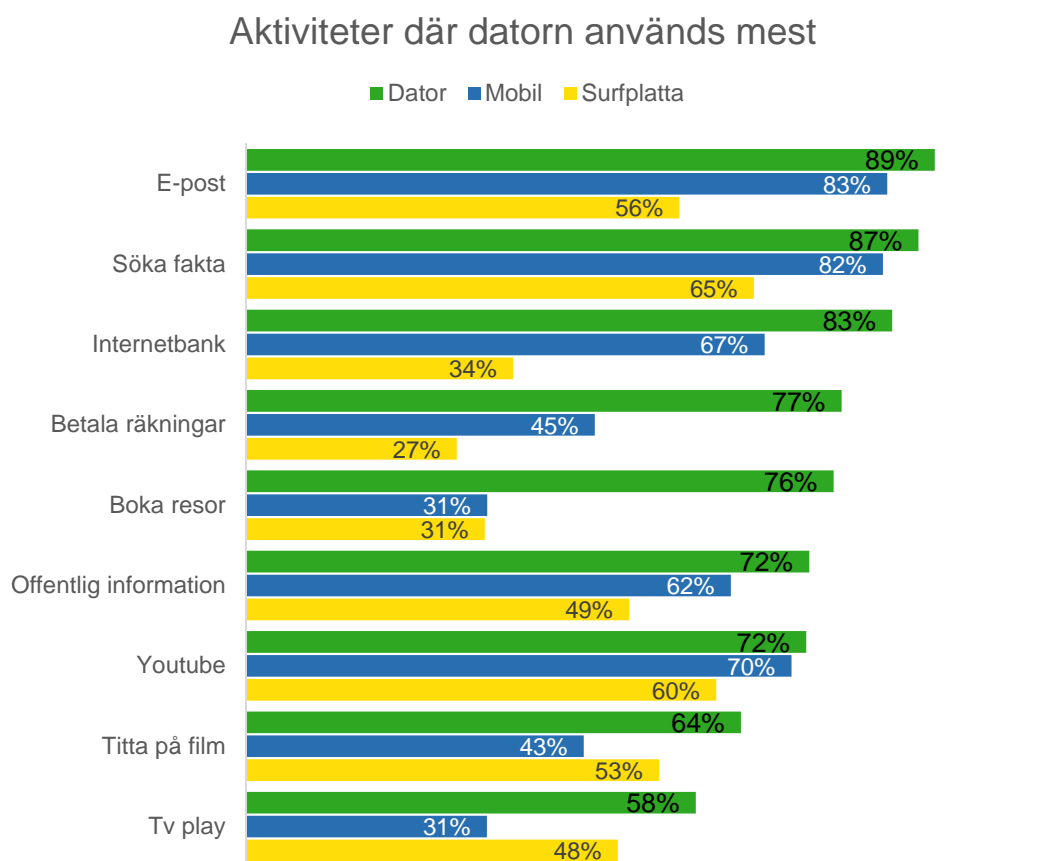


Diagram 2.8 Andel internetanvändare som utför aktiviteter på dator, andel ägare av smarta mobiler som utför aktiviteter på mobilen samt andel användare av surfplattor som utför aktiviteter på surfplatta 2016.

Aktiviteter som svenskarna tycks föredra att göra med dator är att använda e-post (89 %), söka fakta (87 %), besöka internetbanken (83 %), betala räkningar (77 %), boka resor (76 %), söka efter offentlig information (72 %), titta på Youtube (72 %), se på film (64 %) och se på tv playtjänster (58 %).

De aktiviteter där vi tycks föredra mobilen är att söka information om tidtabeller et cetera (85 %), ta del av nyheter (82 %), lyssna på musik (73 %), Facebook (68 %), läsa tidning (66 %), chatta (61 %), videosamtal (34 %), Twitter (17 %) och läsa/lyssna på e-böcker (15 %).

Aktiviteter där mobilen används mest

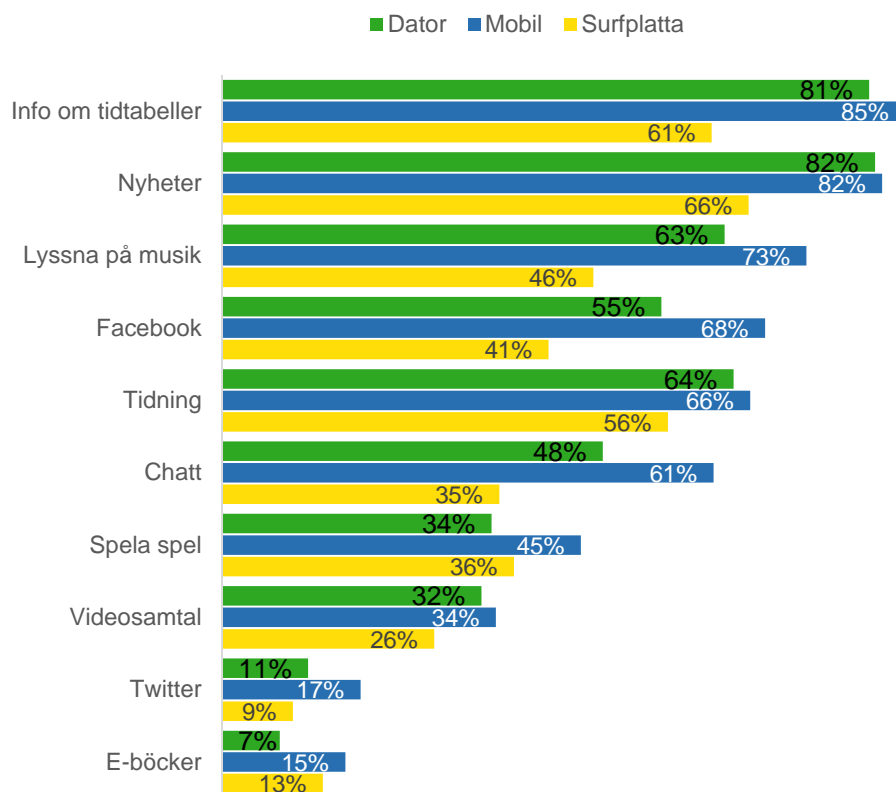


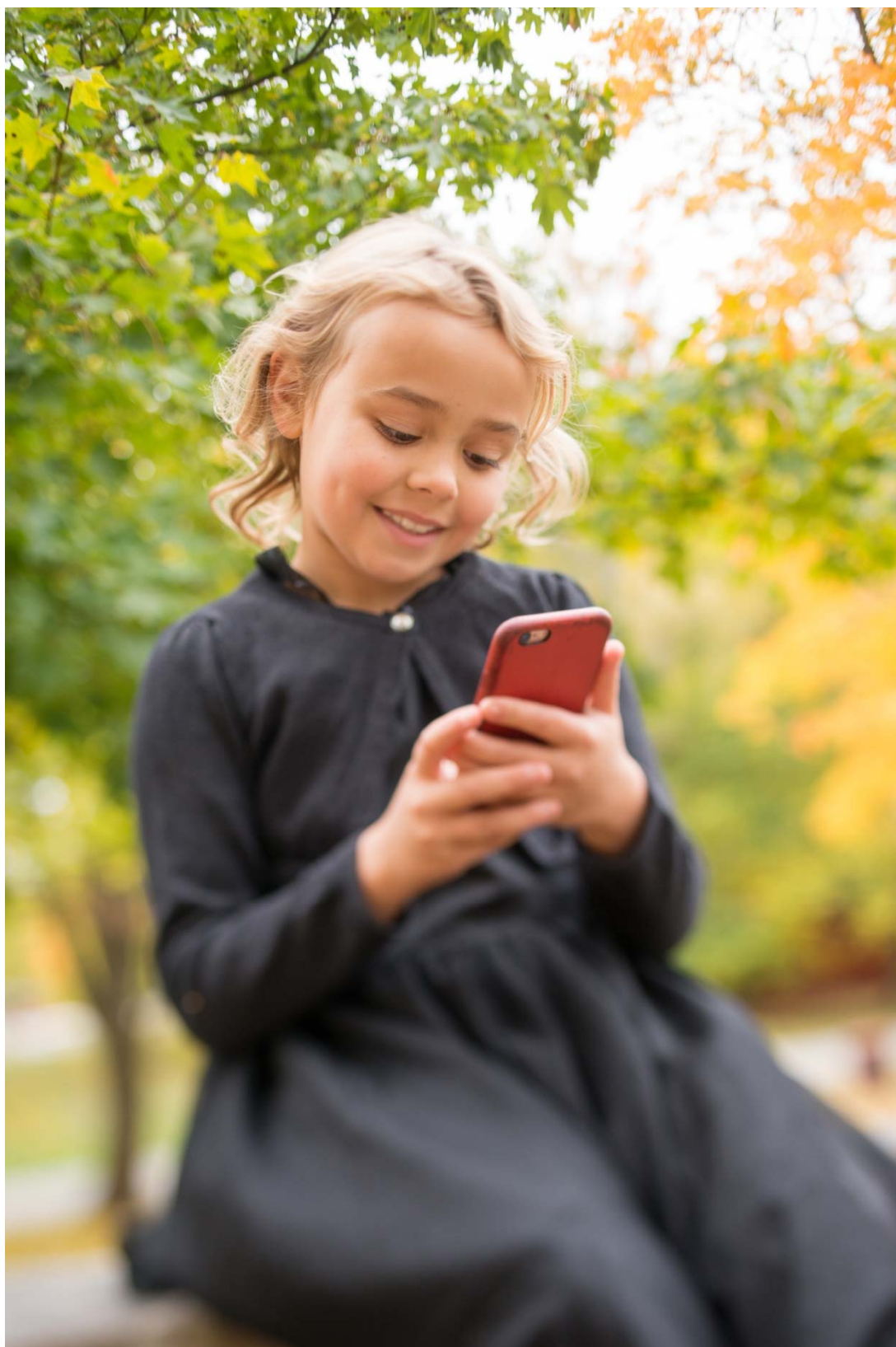
Diagram 2.9 Andel internetanvändare som utför aktiviteter på dator, andel ägare av smarta mobiler som utför aktiviteter på mobilen samt andel användare av surfplattor som utför aktiviteter på surfplatta 2016.

Det finns ingen aktivitet som svenskarna verkar använda surfplattan till i större utsträckning än mobilen eller datorn. Däremot är det mer än hälften av de som använder surfplatta som gör det till att ta del av nyheter (66 %), söka fakta (65 %), söka information om tidtabeller etc. (61 %), titta på Youtube (60 %), hantera e-post (56 %), läsa tidning (56 %) och titta på film (53 %).

För tre år sedan, 2013, ställdes liknande frågor om hur ofta man använde olika utrustning för en rad aktiviteter. Det är betydligt fler nu än 2013 som besöker internetbanken och som framförallt betalar räkningar på mobilen och surfplattan (se kapitel 7 om e-handel). Det är även fler som läser e-post, söker fakta, nyheter och information om tidtabeller via mobil och surfplatta.

Fler chattar via all typ av utrustning, men framför allt via mobilen. Ändå har andelen svenskar som skickar sms ökat mellan 2013 och 2016, från 86 procent som skickade sms 2013 till 91 procent 2016.

Filmtittandet har ökat på alla plattformar, men framför allt på surfplattan. Det är dubbelt så många surfplattanvändare som tittar på film 2016 (53 %) jämfört med 2013 (25 %).



3 Barn och internet

Internet går allt längre ner i åldrarna. I dag har tre av fyra tvååringar testat och mer än hälften av alla treåringar är dagliga internetanvändare. Tillgången till surfplattor har varit en bidragande orsak till det flitiga användandet och bland förskolebarnen är det ungefär lika många som använder internet varje dag som också har en surfplatta. Även mobilanvändandet ökar och bland åttaåringarna har hälften en egen smart mobil. Förskolebarnen använder internet till video och spel för att under de första skolåren öka sina sociala kontakter och informations- och faktasökande. I åldern 12-15 år har nästan var fjärde varit utsatta för mobbing, framförallt flickorna.

Barns tillgång till och användning av internet

Nästan alla skolungdomar, över 90 procent, från sex års ålder använder internet. Allt fler gör det varje dag. En majoritet av sjuåringarna (59 %) 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 tre av fyra (72 %) börjat använda internet. Över hälften av barnen som är tre år och äldre är nu dagliga användare.

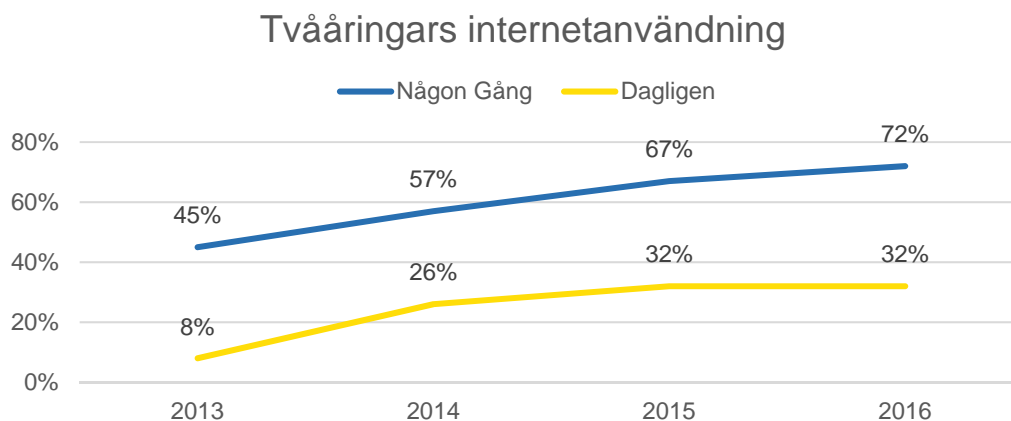


Diagram 3.1. Andel av de som är två år som använder internet någon gång och dagligen.

Barns internetanvändning

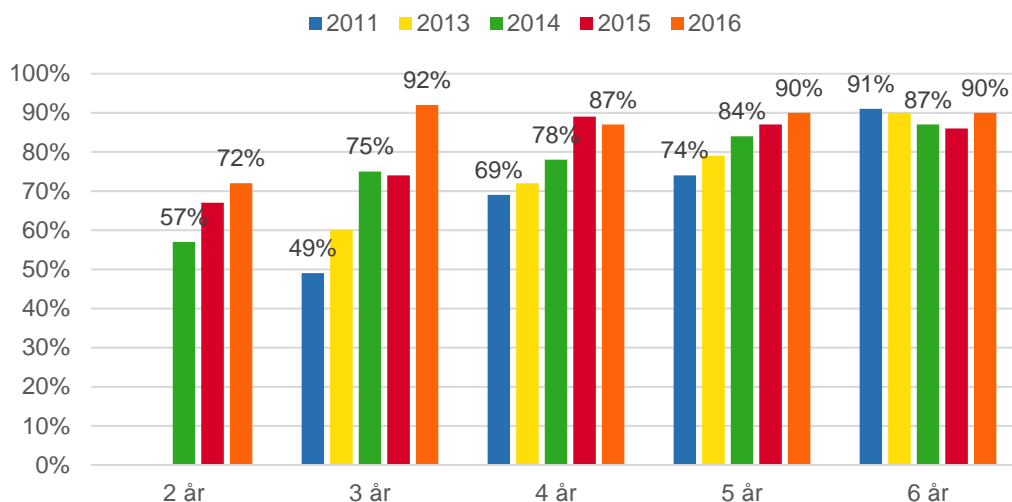


Diagram 3.2. Andel av 2 - 6 åringar som någon gång använde internet under åren 2011 till 2016.

Redan för några år sedan använde mer än 90 procent av alla barn över sex år internet. De förändringar som skett under de senaste åren har varit bland förskolebarnen. Det syns ännu tydligare om vi jämför den dagliga internetanvändningen under de senaste åren. Här har det blivit fler dagliga användare i alla åldrar upp till åtta år.

Daglig användning av internet bland barn

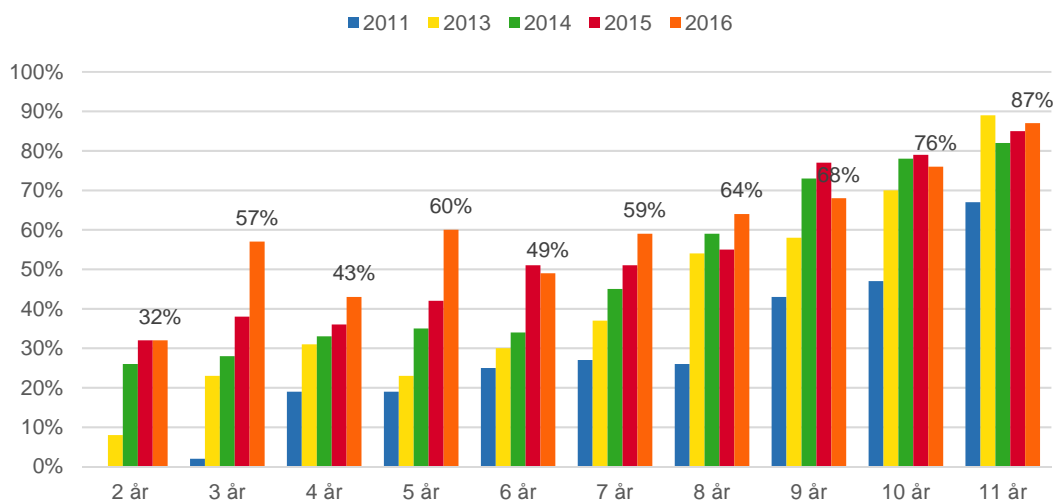


Diagram 3.3. Andel av 3 - 11 åringar som dagligen använde internet under åren 2011 till 2016.

Internet är idag allmänt spritt bland barnen från fyra till fem års ålder, men samtidigt är skillnaderna stora. Bland treåringarna är hälften dagliga användare medan den andra hälften alltså bara använder internet någon gång ibland. När de några år senare börjar skolan kvarstår dessa skillnader.

Tillgången till surfplattor har varit en bidragande orsak till det flitiga användandet bland förskolebarnen och det är ungefär lika många som använder internet varje dag som också använder en surfplatta dagligen.

Barns dagliga användning av internet, surfplatta och smart mobil

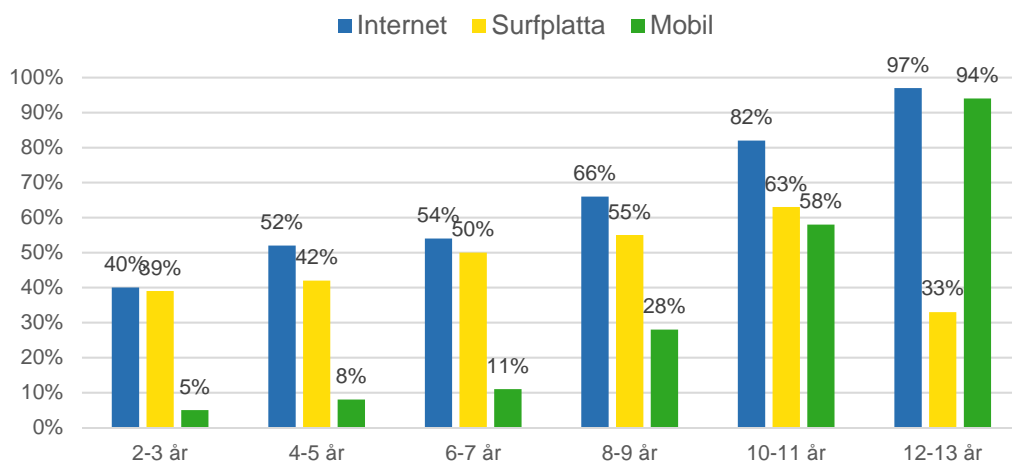


Diagram 3. 4. Andel av barn i olika åldrar som dagligen använder internet, surfplatta och smart mobil.

Många yngre barn får kännedom om internet via föräldrarnas mobiler innan de själva har tillgång till en egen smart mobil.

Hälften av alla åttaåringar har tillgång till en egen mobil och över 90 procent av tioåringarna. Det är en internationellt sett hög siffra. I de flesta andra länder får barnen tillgång till en egen mobil långt senare.

Barns tillgång till en egen mobil

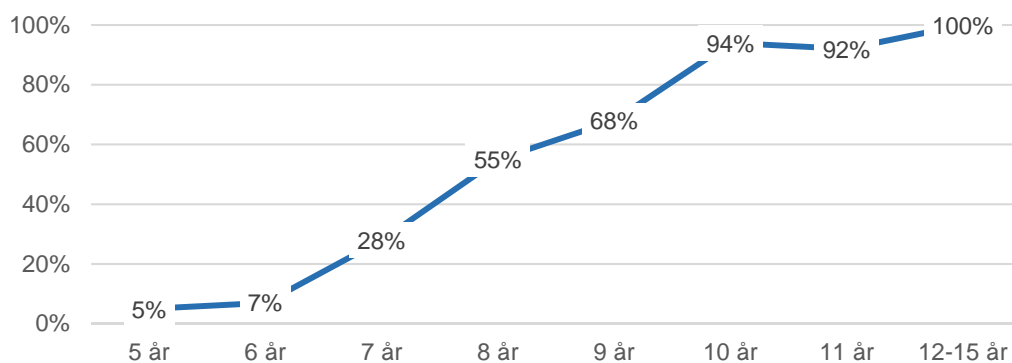


Diagram 3.5. Andel av barnen i olika åldrar som enligt föräldrarna har tillgång till en egen mobil.

Barns aktiviteter på internet

Video och spel dominerar bland förskolebarnen, men under de första skolåren ökar både sociala kontakter och informations- och faktasökande. Spelandet fortsätter dock liksom videotittandet.

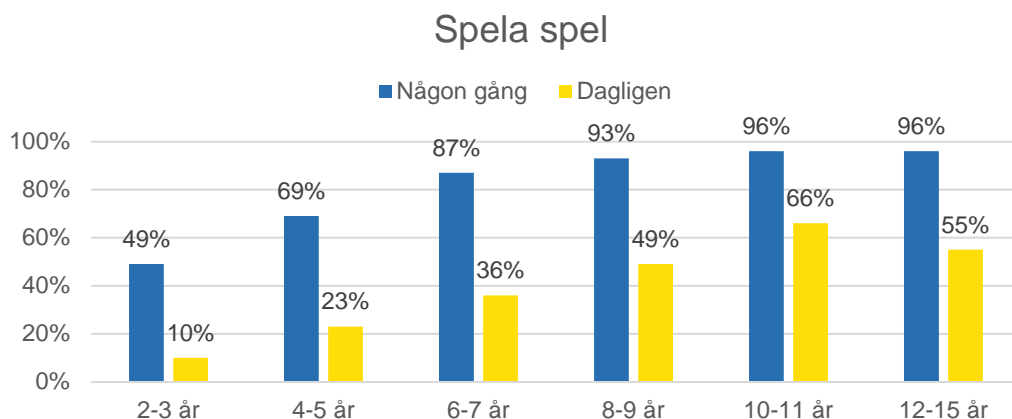


Diagram 3.6 Andel barn som använder internet i olika åldrar och som spelar spel på internet någon gång och dagligen 2016

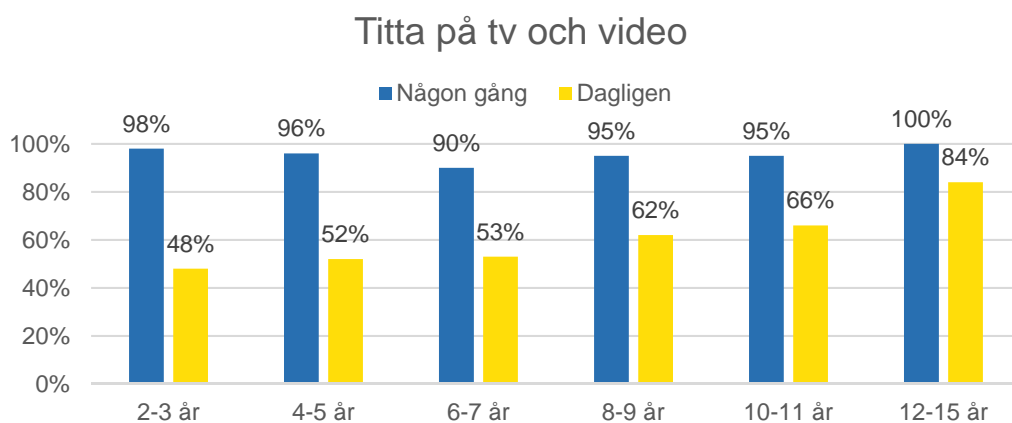


Diagram 3.7 Andel barn som använder internet i olika åldrar och som tittar på tv och video på internet någon gång och dagligen 2016

De små barnen prövar tidigt olika sorts pedagogiska spel och appar. En majoritet (61 %) av barnen i tvåårsåldern har åtminstone någon gång prövat. Detta pågår upp till 11-årsåldern. Det dagliga användandet är dock begränsat vilket innebär att läroapparna inte dominerar barnens internetanvändande.

Redan i sexårsåldern börjar en del barn söka efter information på internet. Allt fler gör det med ökande ålder och vid elva år har de flesta (91 %) sökt information på nätet. Aktiviteten är dock inte så hög. I tio till elva års ålder söker en av fyra (25 %) dagligen efter information och fakta på internet.

Skillnaderna är stora i hur barn använder internet i skolan. I nioårsåldern använder drygt hälften (59 %) internet för skolarbete åtminstone någon gång. Den andra hälften gör det aldrig. Få använder internet för skolarbete dagligen.

Användning av läroappar

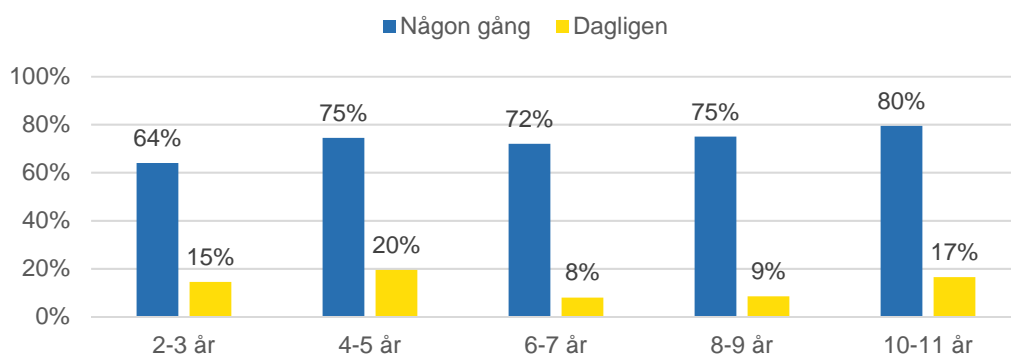


Diagram 3.8 Andel barn som använder internet i olika åldrar och som någon gång och dagligen använder sig av läroappar.

Faktasökning och skolarbete

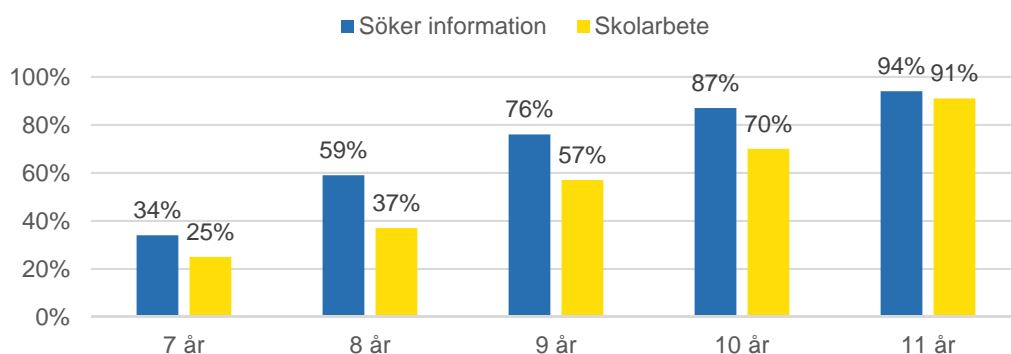


Diagram 3.9 Andel barn som använder internet i olika åldrar och som någon gång söker efter information och fakta respektive använder internet för sitt skolarbete.

Ungefär när barnen börjar skolan börjar de kommunicera med andra via internet. En av fyra sjuåringar, var tredje åttaåring och mer än hälften av nioåringarna har prövat, men det dröjer upp till tonåren innan nästan alla skickat textmeddelanden. I början är det fråga om enstaka textmeddelanden någon gång och det dröjer tills barnen är elva år eller mer innan det blivit en daglig aktivitet för en majoritet.

Skriva textmeddelanden och besöka sociala nätverk

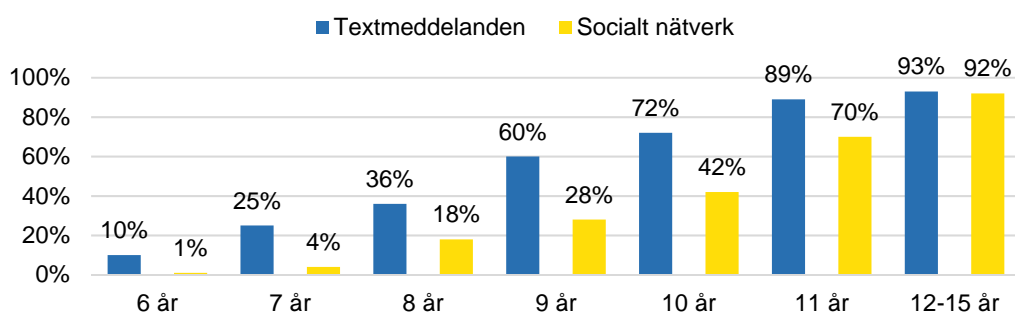


Diagram 3.10. Andel barn som använder internet i olika åldrar och som någon gång besöker sociala nätverk eller skickar textmeddelanden

Pojkar och flickor på sociala nätverk (dagligen)

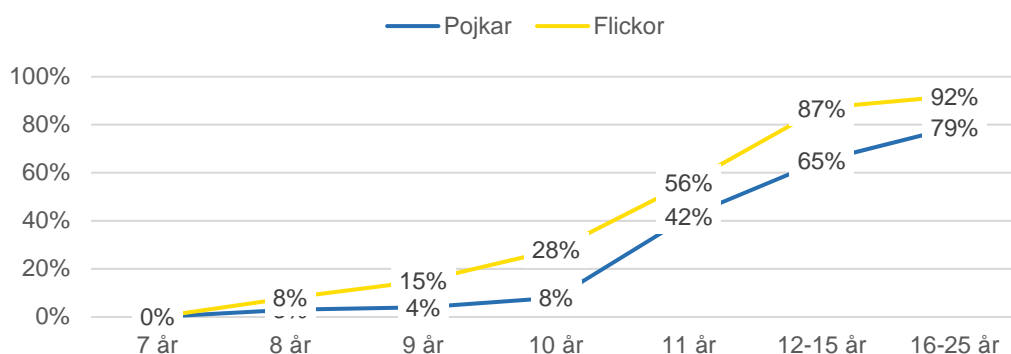


Diagram 3.11. Andel av pojkar och flickor som använder internet i olika åldrar som dagligen besöker sociala nätverk

Barns och föräldrars oro

Vi har frågat föräldrar om deras barn råkat ut för något på internet som upprört eller oroat dem. Ju äldre barn blir desto vanligare är det att de någon gång råkar ut för något på internet som upprör eller oroar dem. I åldern två till elva år har en av fyra (26 %) råkat ut för något sådant. En liten ökning har skett sedan 2015 då 21 procent uppgav att deras barn upprörts.

I tonåren har mer än var tredje (39 %) blivit oroad eller upprörd av något på internet. Hälften av flickorna (50 %) har upprörts jämfört med drygt en av fyra pojkar (29 %). För 8 procent av flickorna och fem procent av pojkarna har det skett upprepade gånger.

Barn, 2-11 år som någon gång upprörts av något de sett på internet

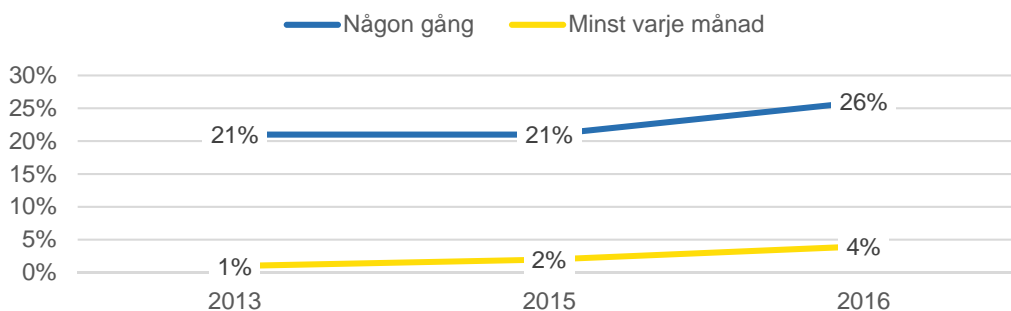


Diagram 3.12. Andel av barnen två till elva år där föräldrarna uppger att barnet någon gång upprörts eller oroats av något de sett på internet

Barn, 12-15 år som någon gång upprörts av något de sett på internet

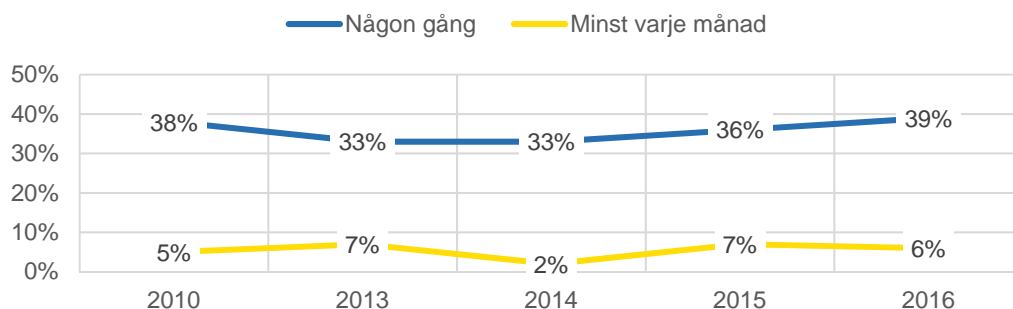


Diagram 3.13. Andel av barn 12 - 15 år där föräldrarna uppger att det någon gång upprörts eller oroats av något de sett på internet

Hur ofta brukar ni i skolan tala om hur ni kan skydda er mot mobbning på nätet

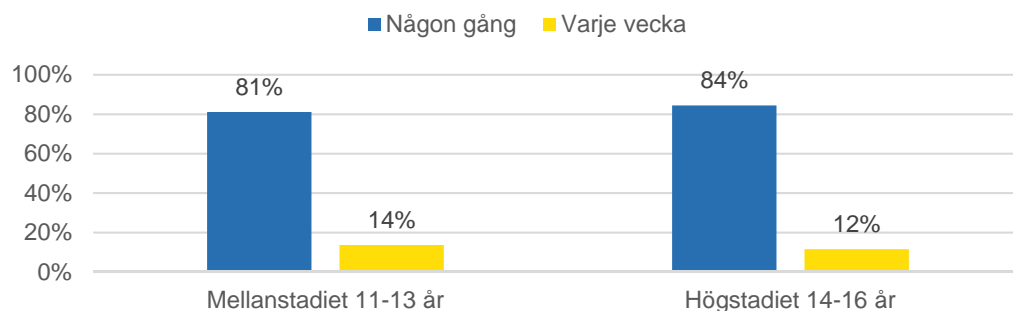


Diagram 3.14 Andel som någon gång i skolan brukar tala om hur de kan skydda sig mot mobbning på nätet samt de som minst varje vecka talar om det i skolan 2016.

När vi frågade ungdomar om hur ofta de pratar om att skydda sig på nätet var det 81 procent av mellanstadiet eleverna som uppgav att de någon gång pratat om hur de skulle skydda sig mot mobbning i skolan. Bland högstadiet eleverna var det 84 procent som uppgav att de i skolan pratat om det någon gång.

Var tionde mellanstadiet elev (12 %) har utsatts för mobbning på nätet någon gång. Bland högstadiet- och gymnasiet eleverna är det mer än var femte elev (23 % respektive 22 %) som drabbats av mobbning på nätet.

Har någon gång blivit mobbad eller besvärad av någon på internet

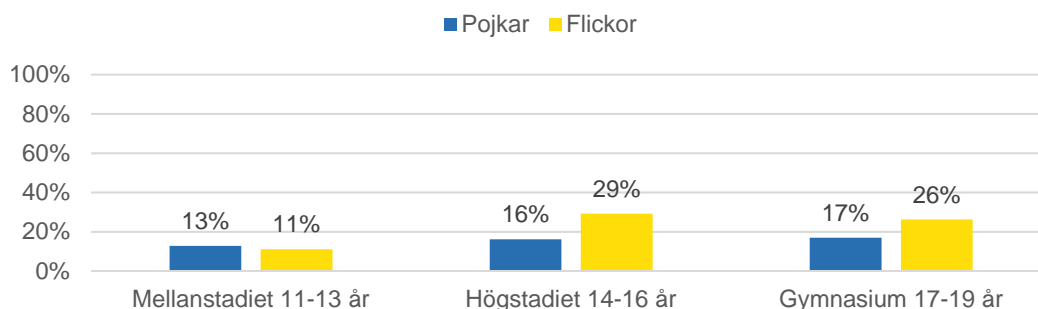


Diagram 3.15 Andel som någon gång blivit mobbad eller besvärad av någon på internet, fördelat på kön 2016.

När vi bryter ner för respektive kön hur ofta ungdomarna blir mobbade ser vi att bland elever på högstadiet och gymnasiet är det i högre utsträckning flickor som drabbas. Nästan tre av tio flickor, 29 procent, på högstadiet upplever att de blivit mobbade någon gång. På gymnasiet är det var fjärde flicka, 26 procent, som någon gång blivit mobbad på nätet. Att flickor drabbas i högre grad än pojkar är alltså uppenbart, frågan är om det beror på vilka tjänster flickor använder eller hur de använder internet. Eller om det helt enkelt hänger ihop med att kvinnor generellt sett är mer utsatta på nätet jämfört med män.

Vi har också frågat de elever som säger att de utsatts för nätmobbning hur allvarlig de upplevde att mobbningen var. Majoriteten upplevde den inte som särskilt allvarlig, men det var ändå 13 procent av mellanstadieeleverna och 19 procent av gymnasieeleverna som upplevde den som ganska allvarlig. Högstadiet sticker ut rejält, där säger 37 procent av de utsatta eleverna att mobbningen var ganska allvarlig eller mycket allvarlig.

Hur allvarligt upplevde du det? (Andel av de 20 % som blivit mobbade)

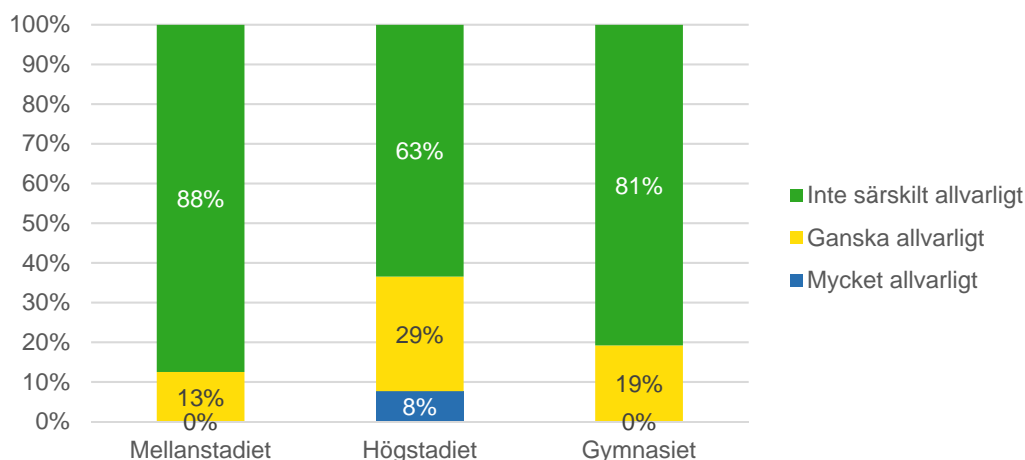


Diagram 3.16 Av de som blivit mobbade, hur stor andel som skattat olika grad av hur allvarligt det var 2016.

Känner du någon annan som råkat ut för att bli mobbad eller besvärad av någon på internet?

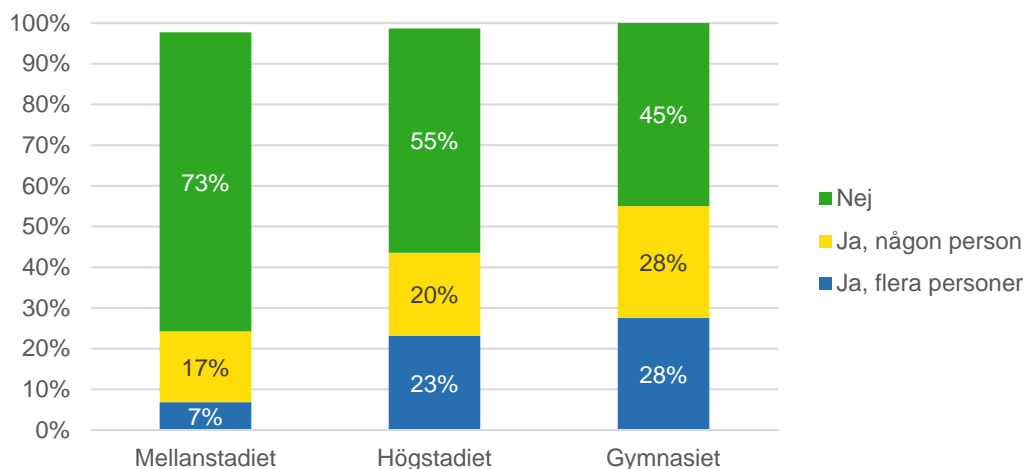


Diagram 3.17 Andel som känner någon annan som råkat ut för att bli mobbad eller besvärad av någon på internet 2016.

Även om endast en minoritet av eleverna själva utsatts för mobbning känner många elever till kompisar som blivit utsatta. Bland mellanstadieeleverna är det 24 procent som uppger att de känner någon eller några som blivit utsatta för mobbning, på högstadiet är det vanligare (43 %) och bland de äldsta eleverna är det över hälften, 56 procent, som uppger att de känner någon eller några som blivit utsatta för mobbning.

Svenskarna och internet 2016 finns i webbversion.

På www.soi2016.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.



4 Internet på arbetet

90 procent av de som arbetar har tillgång till internet på jobbet. Vanligast är det inom it- och kommunikationsbranscherna där man använder internet under drygt halva arbetstiden. Den genomsnittliga internettiden är betydligt lägre för de som arbetar inom t ex vården eller hotell och restaurang. Internet gör det möjligt för fler att jobba utanför arbetsplatsen. I dag arbetar drygt hälften regelbundet hemifrån. Tre av fyra av de som använder internet i arbetet använder jobbet internet för privata ändamål. Nästan hälften av de som arbetar läser jobb e-post under semestern.

Tillgång och användning

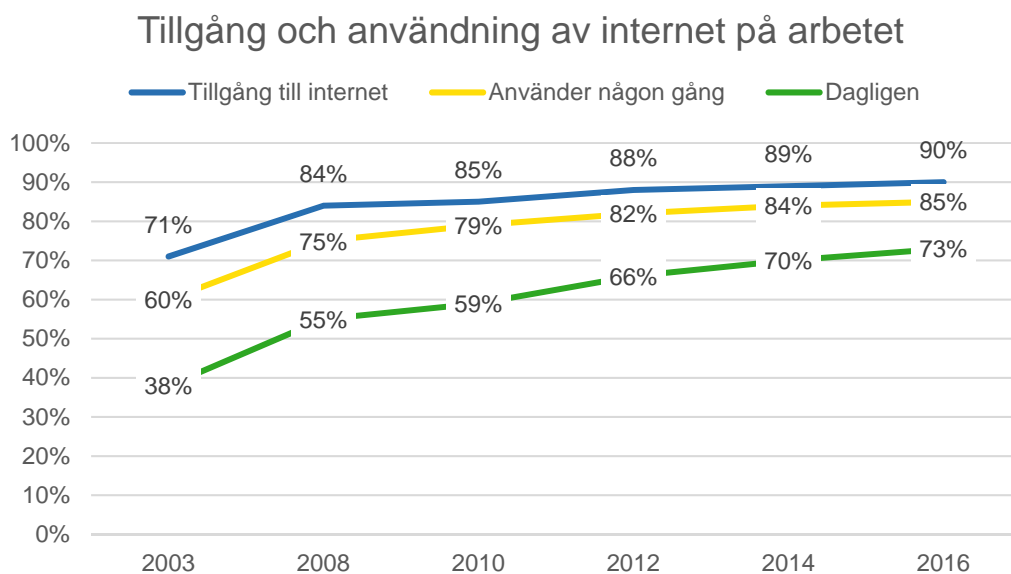


Diagram 4.1 Andel av de som arbetar som har tillgång till internet på arbetet respektive som använder internet på arbetet någon gång och dagligen.

90 procent av de som arbetar har tillgång till internet på arbetet och 85 procent använder internet på arbetet åtminstone någon gång. Så har det varit under de senaste åren, men det har skett förändringar. I dag är det fler som använder internet på jobbet varje dag och framför allt flera gånger om dagen.

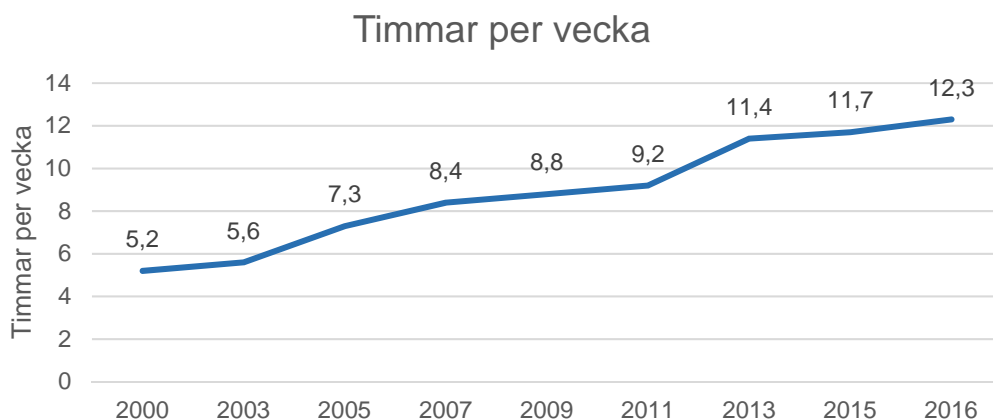


Diagram 4.2 Genomsnittlig tid (timmar per vecka) för internet på arbetet, från år 2000 till 2016, beräknat på de som har tillgång till internet i arbetet.

Internettiden på arbetet har ökat för varje år. Från en genomsnittstid på 5 timmar i veckan år 2000 till 8 timmar 2009 och idag 12 timmar i veckan.

Även om de flesta som arbetar har tillgång till internet via en dator på arbetsplatsen så är det arbetsuppgifterna som styr vilken roll internet spelar. De som arbetar inom ett område som it- och kommunikation använder internet under drygt halva arbetstiden (22 timmar per vecka), medan den genomsnittliga internettiden på arbetet är betydligt lägre för dem som arbetar inom skolan (9 timmar per vecka) och vården (8 timmar per vecka).

Arbeta hemifrån

I slutet av 90-talet trodde många att arbetslivet skulle förändras radikalt då många med hjälp av internet skulle kunna arbeta hemifrån och inte behöva ta sig till arbetet varje dag. Trafikproblem skulle försvinna och miljön förbättras.

2007 visade det sig att inte mycket hade hänt. 2 procent av befolkningen kunde med hjälp av internet arbeta till största delen hemifrån. Men 15 procent kunde ibland vara mindre på arbetet (Internet 15 år, 2009)

Förhållandena ser likartade ut idag. 2 procent av hela befolkningen arbetar till största delen hemifrån. Ytterligare 13 procent kan arbeta hemifrån någon dag ibland. Ser vi bara till de som använder internet i arbetet blir andelarna större. Men det är inte många som till största delen arbetar hemifrån utan vad internet har medfört är att många, drygt hälften som använder internet i arbetet åtminstone någon gång kan arbeta hemifrån och då vara mindre på sin arbetsplats.

Använder internet för att arbeta hemifrån

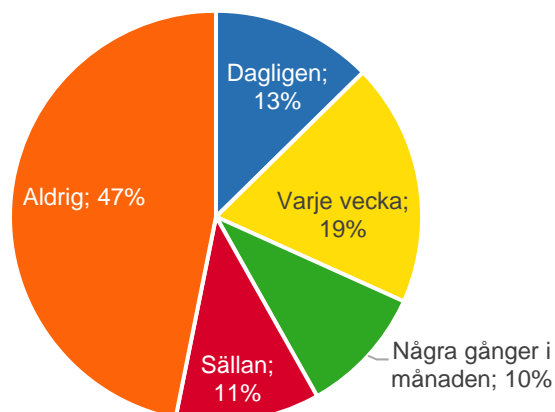


Diagram 4.3 Andel av de som arbetar som använder internet för att arbeta hemifrån.

I dag använder 13 procent internet för att dagligen utföra arbete hemifrån, ytterligare 19 procent gör det varje vecka. Totalt är det 53 procent, av de som arbetar, som någon gång använder internet för att arbeta hemifrån. Men det är fortfarande nästan än hälften (47 %) av de som arbetar som aldrig använder internet för att arbeta hemifrån. För 7 procent av de som har möjlighet att arbeta på distans har det medfört att de till största delen kan arbeta hemifrån.

Nästan hälften (45 %) av de som arbetar läser jobb e-post under semestern. Vanligast är det i åldern 36 till 55 år. Ungefär tre av fyra som använder internet på arbetet gör det också för privata ändamål. Detta är något vanligare bland män (80 %) än bland kvinnor (71 %).

Internet är viktigt både privat och för arbetslivet

Hur viktigt internet är för arbetslivet och privatlivet

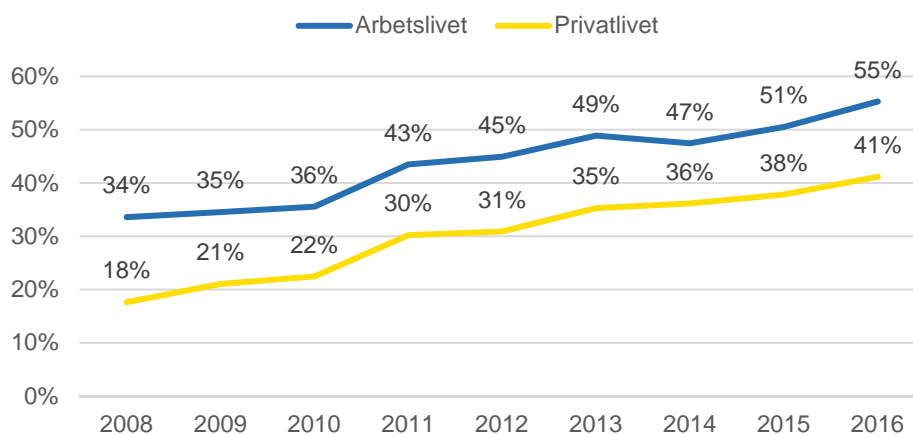


Diagram 4.4 Utveckling av andel av internetanvändarna (16 + år) som på en 5-gradig skala anser att internet är mycket viktigt för dem i arbetslivet respektive i privatlivet.

För varje år som går är det fler och fler av internetanvändarna i undersökningen som på en 5-gradig skala från inte alls viktig (1) till mycket viktig (5) svarar att internet är mycket viktigt för dem i arbetslivet. 2008 var det en tredjedel som svarade att det var mycket viktigt och nu åtta år senare har den andelen ökat till att mer än hälften tycker det. Andelen som tycker att internet är mycket viktigt för dem i privatlivet har fördubblats från 18 procent 2008 till över 40 procent 2016.

Hur viktigt internet är för arbetslivet

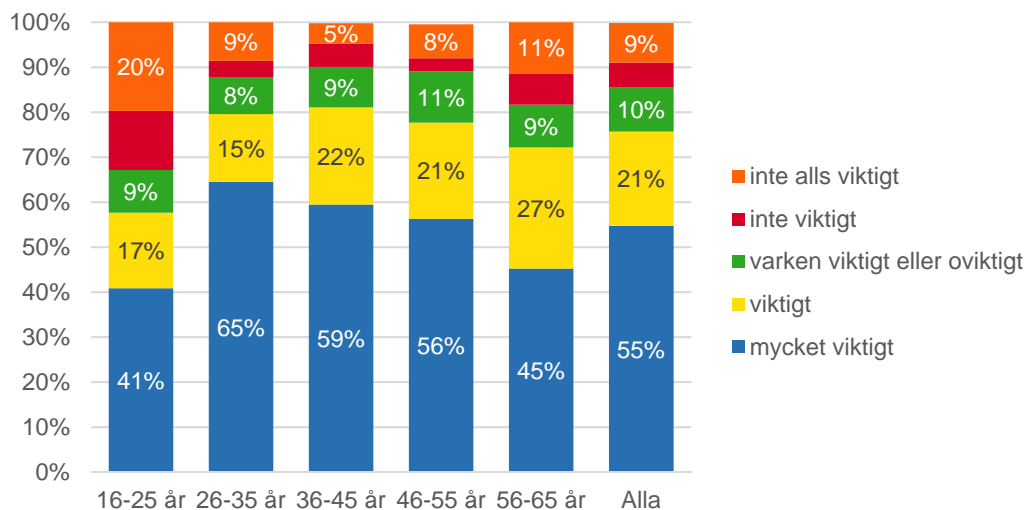


Diagram 4.5 Hur viktigt internet är i arbetslivet, för dem som arbetar, på en skala från inte alls viktigt till mycket viktigt.

Över hälften (55 %) av de som arbetar tycker att internet är mycket viktigt för dem i arbetslivet och ytterligare 21 procent tycker att det är viktigt. Av de som är 26 - 35 år är det så mycket som två tredjedelar som anser att internet är mycket viktigt för dem i arbetslivet.

Svenskarna och internet 2016 finns i webbversion.

På www.soi2016.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.



5 Sociala medier och kommunikation

Användningen av sociala nätverk fortsätter att öka. De som använder sociala nätverk gör det lite drygt en timme om dagen eller 7 timmar i veckan. Det är väldigt vanligt att besöka sociala nätverk i mobilen, över hälften av alla internetanvändare besöker dagligen sociala nätverk i sin mobil.

Facebook är det sociala nätverk som flest använder och användningen fortsätter att öka förutom bland 12-15-åringarna. Näst störst är Instagram. En fjärdedel av internetanvändarna använder Snapchat, men det är stor skillnader mellan olika åldersgrupper. Det enda sociala nätverk som minskat i användning är Twitter.

Trots ökningen av sociala nätverk ser vi ingen minskning i användandet av e-post, snarare tvärt om, 96 procent använder e-post. Två av tre chattar och hälften av alla internetanvändare ringer eller tar emot telefonsamtal via internet.

Både blogggläsande och bloggande har stabiliserats under de senaste åren.

Sociala nätverk

Sociala nätverk har blivit en naturlig del av vår vardag. 2016 är det nästan tre av fem internetanvändare (58 %) som dagligen använder sociala nätverk. 77 procent uppger att de någon gång gör det. Detta avsnitt handlar både om generell användning och om mer specifik användning av några vanliga tjänster.

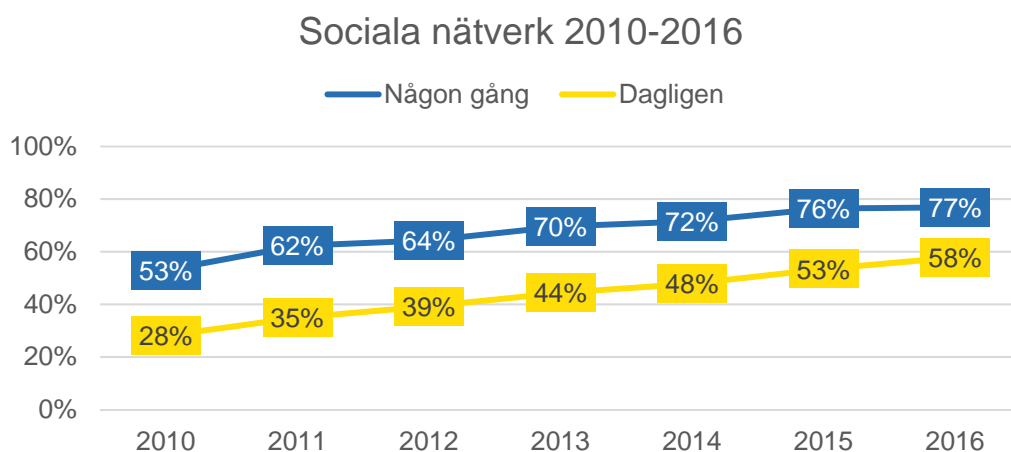


Diagram 5.1 Andel internetanvändare (12+ år) som uppger att de dagligen respektive någon gång använder sociala nätverk under åren 2010-2016.

På sex år har andelen som dagligen använder sociala nätverk mer än fördubblats, från 28 procent 2010 till 58 procent 2016. Under samma tid har andelen som

använder sociala nätverk någon gång ökat från drygt hälften till tre fjärdedelar av alla svenska internetanvändare.

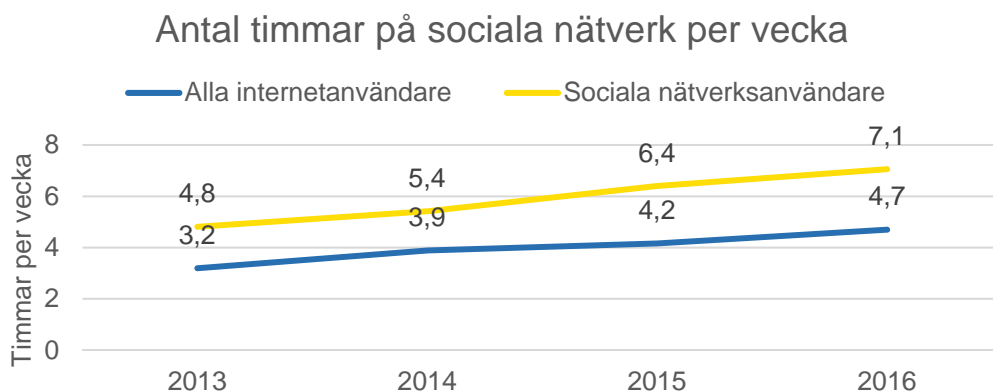


Diagram 5.2 Genomsnittligt antal timmar som ägnas åt sociala nätverk fördelat på alla internetanvändare respektive fördelat enbart på de som använder sociala nätverk varje vecka. Utveckling 2013-2016.

De som använder sociala nätverk uppskattar att de ägnar i genomsnitt lite drygt en timme om dagen åt det, vilket blir 7,1 timmar per vecka i genomsnitt. Det är 2,3 timmar mer per vecka än för tre år sedan då genomsnittet var 4,8 timmar per vecka. Det motsvarar en ökning på nästan 50 procent på tre år.

Det har varit en jämn ökning i alla grupper under de fyra åren. Nyblivna pensionärer (66-75 år) som använde sociala nätverk var 2013 den åldersgrupp som hade minst tid per vecka. Nu har de nästan fördubblat sin tid på sociala nätverk från 2,6 timmar i veckan 2013 till 4,9 timmar 2016.

Om man slår ut tiden som ägnas åt sociala nätverk på alla internetanvändare blir det ett genomsnitt på 4,7 timmar per vecka (40 minuter om dagen) även det är en ökning med nästan 50 procent på tre år.

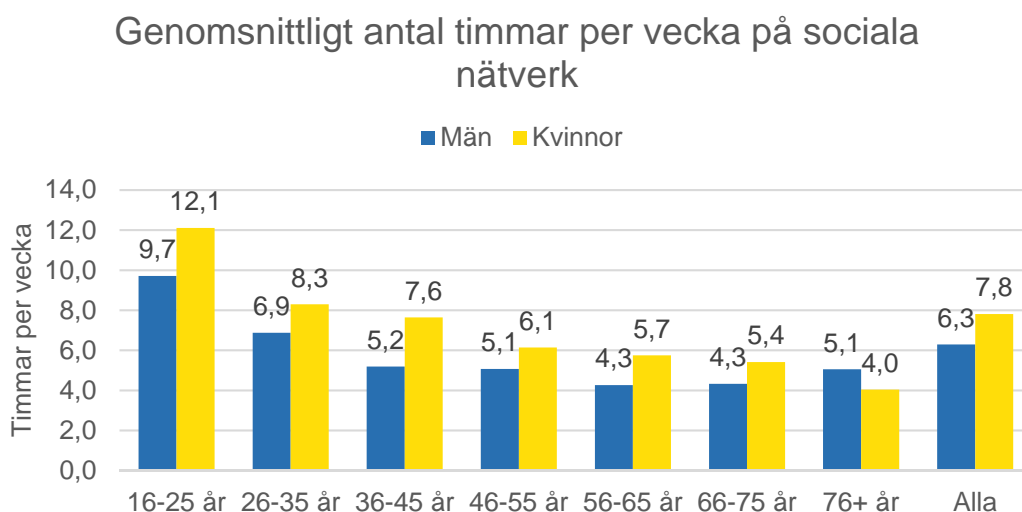


Diagram 5.3 Genomsnittligt antal timmar som sociala nätverksanvändare ägnar åt sociala nätverk per vecka. Fördelat på ålder och kön. 2016.

Kvinnor ägnar i genomsnitt mer tid åt sociala nätverk än män. I genomsnitt 7,8 timmar per vecka mot männens 6,3 timmar. De största användarna finns bland de unga kvinnorna, som är 16-25 år. De använder sociala nätverk i genomsnitt 12,1 timmar per vecka vilket blir 1 timme och 40 minuter per dag eller lite drygt 10 procent av den vakna tiden. De yngre männen använder sociala nätverk i genomsnitt 9,7 timmar per vecka. För män över 36 år tycks åldern spela mindre roll när det gäller tid som de lägger på sociala nätverk. Män från 36 år och uppåt som använder sociala nätverk gör det ungefär lika många timmar per vecka oavsett ålder. Det varierar mellan 4-5 timmar per vecka. För kvinnor sjunker antalet timmar per vecka stadigt med åldern. Man kan dock notera att kvinnor över 76 som använder sociala nätverk gör det 4 timmar i veckan vilket motsvarar 34 minuter om dagen.

Sociala nätverk i mobilen

De deltagare i undersökningen som har en smart mobil har tillfrågats om de använder sociala nätverk i mobilen och i så fall hur ofta. Drygt fyra av fem som har en smart mobil besöker även sociala nätverk i sin mobil. Drygt tre av fem gör det dagligen. Omräknat till att istället se det som andel av alla internetanvändare blir det 68 procent som någon gång besöker sociala nätverk i mobilen och 52 procent som gör det dagligen. Sett till de som använder sociala nätverk så är det en stor andel, ungefär nio av tio, som gör det i mobilen.

Sociala nätverk i mobilen 2010-2016

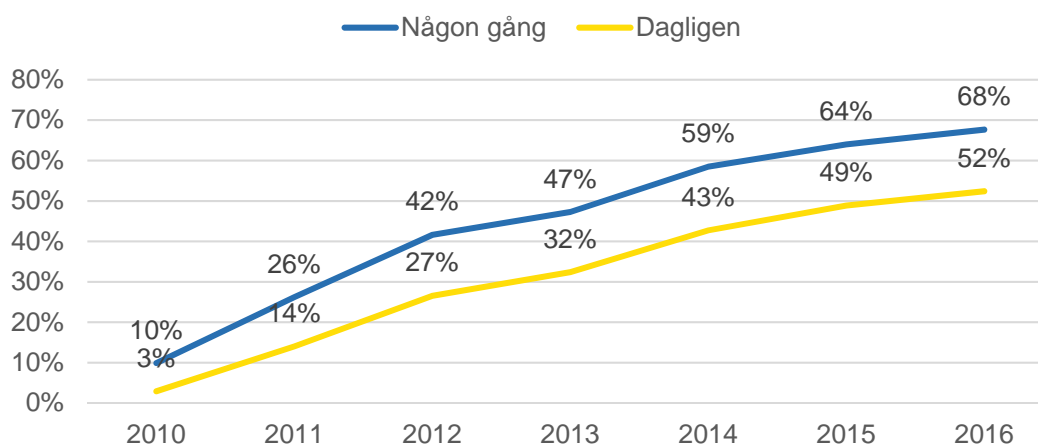


Diagram 5.4 Andel av internetanvändare (12+ år) som använder sociala nätverk i mobiltelefonen dagligen respektive någon gång åren 2010-2016.

Andelen internetanvändare som använder sociala nätverk i mobilen ökar stadigt. För sex år sedan, år 2010 var det 10 procent som använde sociala nätverk i mobilen och endast 3 procent som gjorde det dagligen. Andelen ökade snabbt och redan efter tre år, 2013, var det nästan hälften (47 %) som besökte sociala nätverk i mobilen och en tredjedel (32 %) som gjorde det dagligen. Ytterligare tre år senare, år 2016, är det två tredjedelar (68 %) som besöker sociala nätverk i mobilen och drygt hälften (52 %) av internetanvändarna som gör det dagligen.

Sociala nätverk i mobilen 2016

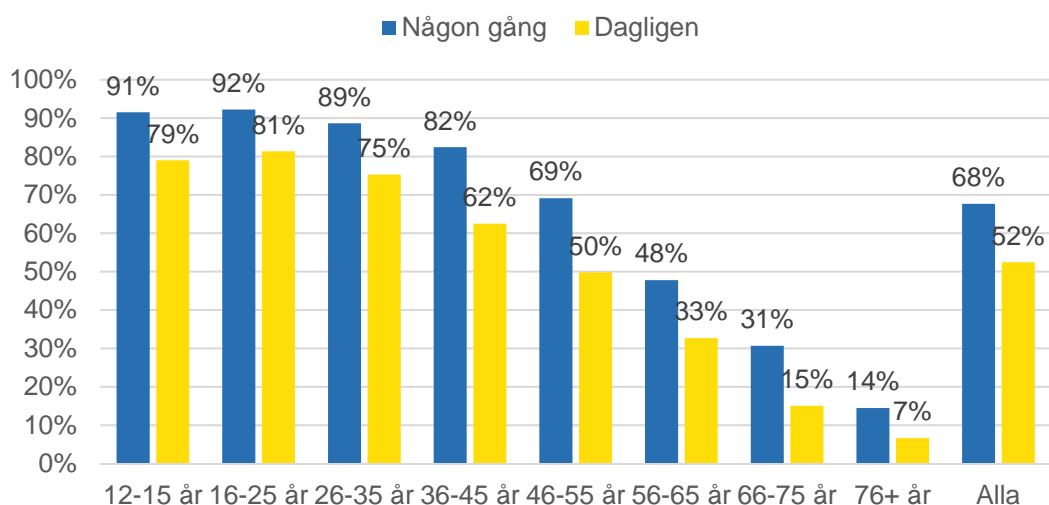


Diagram 5.5 Andel internetanvändare (12+ år) som dagligen respektive någon gång besöker sociala nätverk i mobilen fördelat på ålder 2016.

I åldersgrupperna upp till 35 år besöker nio av tio sociala nätverk i mobilen någon gång och tre av fyra gör det dagligen. Andelen sjunker sedan med stigande ålder. Men även hälften av 50-åringarna är dagliga besökare. I alla åldersgrupper är det högre andel kvinnor än män som besöker sociala nätverk i mobilen såväl dagligen som någon gång.

Aktivitet på sociala nätverk

I detta avsnitt avser data andel av de som använder sociala nätverk om inget annat anges.

Aktivitet på sociala nätverk

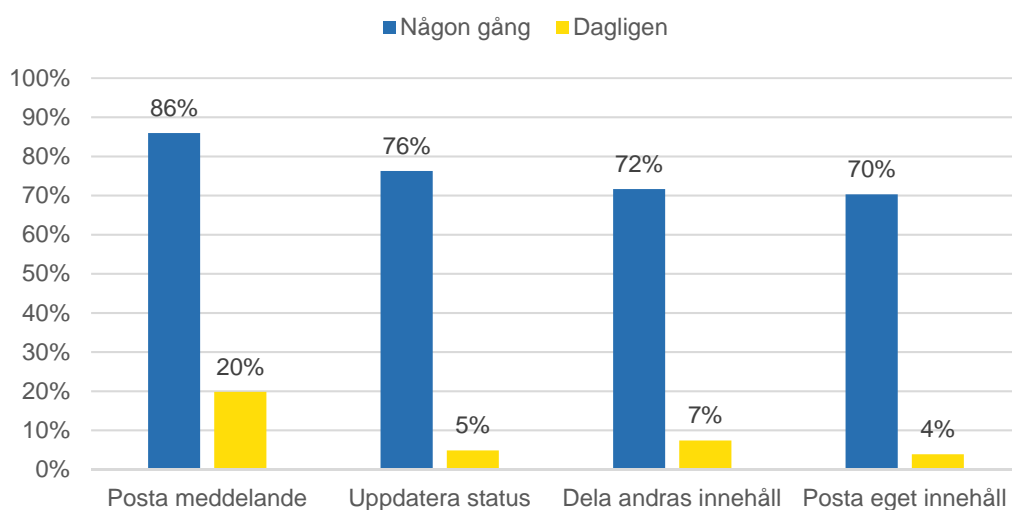


Diagram 5.6 Andel av användare (12+ år) av sociala nätverk som uppdaterar sin status, postar meddelanden, delar andras innehåll eller postar eget innehåll på sociala nätverk dagligen eller någon gång 2016.

Fler postar meddelanden eller delar andras innehåll, men färre postar innehåll som de gjort själva (till exempel bilder, video, berättelse) eller uppdaterar sin status på sociala nätverk 2016 jämfört med 2015.

Färre användare av sociala nätverk uppger att de uppdaterar sin status på sociala nätverk 2016, jämfört med 2015. Tre av fyra (76 %) användare av sociala nätverk uppdaterar någon gång sin status vilket är färre än året innan då det var fyra av fem (81 %) som gjorde det. Störst minskning finns bland dem som uppdaterar dagligen, de har mer än halverats på ett år från 13 procent 2015 till 5 procent 2016.

Sju av tio (70 %) användare av sociala nätverk postar någon gång eget innehåll som de gjort själva på sociala nätverk. Det är en liten minskning jämfört med 2015 då det var 72 procent. 4 procent postar dagligen eget innehåll, även det är en liten minskning jämfört med 2015 då det var 5 procent.

72 procent delar andras innehåll på sociala nätverk och 7 procent uppger att de gör det dagligen. Det är en ökning jämfört med 2015 då det var 69 procent som någon gång delade andras innehåll och 6 procent som gjorde det dagligen.

86 procent postar meddelanden på sociala nätverk och 20 procent gör det dagligen. Det är en liten ökning jämfört med 2015 då 84 procent postade meddelanden någon gång och 18 procent som gjorde det dagligen.

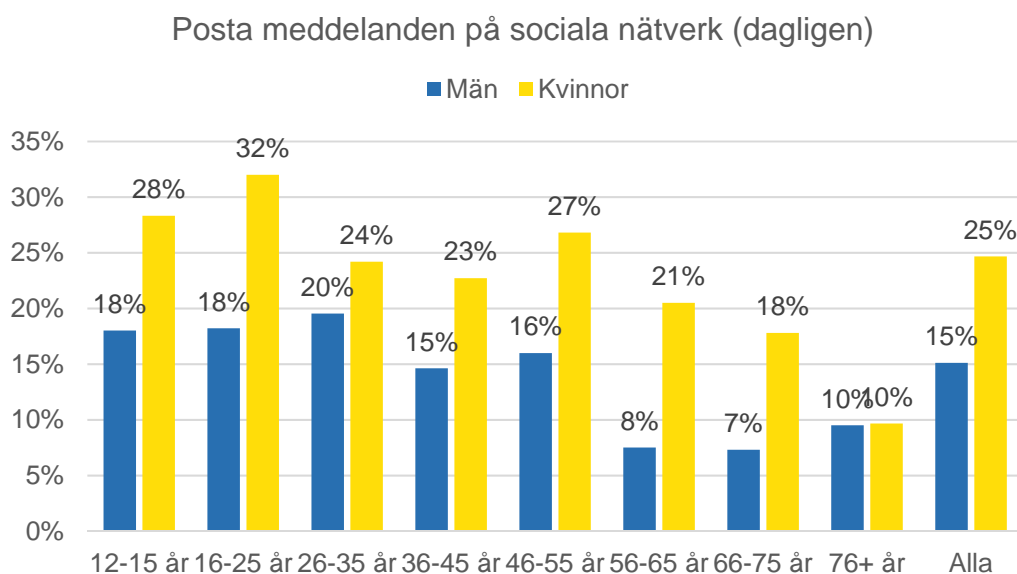


Diagram 5.7 Andel av användare (12+ år) av sociala nätverk som dagligen postar meddelanden, fördelat på kön och ålder.

Kvinnor är mer aktiva än män även när det kommer till att dagligen posta meddelanden på sociala nätverk. Var fjärde (25 %) kvinnlig sociala nätverksbesökare postar dagligen meddelanden jämfört med 15 procent av männen. Allra mest aktiva är kvinnor i 16-25 års ålder där en tredjedel (32 %) postar meddelanden dagligen. Ålder tycks inte spela så stor roll, det är lika stor andel kvinnor runt 50 år som kvinnor runt 12-15 år som dagligen postar meddelanden på sociala nätverk.

Facebook

Det största sociala nätverket bland svenska internetanvändare är Facebook.

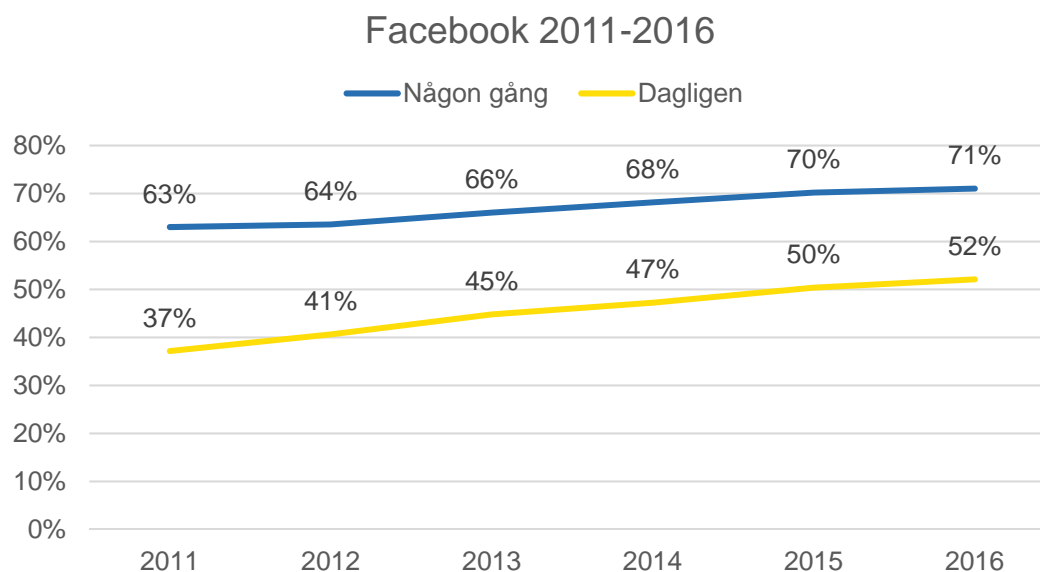


Diagram 5.8 Andel internetanvändare (12+ år) som dagligen respektive någon gång använder Facebook åren 2011-2016.

Användningen av Facebook fortsätter att öka med någon procent årligen och har gjort så sedan mätningarna började 2011. Drygt hälften av alla internetanvändare är på Facebook varje dag och 71 procent är det någon gång.

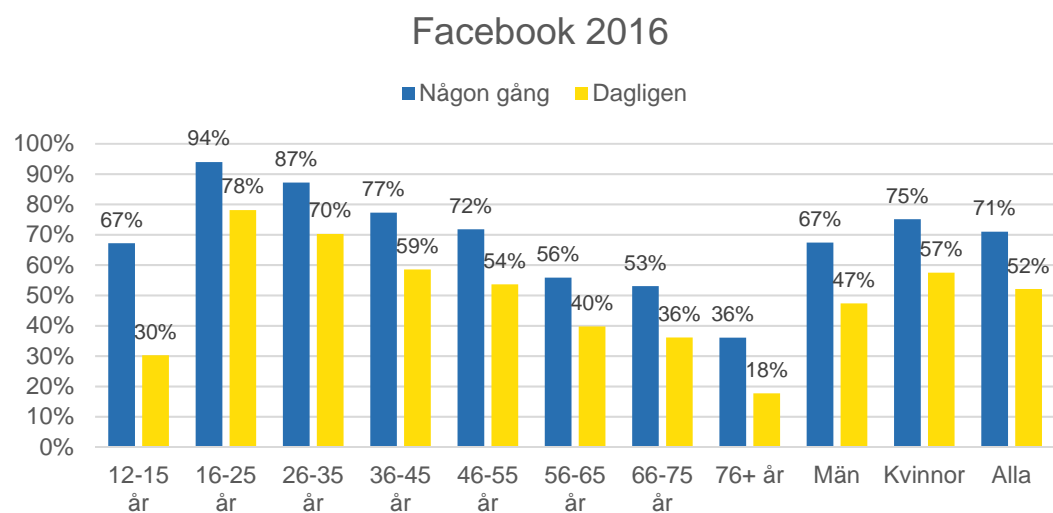


Diagram 5.9 Andel internetanvändare (12+ år) som dagligen respektive någon gång använder Facebook, fördelat på ålder och kön 2016.

Störst andel Facebookanvändare finns i åldersgruppen 16-25 år där 94 procent använder Facebook, 78 procent dagligen. Andelen användare sjunker sedan med åldern till 30 procent av internetanvändarna över 76 år som någon gång använder Facebook och 18 procent som gör det dagligen.

I alla åldersgrupper över 16 år är det fler kvinnor än män som använder Facebook, såväl dagligen som någon gång.

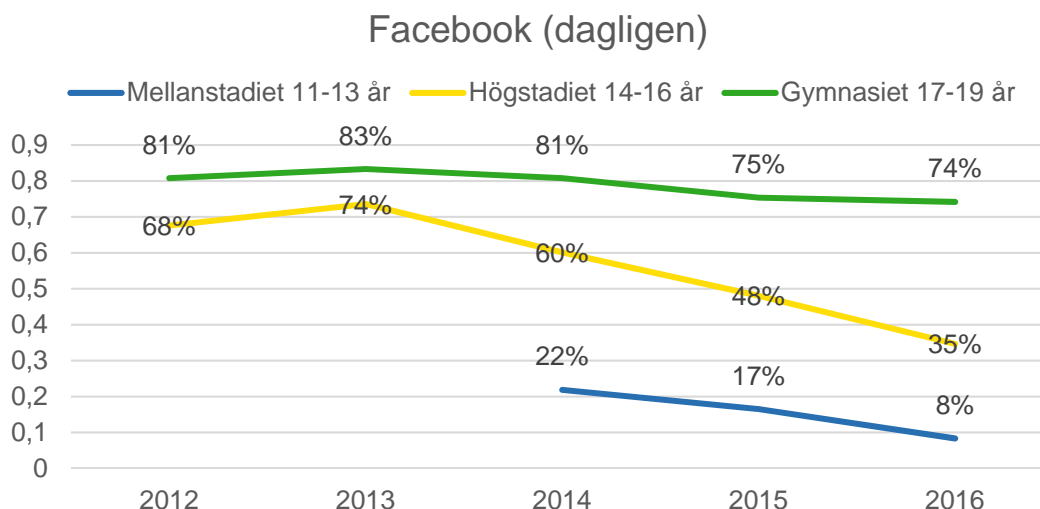


Diagram 5.10 Utveckling av andel ungdomar i åldern 11-19 år som dagligen använder Facebook åren 2012-2016.

Bland ungdomar under 16 år minskar Facebookanvändningen. 30 procent av 11-13-åringarna använder Facebook 2016 mot 49 procent två år tidigare. 8 procent i åldersgruppen 11-13 år är dagliga användare av Facebook. Bland ungdomarna som går på högstadiet och är i åldern 14-16 år är det 75 procent som någon gång använder Facebook och 35 procent som gör det dagligen. Den dagliga användningen bland högstadieungdomar har halverats på tre år från 74 procent 2013 till 35 procent 2016.

I gymnasieåldern däremot är det 96 procent som använder Facebook, vilket är samma andel som de senaste åren. Den dagliga användningen ligger på 74 procent, vilket innebär en liten minskning under de senaste åren.

I åldersgrupperna 11-16 år är det fler pojkar än flickor som använder Facebook.

I årets undersökning ser vi att ungdomar i åldern 16-25 år anser att Facebook är viktigare än traditionella medier (tv, radio och dagstidningar) som källa för information i allmänhet och som källa för lokalnyheter.

Svenskarna och internet 2016 finns i webbversion.

På www.soi2016.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.

Instagram

Det näst största sociala nätverket bland svenska internetanvändare är Instagram som lanserades i oktober 2010.

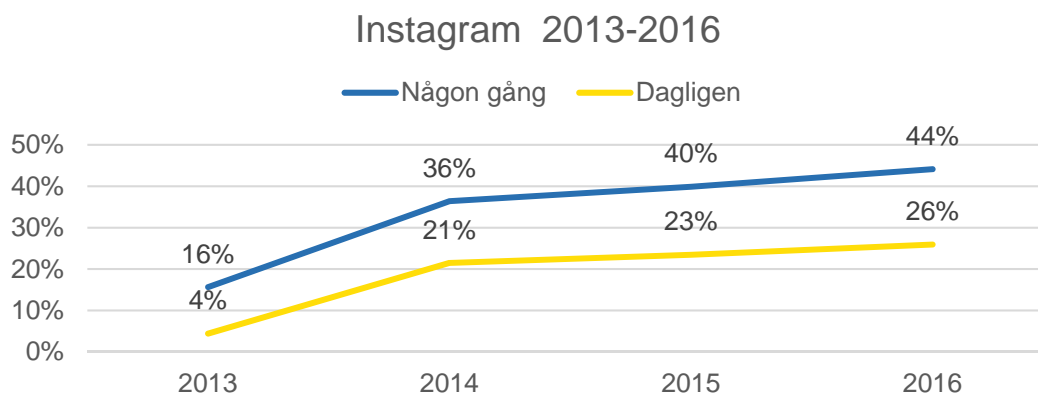


Diagram 5.11 Andel internetanvändare (12+ år) som dagligen respektive någon gång använder Instagram åren 2013-2016.

Användningen av Instagram har fortsatt att öka. 44 procent använder någon gång Instagram 2016 jämfört med 40 procent året innan. 26 procent gör det dagligen.

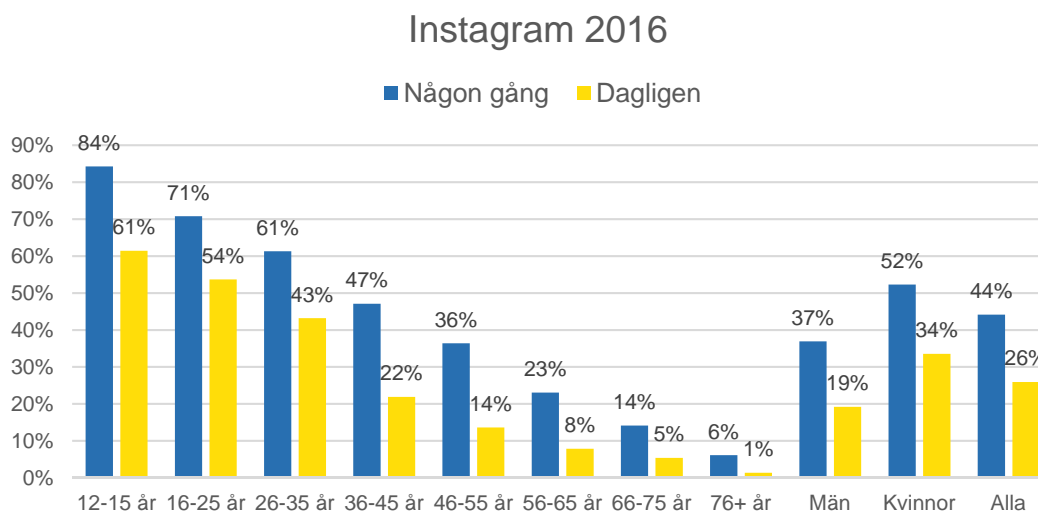


Diagram 5.12 Andel internetanvändare (12+ år) som dagligen respektive någon gång använder Instagram, fördelat på ålder och kön 2016.

Störst andel Instagramanvändare finns i den yngsta åldersgruppen, bland de mellan 12-15 år. Sedan sjunker användningen stadigt med ökande ålder.

Mer än hälften av alla kvinnor använder någon gång Instagram, en tredjedel gör det dagligen. För män är motsvarande siffror 37 procent som någon gång använder Instagram och var femte som gör det dagligen. I alla åldersgrupper är det fler kvinnor än män som använder Instagram. Mer än hälften av alla kvinnor under 35 år använder Instagram dagligen. Bland de yngsta kvinnorna, de som är 12-15 år, är det tre av fyra (76 %) som är dagliga användare och nästan alla av de yngsta (96 %) använder Instagram någon gång.

Snapchat

Snapchat lanserades i september 2011 och är det sociala nätverk som ökat mest i Sverige mellan 2015 och 2016. Men det är fortfarande sällsynt med dagliga Snapchatanvändare som är över 35 år.

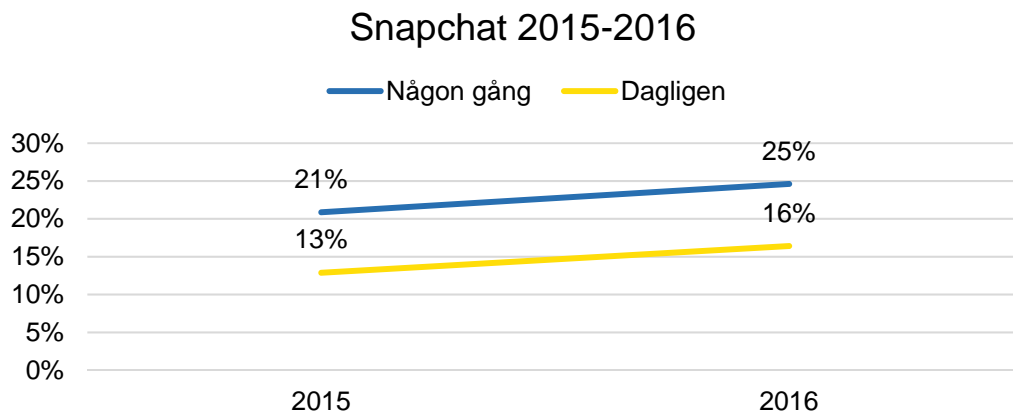


Diagram 5.13 Andel internetanvändare (12+ år) som dagligen respektive någon gång använder Snapchat 2015 och 2016.

En fjärdedel av alla internetanvändare använder någon gång Snapchat vilket är en ökning sedan 2015 då det var 21 procent. 16 procent använder Snapchat dagligen, men det är stor skillnad i användning mellan de som är under eller över 25 år.

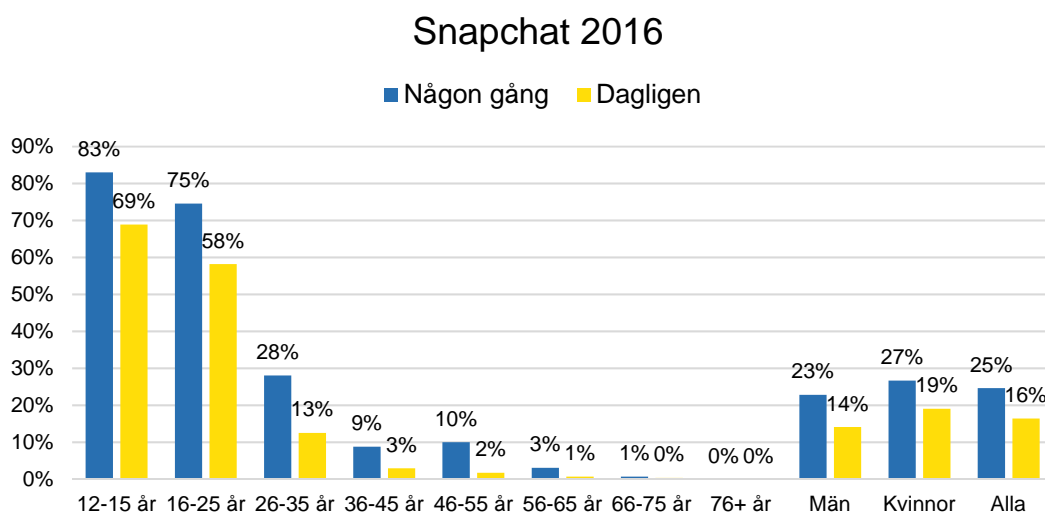


Diagram 5.14 Antal internetanvändare (12+ år) som dagligen respektive någon gång använder Snapchat, fördelat på ålder och kön 2016.

Upp till 25 år är det minst 75 procent som använder Snapchat och minst 58 procent som gör det dagligen. Över 56 år finns det knappt några användare alls och de dagliga användarna är så få att de inte går att mäta. I åldern 36-55 år uppger var tionde att de någon gång använder Snapchat, men enbart ett par procent använder tjänsten dagligen. Oavsett ålder så är det högre andel kvinnor än män som använder Snapchat.

Snapchat 2015-2016 dagligen

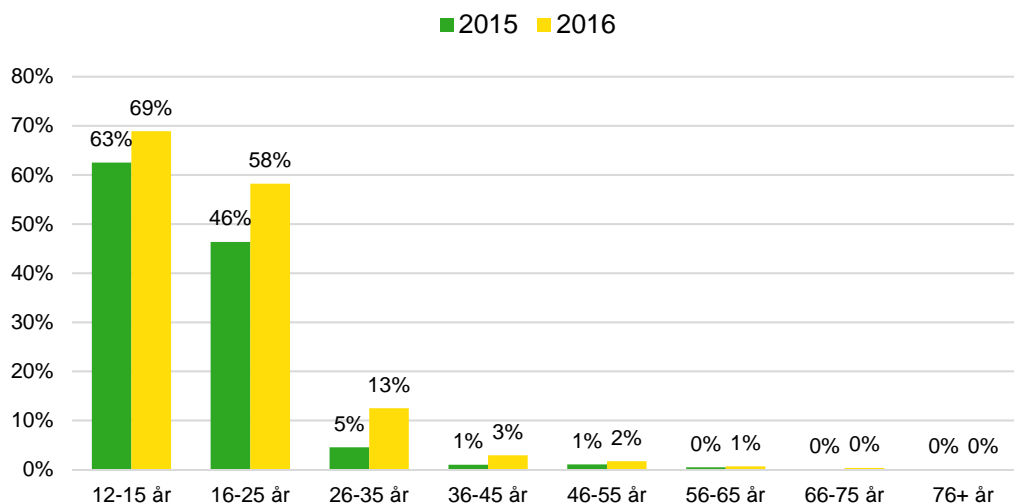


Diagram 5.15 Andel internetanvändare (12+ år) som dagligen använder Snapchat 2015 och 2016.

Flest nytilkomna dagliga snapchattare finns i åldern 16-25 år där andelen ökat med 12 procentenheter till 58 procent vilket innebär att över hälften i denna åldersgrupp är dagliga Snapchattare. Andelen dagliga användare i åldern 26-35 år har ökat med 8 procentenheter vilket är mer än en fördubbling på ett år.

Snapchat 11-19-åringar

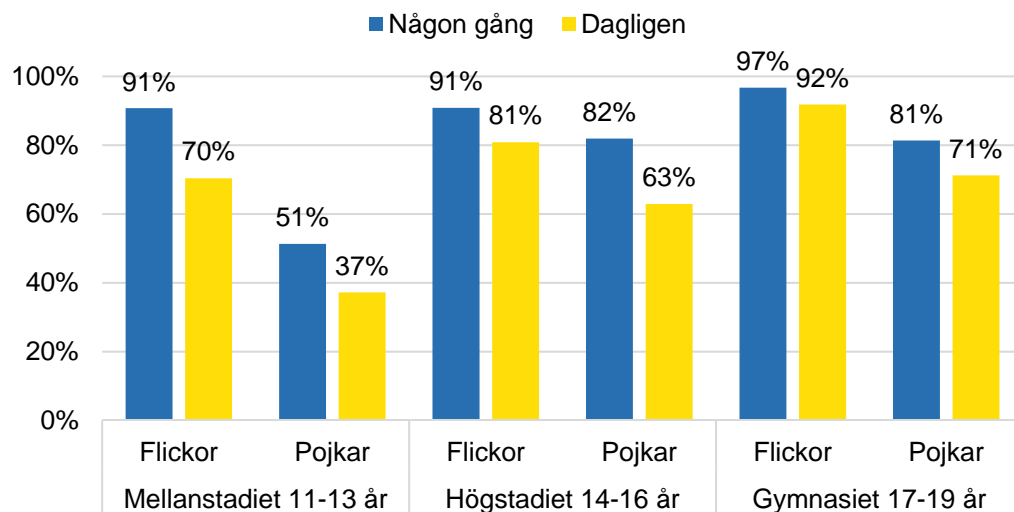


Diagram 5.16 Andel internetanvändare (11-19 år) som dagligen respektive någon gång använder Snapchat, fördelat på ålder och kön 2016.

Snapchat är väldigt populärt bland skolelever. Över 90 procent av alla flickor i 11-19 års ålder använder Snapchat och en stor del gör det dagligen. Bland flickorna på gymnasiet är det nästan alla (97 %) som använder Snapchat och 92 procent som gör det dagligen. Det är den största andelen dagliga användare av en tjänst som uppmätts i årets undersökning. Den dagliga användningen av Snapchat bland pojkar i gymnasieåldern är 71 procent, 81 procent är där någon gång.

LinkedIn

LinkedIn lanserades i maj 2003 och är 2016 det tredje största sociala nätverket i Sverige sett till hur stor andel av internetanvändarna över 16 år som använder det.

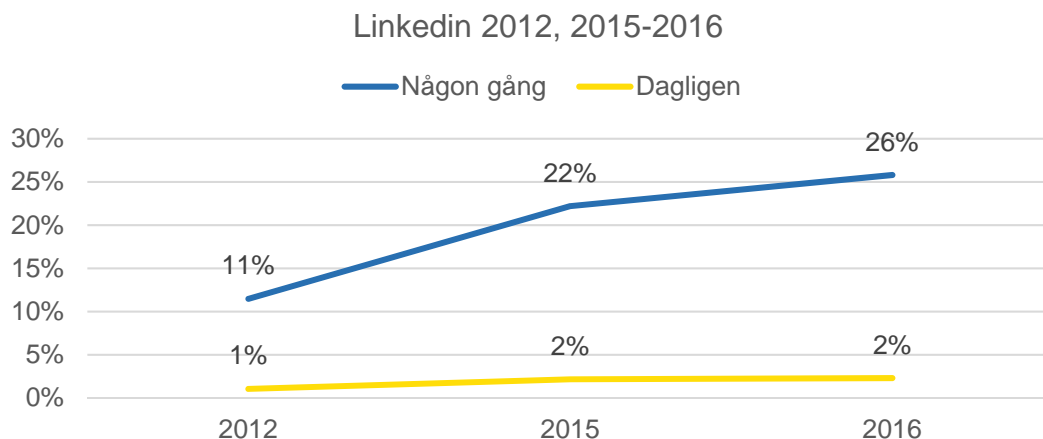


Diagram 5.17 Andel internetanvändare (16+ år) som dagligen respektive någon gång använder LinkedIn år 2012, 2015 och 2016.

26 procent av alla internetanvändare använder någon gång LinkedIn. En ökning jämfört med 2015 då det var 22 procent som använde LinkedIn någon gång. Den dagliga användningen av LinkedIn är låg, endast 2 procent.

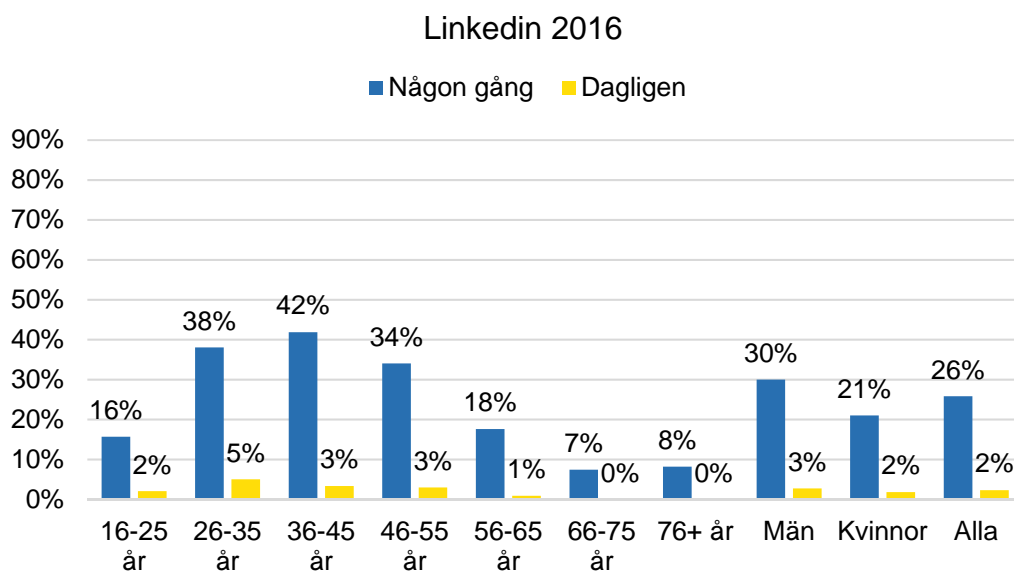


Diagram 5.18 Andel internetanvändare (16+ år) som dagligen respektive någon gång använder LinkedIn 2016.

Störst andel LinkedInanvändare finns i åldersgruppen 26-55 år där mer än var tredje använder LinkedIn åtminstone någon gång. Det är högre andel män än kvinnor som använder LinkedIn i alla åldersgrupper. Hälften av männen mellan 36 och 45 år använder LinkedIn någon gång, vilket gör det till den grupp som har högst andel LinkedInanvändare.

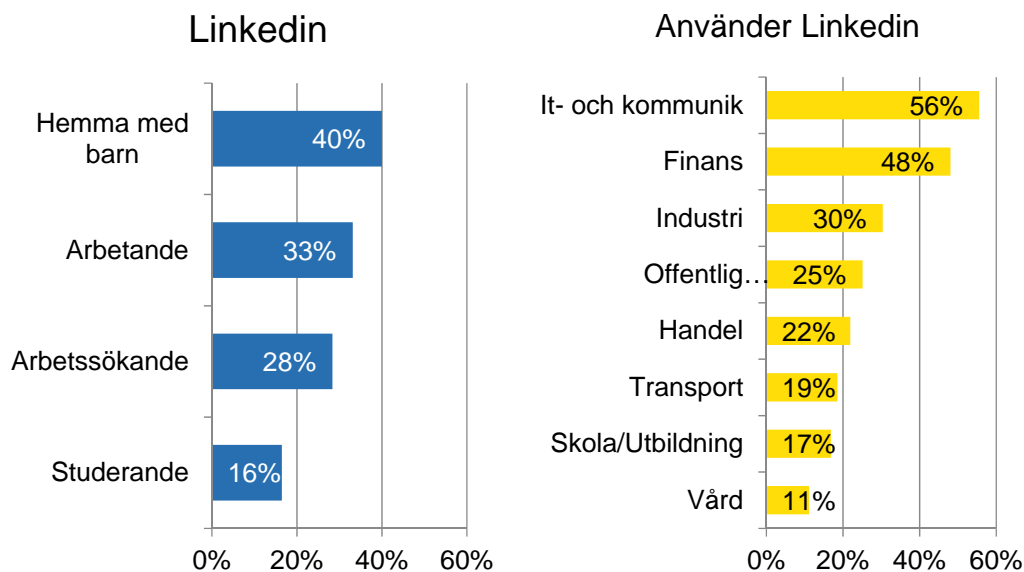


Diagram 5.19 Andel internetanvändare (16+ år) som någon gång använder LinkedIn, fördelat på sysselsättning och bransch.

Det är tydligt att LinkedIn är ett nätverk för personer i arbetslivet. En tredjedel av alla som uppgett att de arbetar (som svar på frågan om sysselsättning) använder någon gång LinkedIn. 28 procent av de arbetslösa och 16 procent av studenterna använder LinkedIn. Över hälften av de som är sysselsatta i it- och kommunikationsbranschen använder LinkedIn medan färre än var femte inom vård och skola använder tjänsten.

Twitter

Twitter lanserades 2006 och efter flera års stadigt ökad användning har trenden brutits. 2016 använder färre än var femte internetanvändare Twitter.

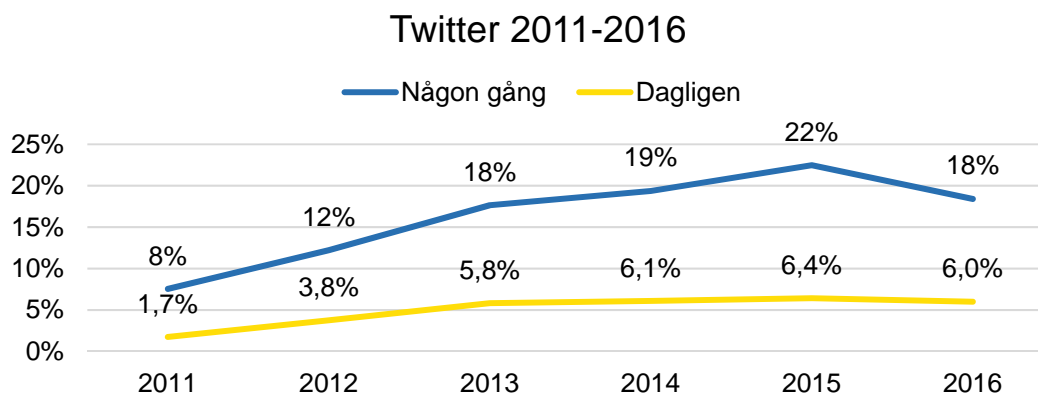


Diagram 5.20 Andel internetanvändare (12+ år) som dagligen respektive någon gång använder Twitter åren 2011-2016.

18 procent använder någon gång Twitter, 6 procent gör det dagligen. Såväl den dagliga som den sporadiska användningen har minskat 2016 jämfört med både 2014 och 2015. Inte ens hälften (45 %) av de som besöker Twitter skriver själva någon gång någonting. 3 procent av Twitterbesökarna twittrar dagligen, det vill säga skriver själva något på Twitter.

Twitter 2016

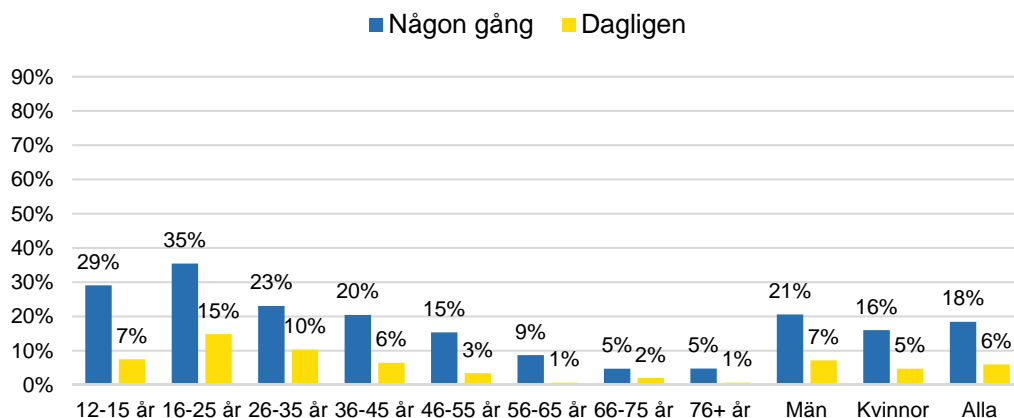


Diagram 5.21 Andel internetanvändare (12+ år) som dagligen respektive någon gång använder Twitter 2016.

Störst andel Twitteranvändare finns bland de unga, de under 25 år. Ser man även till kön så är det i grupperna män mellan 16-35 år och kvinnor 12-25 år som man hittar över en tredjedel av Twitter-användarna. Flest dagliga Twitteranvändare (15 %) finns bland ungdomar 16-25 år samt män 26-35 år. I åldersgruppen 12-15 år är det fler kvinnor än män som använder Twitter, men i övriga åldersgrupper är det fler män än kvinnor som använder Twitter.

Kik

Kik är en tjänst för gruppchatt som lanserades 2010. I år är första gången Kik ingår i undersökningen.

Kik 2016

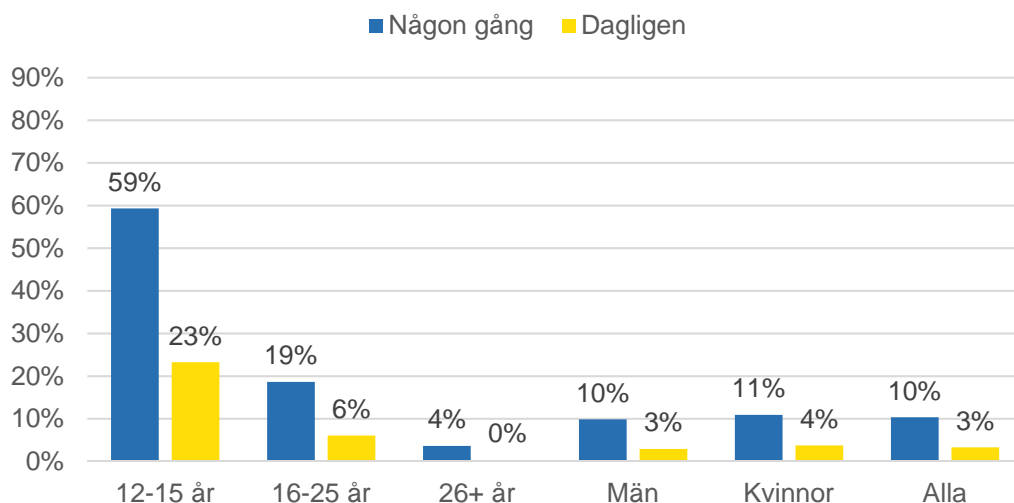


Diagram 5.22 Andel internetanvändare (12+ år) som använder Kik dagligen respektive någon gång 2016.

10 procent av alla internetanvändare använder någon gång Kik och 3 procent gör det dagligen. Skillnaderna mellan åldersgrupperna är stora. I åldern 12-15 år är det

59 procent som använder Kik och 23 procent som gör det dagligen. I åldern 16-25 år är det 19 procent som använder Kik, 6 procent dagligen. Bland de som är 26 år eller äldre är det 4 procent som någon gång använder Kik, men inte ens 1 procent som gör det dagligen.

Reddit

Reddit är en social nyhetssida på internet som grundades 2005. I år är första gången Reddit ingår i undersökningen.

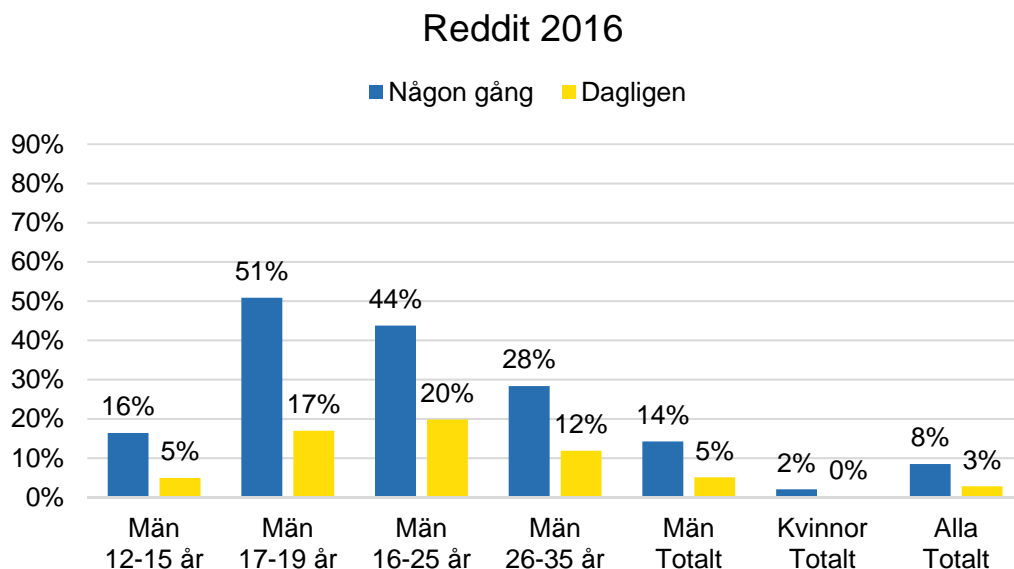


Diagram 5.23 Andel internetanvändare (12+ år) som dagligen respektive någon gång använder Reddit 2016.

8 procent av alla internetanvändare använder någon gång Reddit, 3 procent dagligen. Skillnaderna mellan könen är stora. 14 procent av männen har någon gång använt Reddit jämfört med 2 procent av kvinnorna. Skillnaderna är även stora mellan olika åldrar. Mer än hälften av alla pojkar på gymnasiet använder Reddit någon gång och 17 procent gör det dagligen. 44 procent av männen mellan 16-25 år och 28 procent av männen mellan 26-35 år besöker Reddit.

Svenskarna och internet 2016 finns i webbversion.

På www.soi2016.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.

Demografin i sociala nätverk

Vilka sociala nätverk som dominerar i de olika demografiska grupperna varierar.

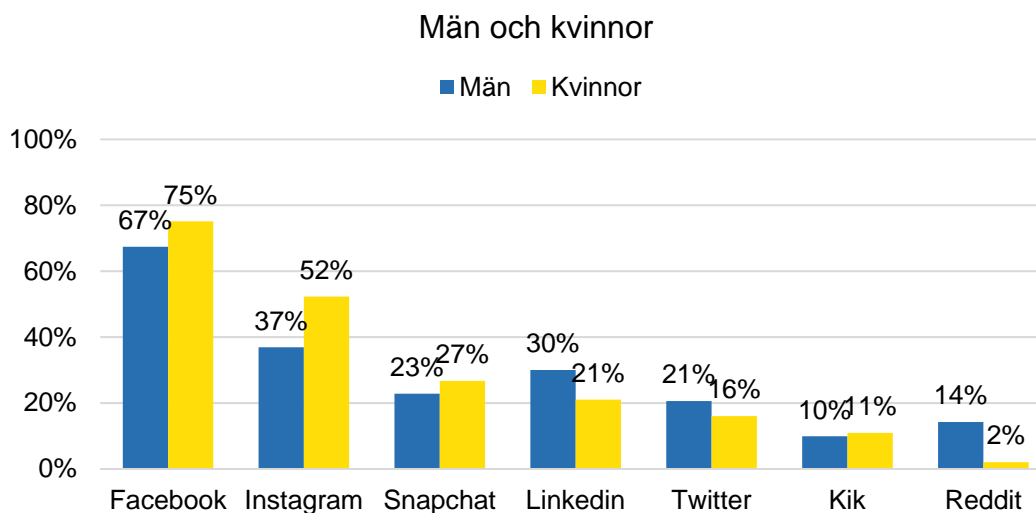


Diagram 5.24 Andel internetanvändare (12+ år) som någon gång använder olika sociala nätverk fördelade på män och kvinnor 2016.

De populäraste sociala nätverken oavsett kön är Facebook och Instagram. Snapchat är populärare bland kvinnor än LinkedIn, medan det är tvärt om bland männen. Twitter kommer på femte plats oavsett kön. Kik är lika populärt bland män som kvinnor medan Reddit är betydligt mer populärt bland män än kvinnor.

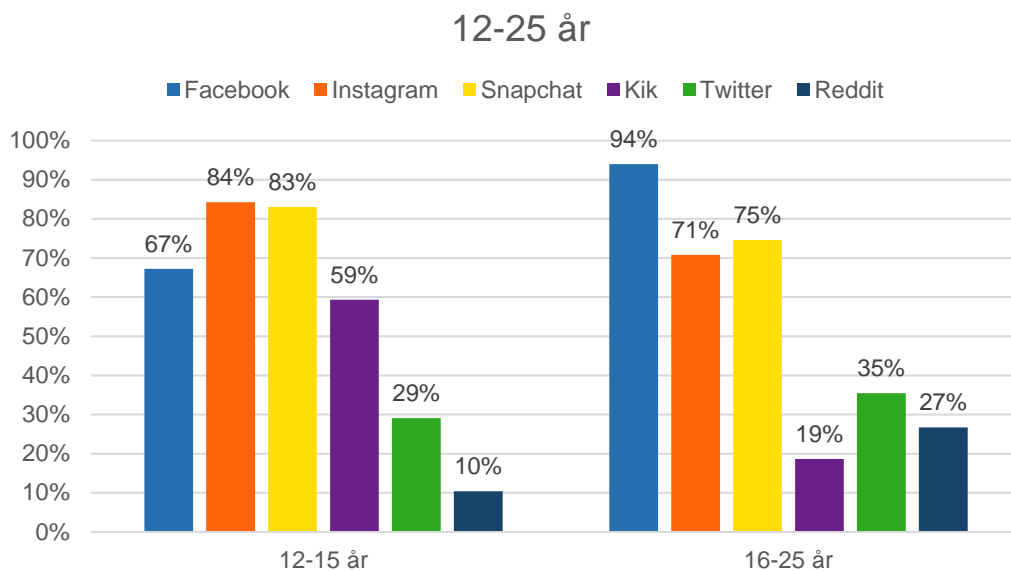


Diagram 5.25 Andel internetanvändare i åldern 12-25 år som någon gång använder olika sociala nätverk 2016.

I åldersgruppen 12-15 år är Snapchat och Instagram populärast med över 80 procent som någon gång använder dem. Därefter kommer Facebook och Kik med omkring 60 procent användare.

I åldersgruppen 16-25 år tar Facebook över som det populäraste sociala nätverket och håller den ställningen i alla åldrar uppåt. På delad andraplats kommer Snapchat och Instagram med lite drygt 70 procent.

26-65 år

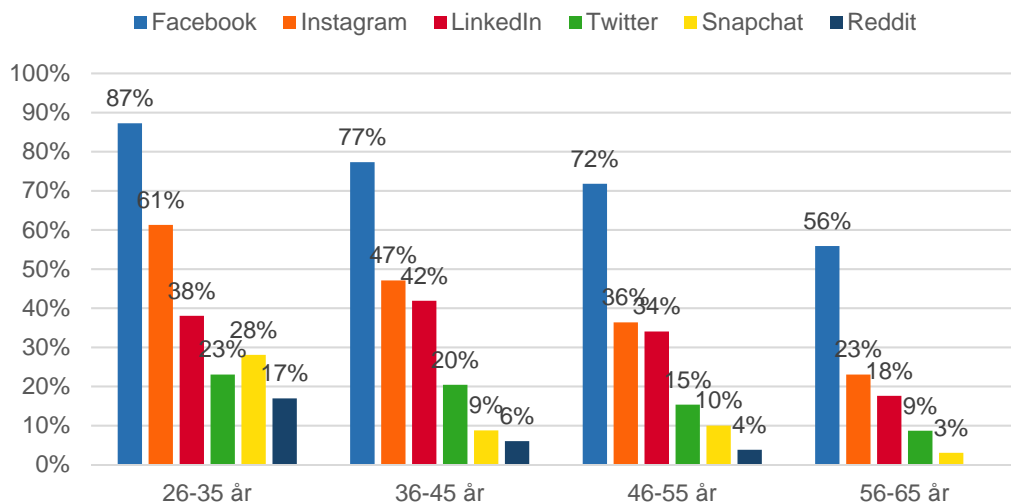


Diagram 5.26 Andel internetanvändare i åldern 26-55 år som någon gång använder olika sociala nätverk 2016.

I alla åldersgrupper mellan 26 och 65 år är det Facebook som är det sociala nätverk som är mest besökt, följt av Instagram och LinkedIn. I åldern 26-35 år är Snapchat populärare än Twitter, men i alla andra grupper mellan 36 och 65 år är Twitter tvärtom populärare än Snapchat. Minst besökt är Reddit och Kik.

66+ år

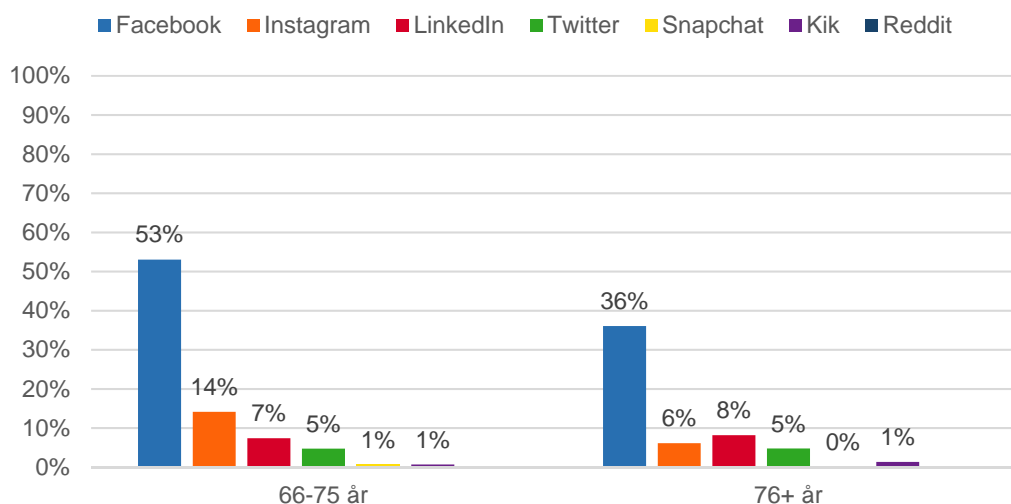


Diagram 5.27 Andel internetanvändare 66 år och äldre som någon gång använder olika sociala nätverk 2016.

I åldern över 66 år är Facebook det dominerande sociala nätverket. Ingen annan tjänst når över 15 procent av internetanvändarna.

Kommunikationstjänster

E-post

Möjligheten att skicka elektroniska meddelanden mellan varandra har funnits långt före internet fick sitt genombrott. Redan i början av 70-talet spelade man till exempel schack genom att skicka sina drag med e-post. Andelen internetanvändare som använder e-post har stadigt legat på en nivå runt 95 procent de senaste nio åren.

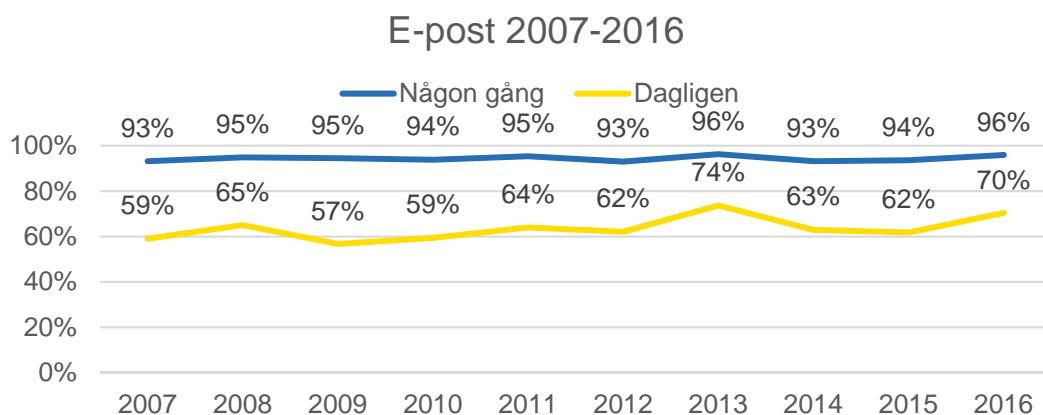


Diagram 5.28 Andel internetanvändare (12+ år) som någon gång respektive dagligen använder e-post-tjänster 2007-2016.

96 procent använder e-post 2016. Ungefär två av tre gör det varje dag. Det är ingen skillnad mellan könen i användning av e-post, bland såväl män som kvinnor är det 96 procent som någon gång använder e-post och 70 procent som gör det varje dag.

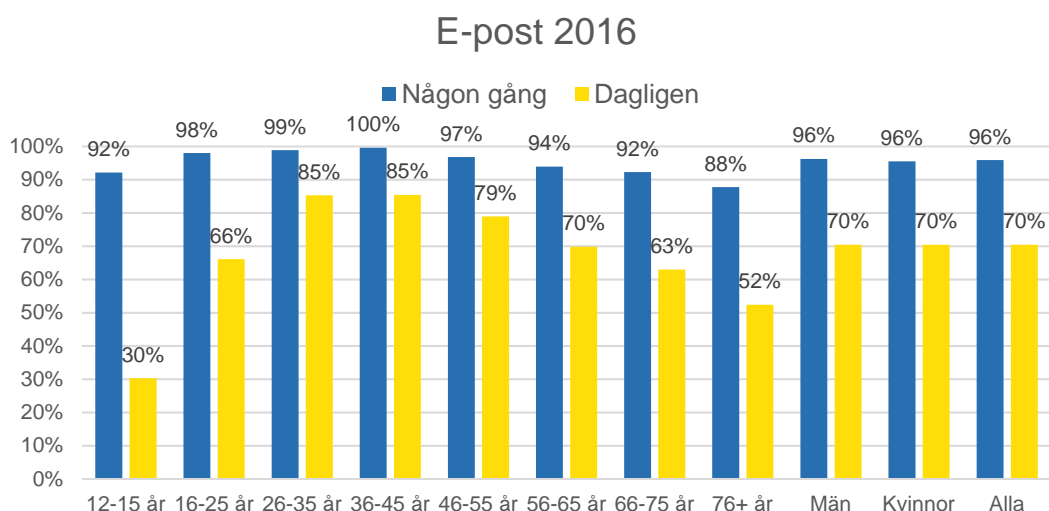


Diagram 5.29 Andel internetanvändare (12+ år) som använder e-post dagligen och någon gång fördelat på ålder 2016.

Andelen internetanvändare som använder e-post är hög i alla åldersgrupper. Högst är den i åldern 36-45 år där så gott som alla (99,6 %) använder e-post. Den dagliga användningen bland internetanvändare är hög i alla åldrar utom bland de

Yngsta, de som är 12-15 år. Där är det färre än var tredje som är daglig användare. I åldern 25-45 år är det 85 procent som använder e-post dagligen.

Direkta textmeddelanden, så kallade chatt-tjänster

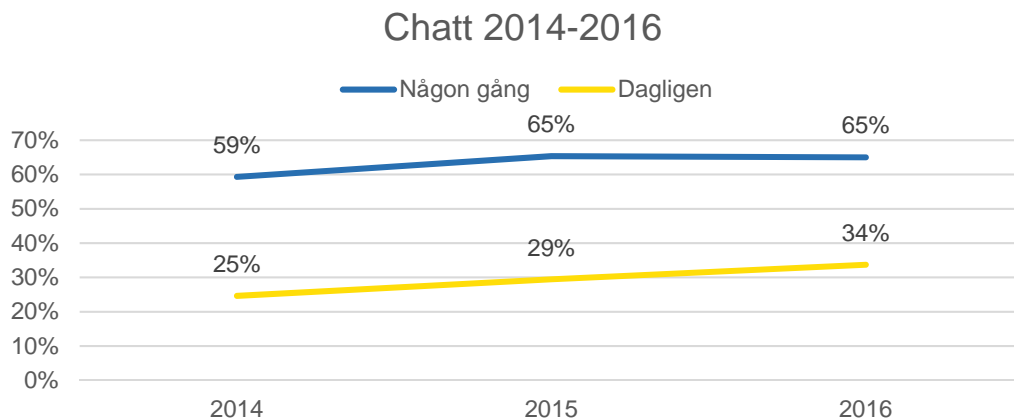


Diagram 5.30 Andel internetanvändare (12+ år) som dagligen eller någon gång använder chatt-tjänster 2014-2016.

Två av tre (65 %) internetanvändare använder chatt-tjänster 2016 vilket är samma nivå som året innan, men 6 procentenheter fler än 2014. En av tre (34 %) gör det dagligen, vilket är en ökning med 5 procentenheter på ett år.

Chatt, instant messaging 2016

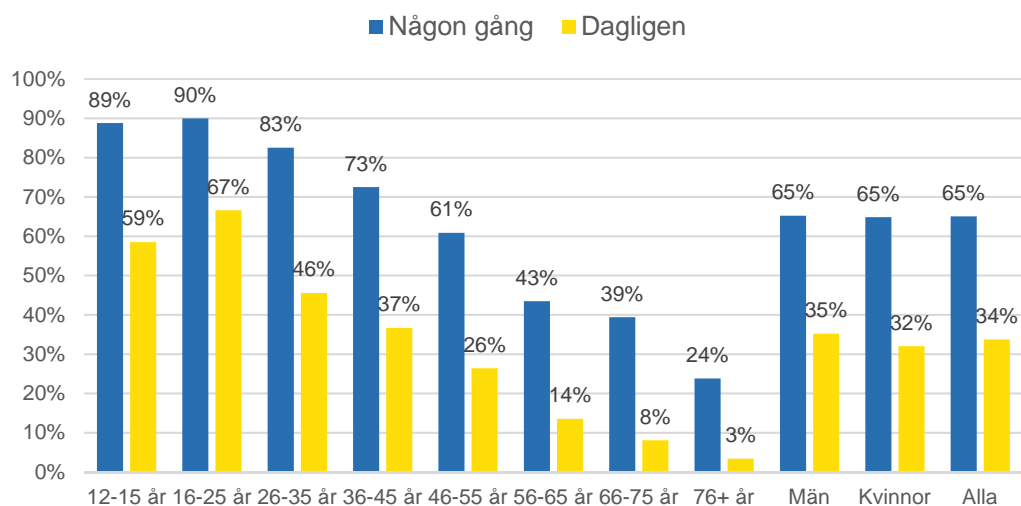


Diagram 5.31 Andel internetanvändare (12+ år) som använder chatt-tjänster dagligen respektive någon gång fördelat på ålder och kön, 2016.

Det syns ingen större skillnad i användning mellan könen, men däremot mellan olika åldersgrupper. Upp till 25 år är det 90 procent som använder chatt-tjänster, nästan två av tre dagligen. Sedan sjunker graden av användning med stigande ålder. Bland de äldsta internetanvändarna, de över 76 år använder en fjärdedel någon gång chatt-tjänster men så få som 3 procent gör det dagligen.

Telefonsamtal över internet

Andelen internetanvändare som ringer upp eller tar emot telefonsamtal över internet ökar stadigt.

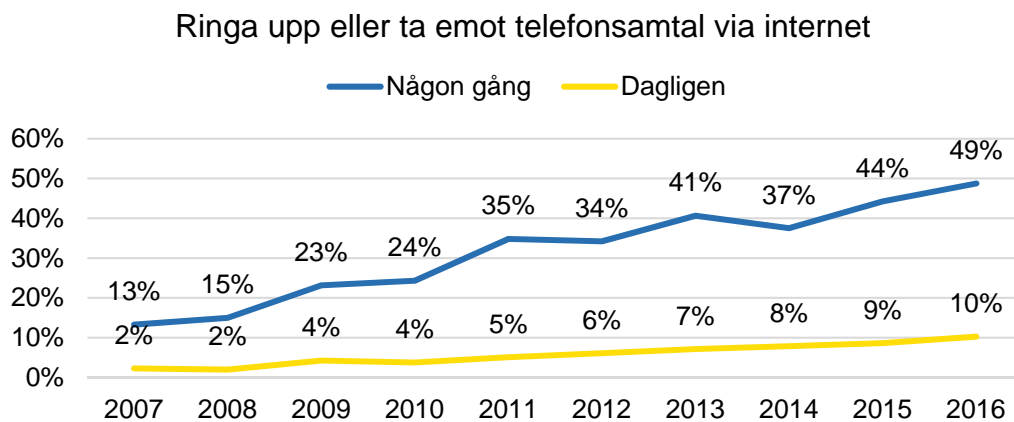


Diagram 5.32 Andel internetanvändare (12+ år) som dagligen respektive någon gång ringer upp eller tar emot telefonsamtal över internet 2007-2016.

Det är nu nära hälften av alla internetanvändare som ringer eller tar emot telefonsamtal över internet någon gång. För nio år sedan, 2007, var det 13 procent som någon gång gjorde det. Även den dagliga användningen har ökat stadigt, med ungefär en procentenhet årligen, från 2 procent 2007 till 10 procent 2016.

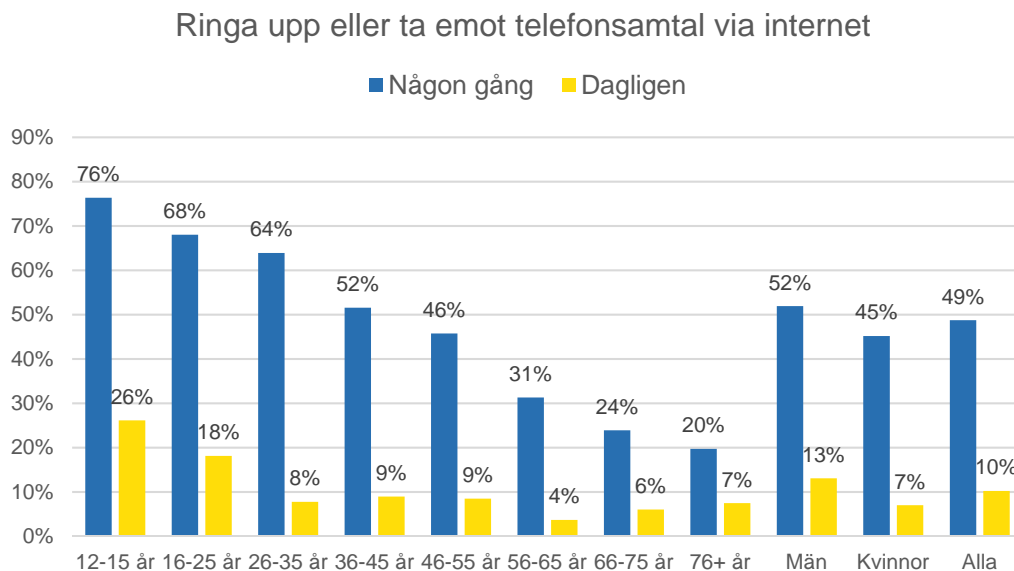


Diagram 5.33 Andel internetanvändare (12+ år) som dagligen respektive någon gång ringer eller tar emot telefonsamtal över internet fördelat på ålder 2016.

Högst andel telefonpratare finns i den yngsta åldersgruppen 12-15 år där tre av fyra någon gång samtalar och en av fyra gör det dagligen. Andelen sjunker sedan med ökande ålder. Den dagliga användningen är betydligt lägre än för e-post och chatt-tjänster. Det är högre andel män än kvinnor som ringer eller tar emot telefonsamtal via internet.

Videosamtal över internet

Även andelen internetanvändare som ringer eller tar emot samtal med rörlig bild ökar stadigt. På senare år tycks ökningen gått hand i hand med röstsamtalen.

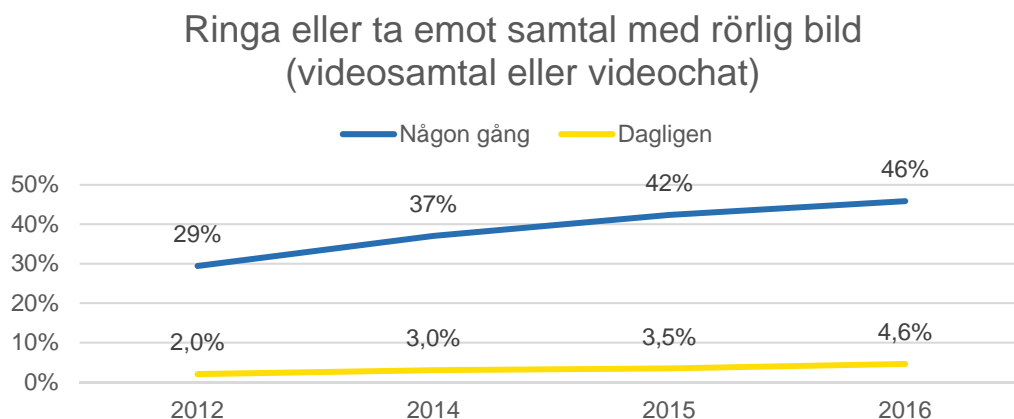


Diagram 5.34 Andel internetanvändare (12+ år) som dagligen respektive någon gång ringer eller tar emot samtal med rörlig bild 2012, 2014-2016.

Nästan hälften (46 %) av internetanvändarna ringer någon gång eller tar emot samtal med rörlig bild. Det är en ökning med 4 procentenheter jämfört med 2015 då det var 42 procent. 4,6 procent använder dagligen videosamtal, vilket är en ökning med 1 procentenhet sedan 2015.

Skype

Skype lanserades 2003 av bland andra svensken Niklas Zennström. Skype är en kommunikationstjänst som kan hantera textmeddelanden, röstsamtal, videosamtal och videokonferenser.

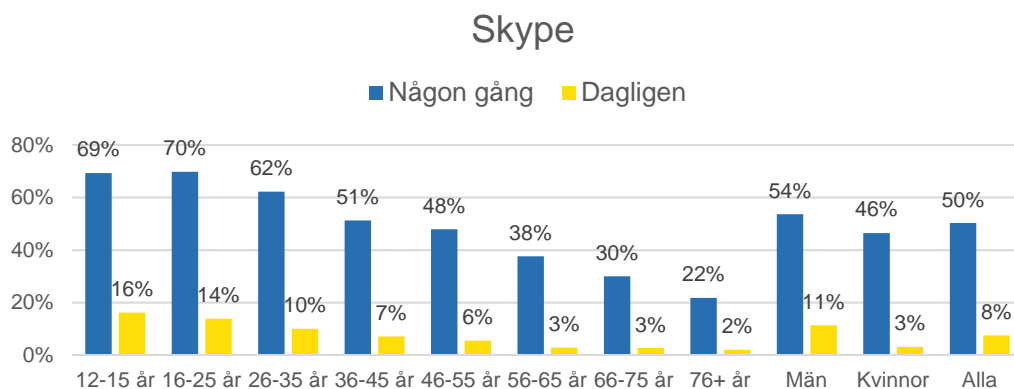


Diagram 5.35 Andel internetanvändare (12+ år) som dagligen respektive någon gång använder tjänsten Skype fördelat på ålder och kön 2016.

Hälften av internetanvändarna använder någon gång Skype. 8 procent gör det dagligen. Det är fler män än kvinnor som använder Skype och framför allt är det fler män som är dagliga användare. Den största gruppen Skypeanvändare finns bland unga män mellan 12-25 år där tre av fyra är användare. Nästan en tredjedel (30 %) av pojkar i åldern 12-15 år är dagliga användare

Bloggande

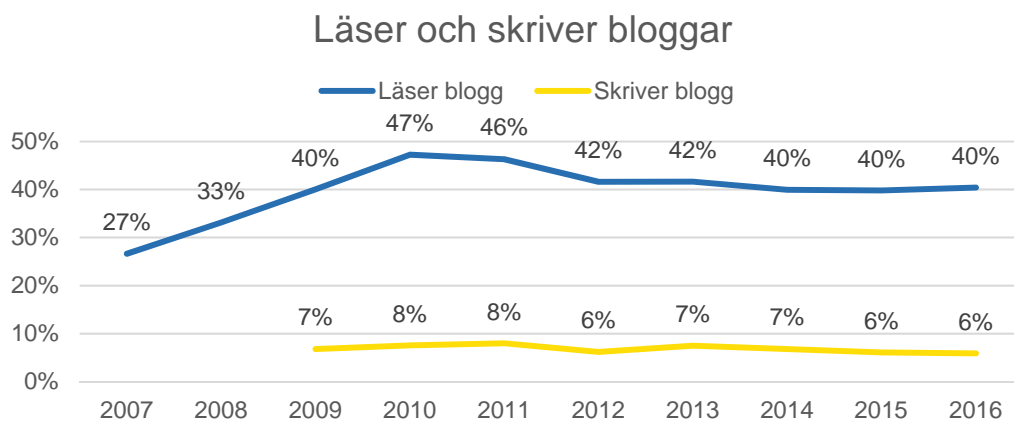


Diagram 5.36. Andel internetanvändare (12+ år) som någon gång läser respektive skriver bloggar.

En blogg är en webbplats som innehåller periodiskt publicerade inlägg eller dagboksanteckningar där inläggen är ordnade så att de senaste inläggen oftast är högst upp. Det publika genombrottet för bloggen i Sverige kom först efter tsunamin i Indiska oceanen 26 december 2004.

Bloggläsandet ökade till en början kraftigt från att drygt var fjärde (27 %) internetanvändare läste bloggar 2007 till nästan hälften (47 %) 2010. De senaste åren har läsandet stabiliserats till en nivå där 40 procent av internetanvändare läser bloggar och 7 procent gör det dagligen.

På senare år har videobloggar blivit vanligare. Somliga av de som tidigare läste bloggar har antagligen övergått till att titta på videobloggar.

6 procent skriver själva bloggar vilket är ungefär samma andel som det varit under de senaste åren.

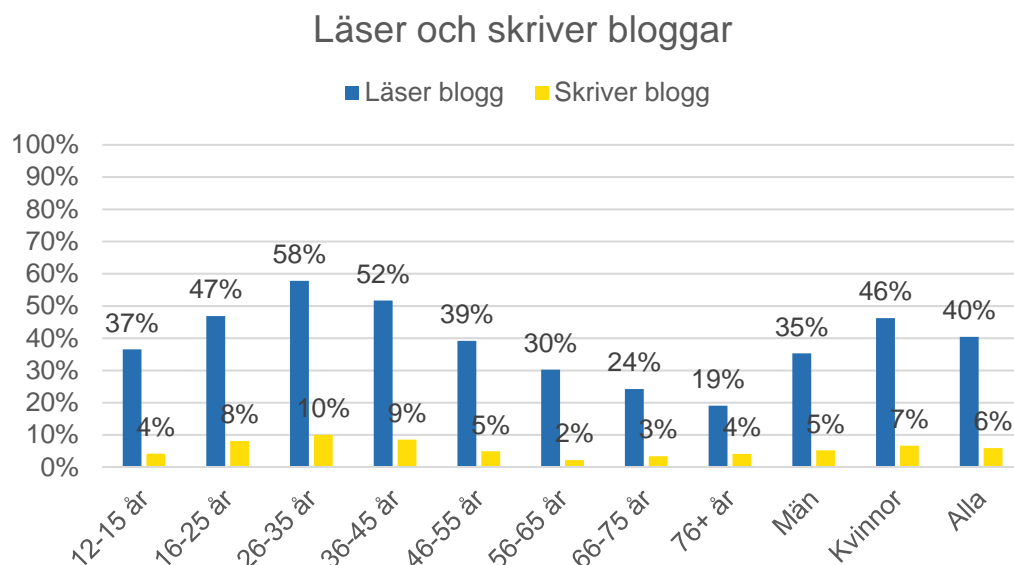


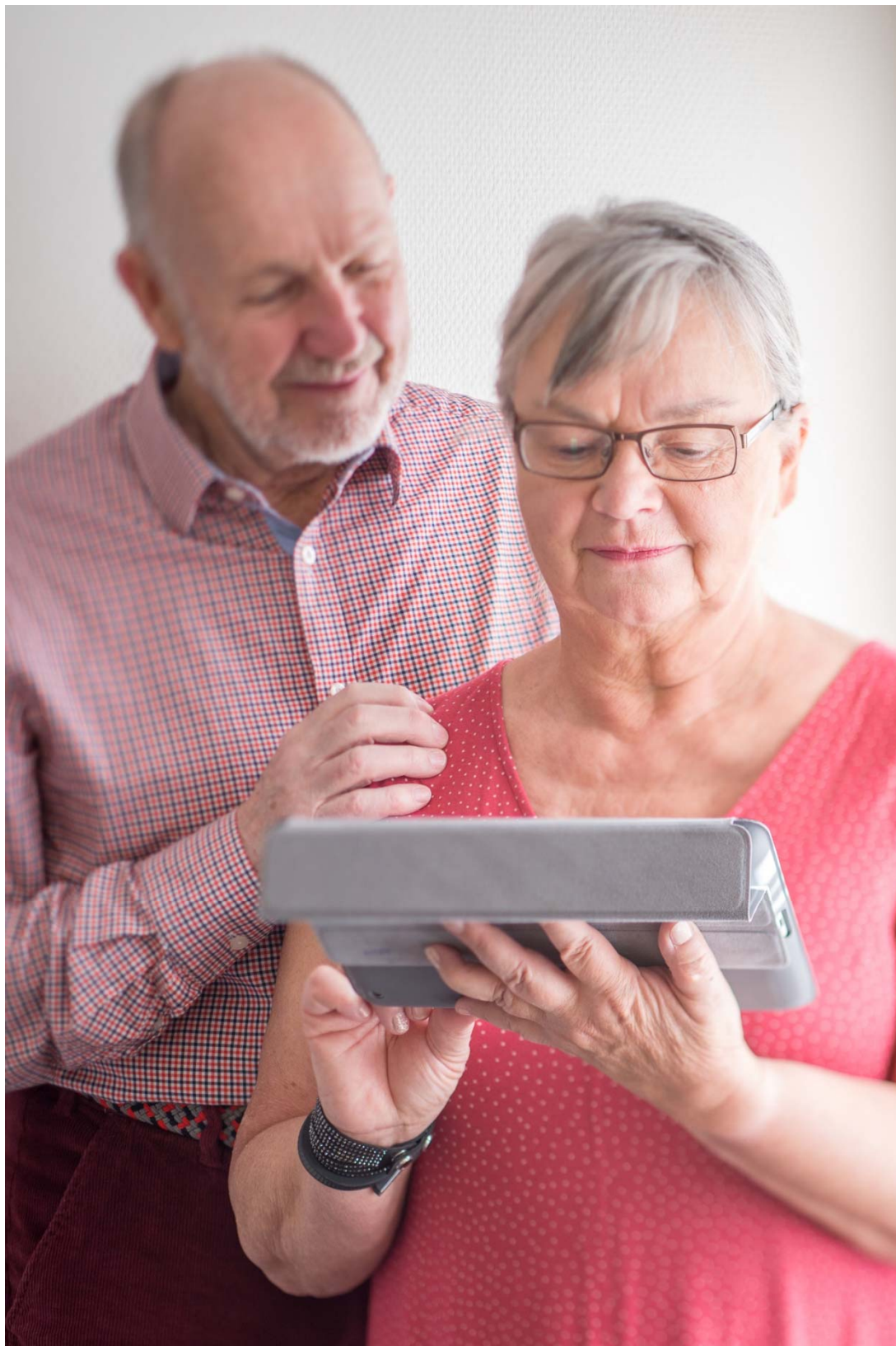
Diagram 5.37 Andel internetanvändare (12+ år) som läser bloggar någon gång och dagligen 2016.

Det är mer vanligt att kvinnor läser bloggar (46 %) än män (35 %). I åldern 26-45 år är det mer än hälften av både män och kvinnor som läser bloggar. Störst andel dagliga bloggläsare finns i åldern 16-35 år där var åttonde (12 %) läser bloggar dagligen.

Störst andel bloggare finns i åldern 26-35 år där så många som var tionde bloggar någon gång.

Svenskarna och internet 2016 finns i webbversion.

På www.soi2016.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.



6 dejting på internet

Ju yngre man är desto vanligare är det att ha använt någon form av nätdejting. Bland 16-25-åringarna har två av tio gjort det, medan en av tio mellan 26-45 år nätdejtat. Det är överlag fler män än kvinnor som nätdejtat. Av de som använt dessa tjänster har fyra av tio inte träffat någon, medan ungefär lika många träffat någon utan resultat. Var femte nätdejtare har haft lyckat resultat: 16 procent startade en relation och 3 procent blev sambo eller gifte sig.

Vi har i år ställt frågor om dejtingsajter och dejtingappar.

Först ställer vi en generell fråga till alla internetanvändare i vuxenundersökningen: *"Hur ofta använder du dig av så kallade dejtingsajter eller appar på internet? Tex. Match, Mötesplatsen, Tinder med flera?"*

Lite senare i samma undersökning frågar vi om en rad specifika internettjänster, där Tinder är en namngiven tjänst.

En liten andel av de tillfrågade i undersökningen, som är i åldern 16-25 år, har svarat att de aldrig använder dejtingsajter eller dejtingappar, men har ändå senare svarat att de använder Tinder. Det får nog tolkas som att de kanske betraktar Tinder som en social mötesplats snarare än en dejting-tjänst.

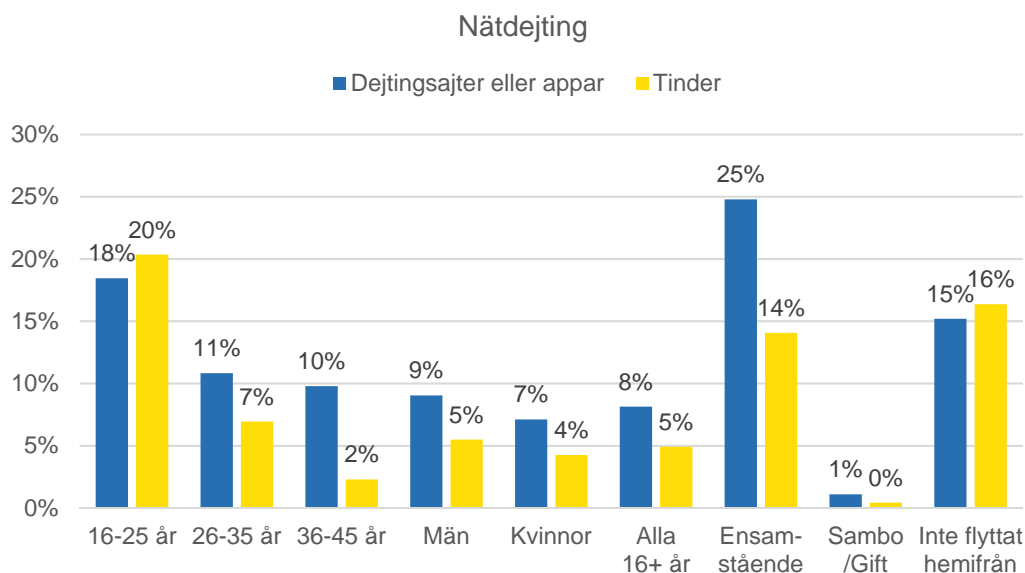


Diagram 6.1: Andel internetanvändare (16+ år) som använder dejtingsajter/dejtingappar respektive Tinder 2016.

8 procent av alla internetanvändare över 16 år uppger att de någon gång besöker en dejtingsajt eller använder en dejtingapp. 5 procent uppger att de använt dejtingappen Tinder. Ju yngre man är desto vanligare är det att ha använt någon form av nätdejting. 18 procent av 16-25-åringarna har någon gång använt

nätdejting och omkring 10 procent av dem i åldern 26-45 år. Det är överlag fler män (9 %) än kvinnor (7 %) som utforskat dejtingtjänsterna. Av de unga som inte flyttat hemifrån är det drygt 15 procent som använder dejtingtjänster och bland de ensamstående är det en fjärdedel (25 %). Bland de som är sammanboende eller gifta är det endast 1 procent som uppger att de använder nätdejting och nästan ingen alls (0,4 %) som använt Tinder.

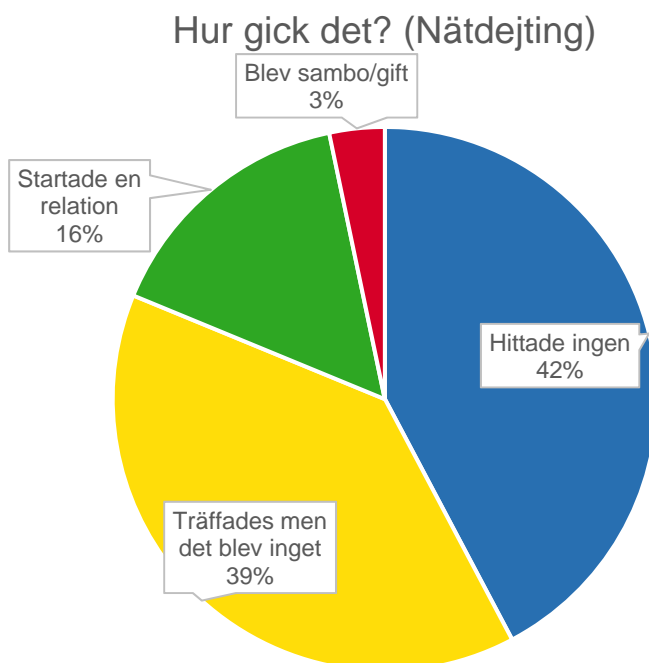


Diagram 6.2: Erfarenhet av dejtingtjänster. Andel av de som besökt en dejtingsajt eller använt en dejtingapp 2016.

Bland de 8 procent som har använt dejtingtjänster uppger 42 procent att de inte hittade någon, medan en nästan lika stor andel (39 %) uppger att de träffade någon, men att det inte blev något. Var femte som provat dejtingtjänster har haft lyckat resultat: 16 procent startade en relation och ytterligare 3 procent blev sambo eller gifte sig.

Svenskarna och internet 2016 finns i webbversion.

På www.soi2016.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.



7 E-handel, internetbank och betaltjänster

Nio av tio internetanvändare har någon gång e-handlat, särskilt i yngre åldrar där nästan alla gör det regelbundet. Fler och fler, nu mer än hälften, säljer även saker på nätet. Användandet av internetbank ligger stabilt runt 90 procent. Andelen som besöker banken via datorn minskar något, medan bank i mobil nästan fördubblats under de senaste tre åren. Färre betalar också räkningar via datorn jämfört med för tre år sedan, men tre gånger fler gör det i mobilen och mer än dubbelt så många använder surfplattan. Fyra av fem med smart mobil använder mobilt bankID och två tredjedelar swishar.

Köpa saker/tjänster via internet

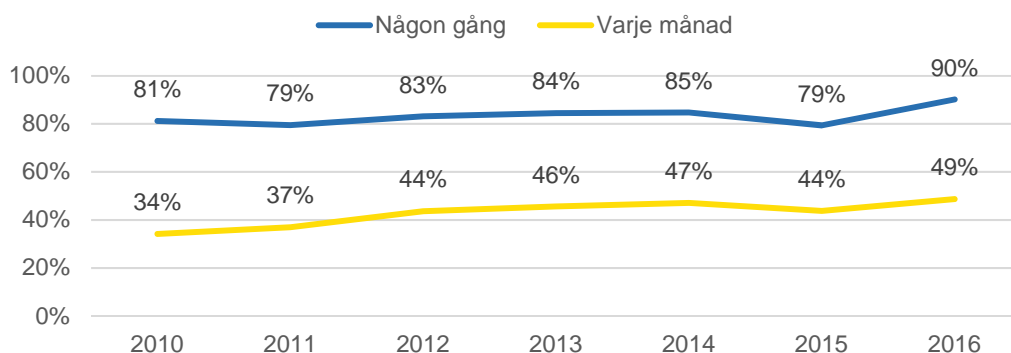


Diagram: 7.1 Andel internetanvändare (18+ år) som någon gång köper saker eller tjänster via internet

E-handeln, mätt i andelen av internetanvändarna som någon gång köper en sak eller en tjänst via internet, låg kring drygt 80 procent i flera år. Men 2015 kunde vi se en minskning från 85 till 79 procent i alla åldersgrupper. Minskningen skapade huvudbry. Kunde det vara så att tolkningen av "köpa saker eller tjänster via internet" förändrats på senare år? En person som säljer något via en annons på Blocket tycker kanske inte att denne säljer via internet, medan en person som ser en annons på Blocket och sedan går hem till en privatperson och köper en barnvagn, inte heller ser det som att denne har köpt en vara via internet.

I Postnords "E-barometern" definieras e-handel som "internetförsäljning av varor som levereras hem, till ett utlämningsställe eller hämtas i butik, lager eller utlämningslokal av konsument".

I årets undersökning formulerade vi därför om frågan till tre nya frågor:

Hur ofta använder du internet för...

- att köpa varor/tjänster som levereras över internet (t ex program, biljetter, filmer)?
- att köpa saker/tjänster som levereras med posten?
- att köpa saker/tjänster som hämtas upp i butik?

E-handel 2016

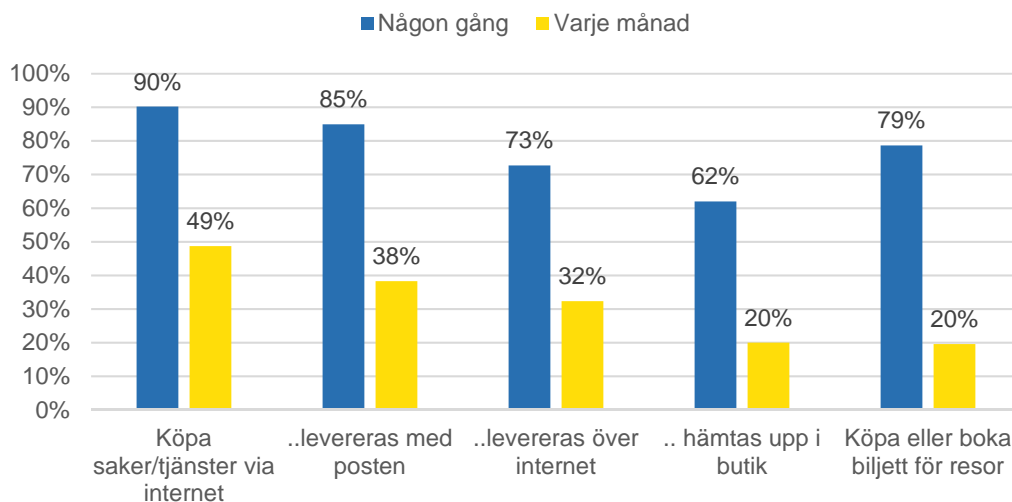


Diagram: 7.2 Andel internetanvändare (18+ år) som använt internet för att någon gång respektive minst varje månad, köpa varor eller tjänster som levererats på olika sätt 2016.

73 procent svarade att de någon gång köpt varor eller tjänster som levererats över internet, 85 procent har köpt varor som levererats med posten och 62 procent har köpt varor som hämtats upp i butik. Sammantaget var det 90 procent av internetanvändarna som uppgav att det någon gång köpt varor eller tjänster som levererats på ett eller flera av de olika sätten.

Hälften av alla internetanvändare (49 %) köper varor eller tjänster över internet varje månad. 38 procent köper något som levereras med posten, 32 procent, alltså var tredje internetanvändare köper varje månad något som levereras över internet och 20 procent köper något som de sedan hämtar upp i butik.

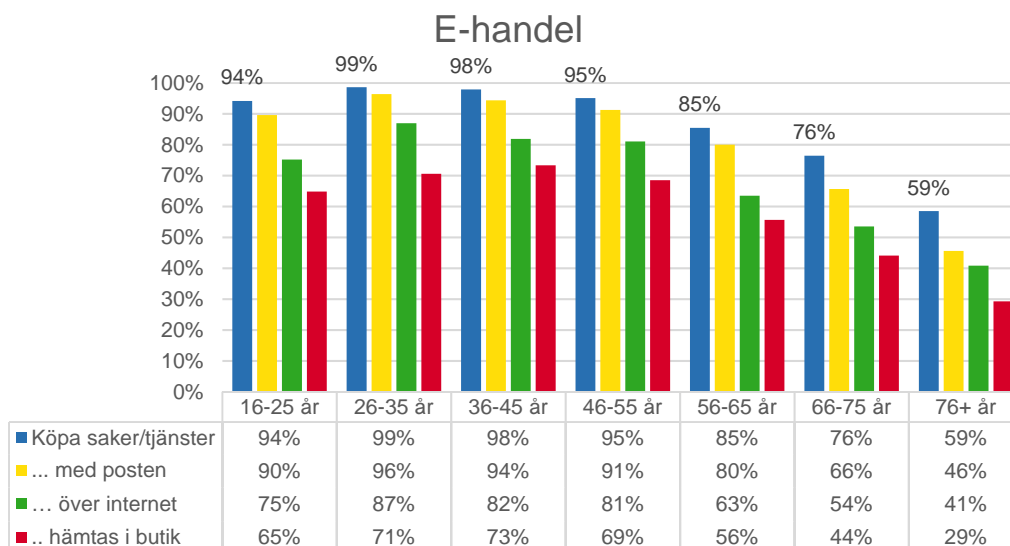


Diagram: 7.3 Andel internetanvändare (16+ år) som använt internet för att någon gång köpa varor eller tjänster som levererats på olika sätt 2016.

Nästan alla (över 98 %) i åldern 26-45 år e-handlar och två av tre köper något varje månad. I alla åldrar är det vanligast att köpa något som levereras med

posten. Över hälften (59 %) av de äldsta internetanvändarna, de över 76 år, köper någon gång saker eller tjänster över internet.

Sälja och jämföra priser

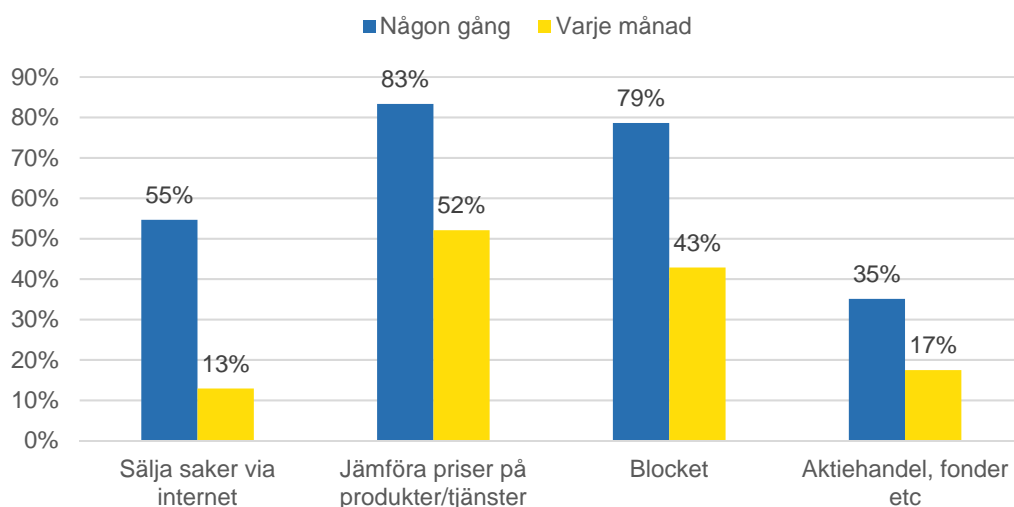


Diagram: 7.4 Andel internetanvändare (18+ år) som använt internet någon gång respektive minst varje månad, för att sälja saker, jämföra priser, besöka Blocket eller ägna sig åt handel med aktier eller fonder 2016.

Fler och fler säljer någon gång saker via internet. Det är nu mer än hälften (55 %) av alla internetanvändare som någon gång gör det. Det är en ökning sedan 2015 då det var 47 procent. 13 procent säljer saker varje månad. I åldern 26-45 är det drygt två tredjedelar som gör det. Totalt sett är det mer vanligt att män säljer saker än kvinnor, utom i åldern 26-45 år där det inte är någon större skillnad mellan könen.

Sälja och jämföra priser

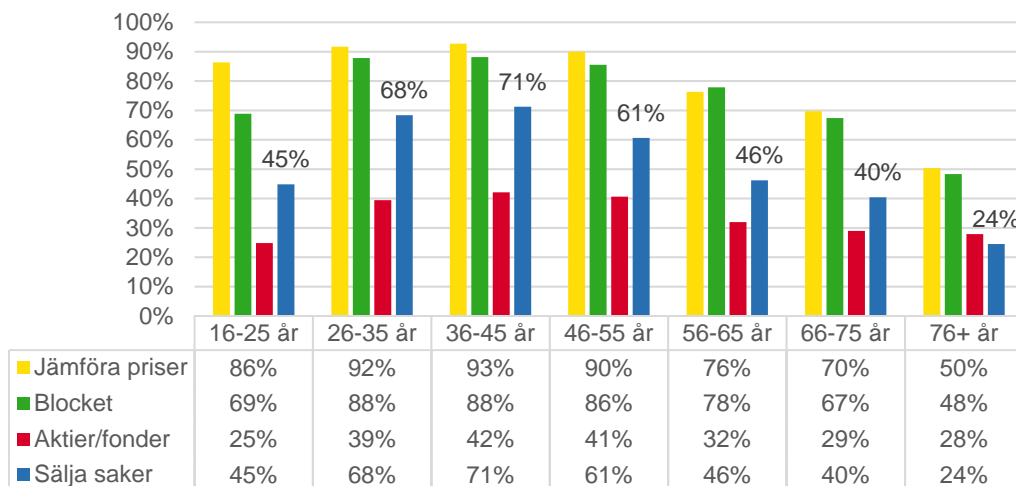


Diagram: 7.5 Andel internetanvändare som använt internet någon gång för att sälja saker, jämföra priser, besöka Blocket eller ägna sig åt handel med aktier eller fonder 2016.

83 procent jämför priser och mer än hälften (55 %) gör det varje månad.

Blocket har funnits sedan 1996 och är Sveriges största köp- och säljmarknad på internet. 79 procent använder Blocket vilket är en liten minskning sedan förra året då det var 82 procent.

Andelen internetanvändare som ägnar sig åt handel med värdepapper (aktier och fonder) har legat på samma nivå runt 35 procent i flera år. När det gäller handeln med värdepapper är det mycket vanligare att män gör det än kvinnor. Hälften av alla män i åldern 36-55 år handlar med värdepapper via internet, en fjärdedel gör det varje månad. Motsvarande andel av kvinnorna i samma ålder är drygt 30 procent som gör det någon gång och 11 procent som handlar varje månad.

Banktjänster

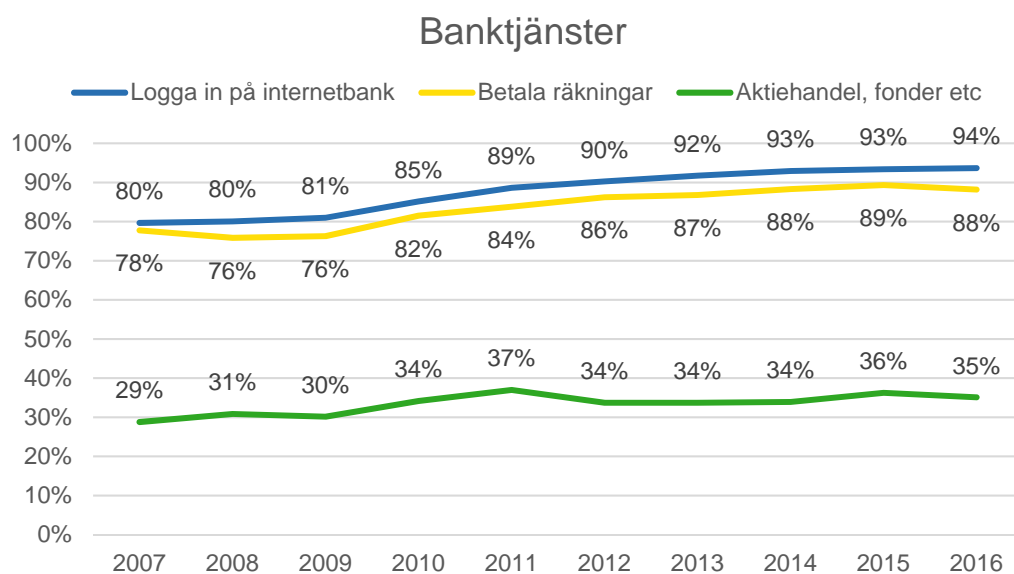


Diagram: 7.6 Andel internetanvändare (18+ år) som använder internetbank, betalar räkningar över internet respektive handlar med värdepapper över internet

Andelen internetanvändare som loggar in på sin internetbank och betalar räkningar har legat på ungefär samma nivå i flera år. Ungefär 94 procent använder internetbank och 88 procent betalar räkningar via internet. Att andelen som betalar räkningar är lägre kan förklaras med att det kanske bara är en person i hushållet som sköter sysslan att betala räkningar, samt att de yngre i undersökningen inte flyttat hemifrån och skaffat sig boende som medför räkningar.

I årets undersökning, liksom senast 2013, har vi frågat hur människor besöker banken och betalar räkningar, det vill säga om de gör det via datorn, mobilen eller surfplattan.

Besöka internetbank (varje vecka)

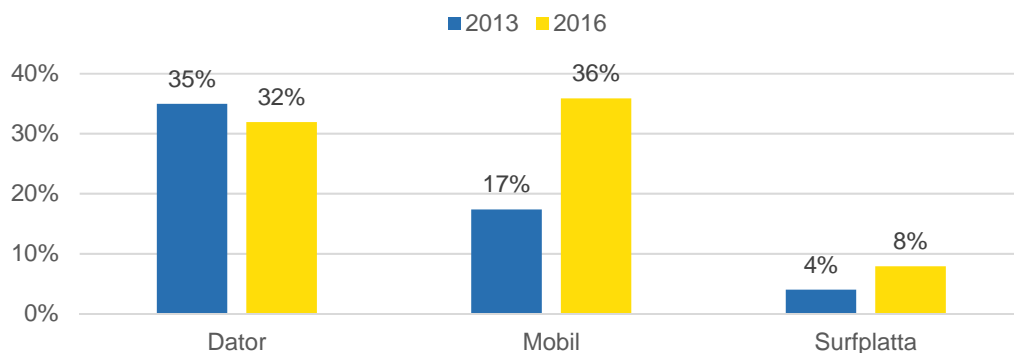


Diagram 7.7 Andel internetanvändare (16+ år) som besöker sin internetbank varje vecka via dator, mobil respektive surfplatta 2013 och 2016.

Färre internetanvändare besöker varje vecka internetbanken via datorn 2016 (32 %) jämfört med 2013 (35 %), men det är dubbelt så många som använder internetbanken i surfplattan (8 % jämfört med 4%). Särskilt stor skillnad märks bland de som varje vecka besöker internetbanken i mobilen. Det är nu mer än var tredje internetanvändare (36 %) som varje vecka besöker banken i mobilen.

Besöka internetbank

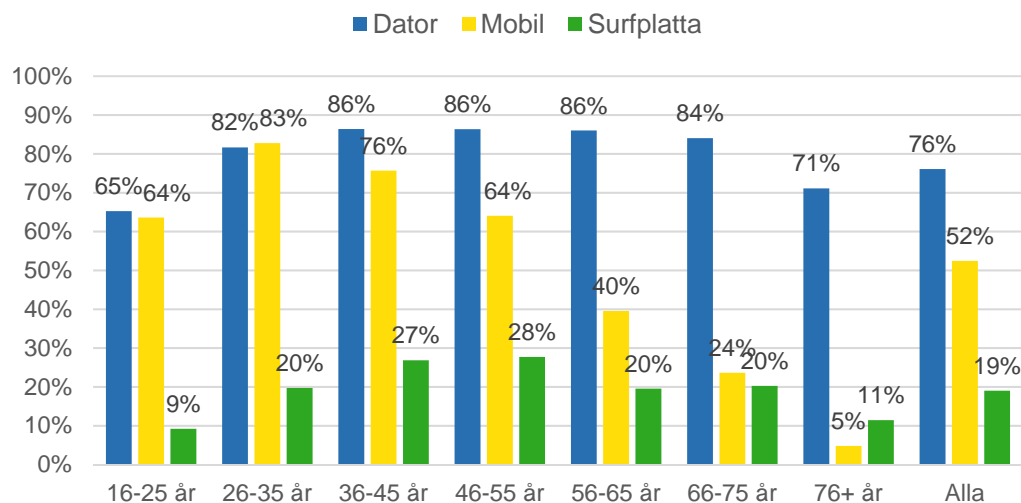


Diagram: 7.8 Andel internetanvändare (16+ år) som besöker sin internetbank via dator, mobil respektive surfplatta 2016.

I åldern 26-35 år är det aningen fler som använder internetbanken i mobilen än i datorn. Men i alla andra åldrar är det överlägset mest vanligt att man besöker banken i datorn. Även bland de äldsta internetanvändarna, de över 76 år, är det mer än 70 procent som använder internetbank.

Betala räkning via dator/mobil/surfplatta

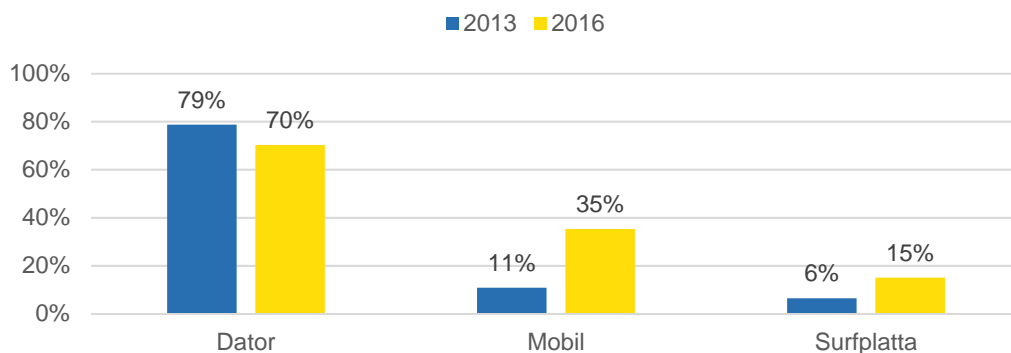


Diagram: 7.9 Andel internetanvändare (16+ år) som betalar räkningar via dator, mobil respektive surfplatta 2013 och 2016.

Färre internetanvändare betalar sina räkningar via dator 2016 (70 %) jämfört med 2013 (79 %). Tre gånger fler betalar dock räkningar via mobilen 2016 (35 % jämfört med 11 %) och mer än dubbelt så många använder surfplattan (15 % jämfört med 6 %).

Betala räkning via dator/mobil/surfplatta

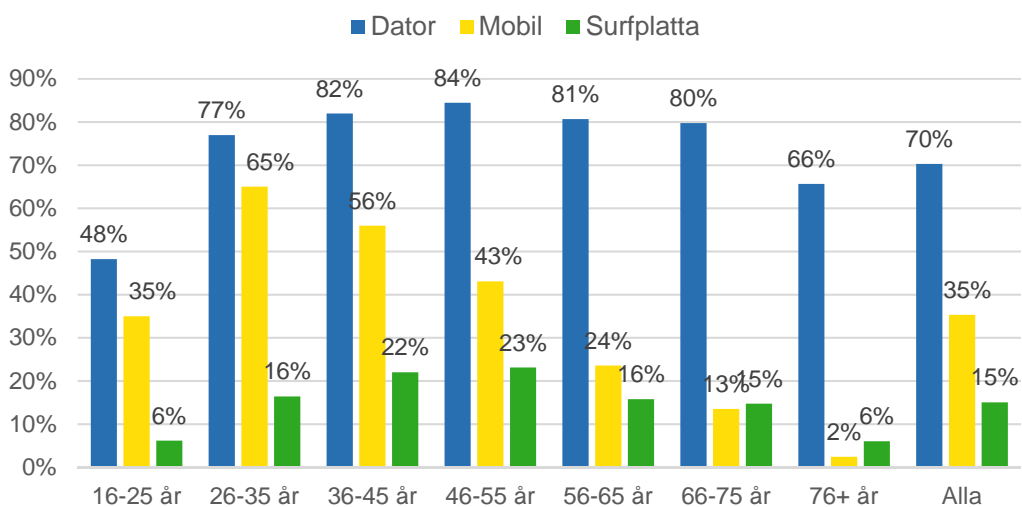


Diagram: 7.10 Andel internetanvändare (16+ år) som betalar räkningar via dator, mobil respektive surfplatta 2016.

Att betala räkningar via datorn är fortfarande det vanligaste sättet i alla åldersgrupper. Bland 26-35-åringar betalar två tredjedelar (65 %) någon gång räkningar via mobilen. Över hälften av 36-45-åringarna betalar räkningar med mobilen någon gång. Bland de över 66 år är det vanligare att betala via surfplattan än mobilen, men datorn är helt klart vanligast bland de äldre.

Mobilt BankID och Swish

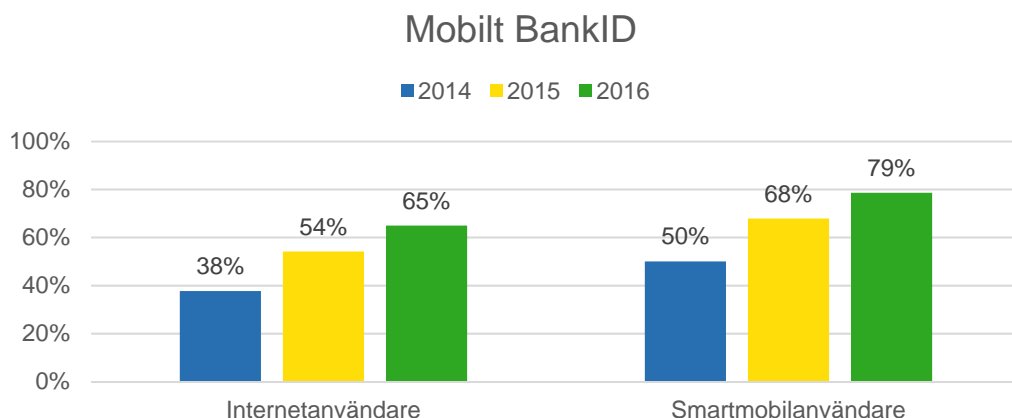


Diagram: 7.11 Andel av internetanvändare (16+ år) respektive andel av de med smart mobil (16+ år) som någon gång använder mobilt BankID 2014-2016.

Mobilt BankID lanserades 2010 och används nu av fyra av fem (79 %) med smart mobil. Det motsvarar 65 procent av alla internetanvändare. En stor ökning jämfört med 2014 då det var hälften av de med smarta mobiler som använde mobilt BankID, lite drygt en tredjedel av alla internetanvändare.

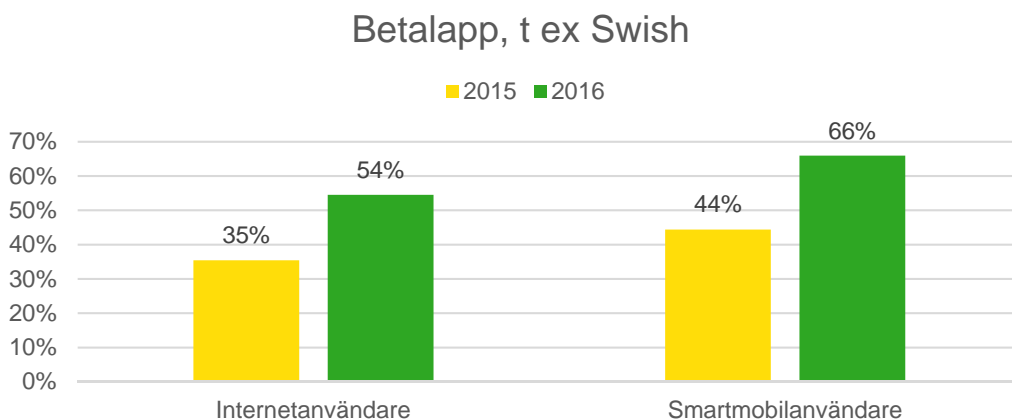


Diagram: 7.12 Andel av internetanvändare (16+ år) respektive andel av de med smart mobil (16+ år) som någon gång använder Swish 2015-2016.

Swish lanserades 2012 och är en tjänst för att föra över pengar, via mobilen, mellan bankkonton. Två tredjedelar (66 %) av de med smarta mobiler, och som är över 16 år, använder Swish 2016. Det motsvarar lite drygt hälften (54 %) av alla internetanvändare, en stor ökning jämfört med 2015 då 44 procent, vilket motsvarade lite drygt en tredjedel av internetanvändarna, använde Swish.

Användning av Mobilt BankID och Swish

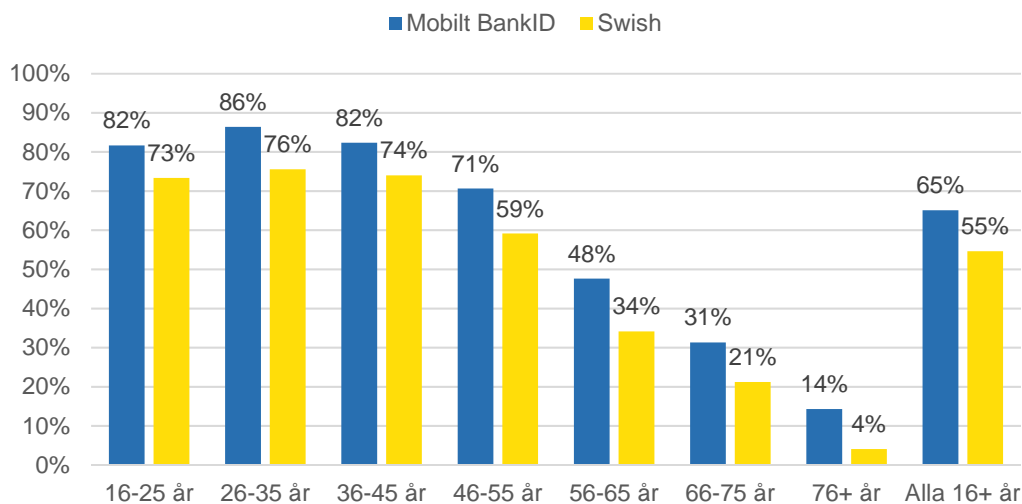


Diagram: 7.13 Andel internetanvändare (16 + år) som någon gång använder mobilt BankID respektive Swish fördelat på ålder 2016.

I åldern 16-45 år använder mer än 80 procent av internetanvändarna mobilt BankID och mer än 73 procent använder Swish.

Delningsekonomin

Att använda internet för att beställa och betala taxitjänster som Uber har ännu inte fått någon större spridning i Sverige. Med Uber kan privatpersoner med taxilicens och egen bil få körningar med hjälp av företagets app. Som resenär kan man å sin sida med hjälp av sin mobiltelefon räkna ut var närmaste bil finns och kalkylera priset för en resa innan man beställer.

4 procent av befolkningen har någon gång utnyttjat privata taxitjänster som Uber och 2 procent har gjort det någon eller några gånger i månaden. Men Uber finns bara i delar av landet och begränsar vi urvalet till Stockholms län fördubblas användningen. I Stockholms län har 9 procent erfarenhet av privata taxitjänster som Uber och 5 procent använder den typen av taxitjänster någon gång i månaden.

En annan delningstjänst på internet är Airbnb, som är en tjänst där privatpersoner hyr ut lägenheter och rum över hela världen via en webbplats. 15 procent av befolkningen har någon gång bokat eller betalat hus eller lägenhet utomlands privat via tjänster som till exempel Airbnb. I första hand är det personer i åldern 26 till 55 år som använder sig av dem. I de åldrarna har var femte (20 %) prövat på detta.



8 Betala eller inte – streaming och fildelning

Vi fortsätter att använda internet för att lyssna på musik och titta på film. Åtta av tio lyssnar på musik och drygt sex av tio tittar på film. Flitigast är de unga där nästan alla gör det. Youtube är den populäraste sajten i alla åldrar. Det börjar redan i förskoleåldern och nästan alla fyraåringar använder Youtube, men även de allra äldsta är flitiga användare. Med streamingtjänsterna har fler börjat betala för musik och film, men trots det ligger fildelningen kvar runt 20 procent vilket den gjort under nästan tio år.

I dag finns en nästan överskådlig mängd musik, film och video på internet. Man kan ladda ner innehållet gratis, ta del av det blandat med reklam, betala per låt/film eller abonnera på det via en streamingtjänst som Spotify eller Netflix.

78 procent lyssnar på musik någon gång i veckan och 66 procent tittar på film och video. Flitigast är de unga, där nästan alla gör det, men även många över 65 år (40%) gör det.

Lyssna på musik eller se på film och video via internet

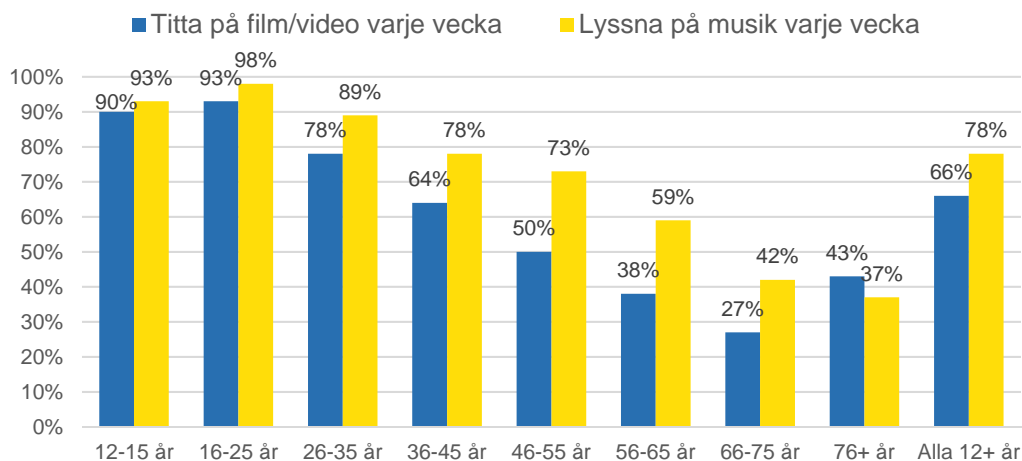


Diagram 8.1. Andel av internetanvändarna i olika åldrar som varje vecka lyssnar på musik eller ser på film/video på internet.

Youtube är den populäraste sajten för video och musik. Det börjar redan i förskoleåldern då nästan alla, 98 procent av 4-åringarna, ser på film och video på internet. Hälften gör det dagligen. Youtube är populärt i alla åldrar och även de äldsta internetanvändarna över 75 år besöker sajten åtminstone någon gång (80 %). De dagliga besöken minskar dock med åldern från 84 procent dagliga besökare i åldern 12-15 år till 10-15 procent bland dem över 55 år.

Youtube, Spotify och Netflix (varje vecka)

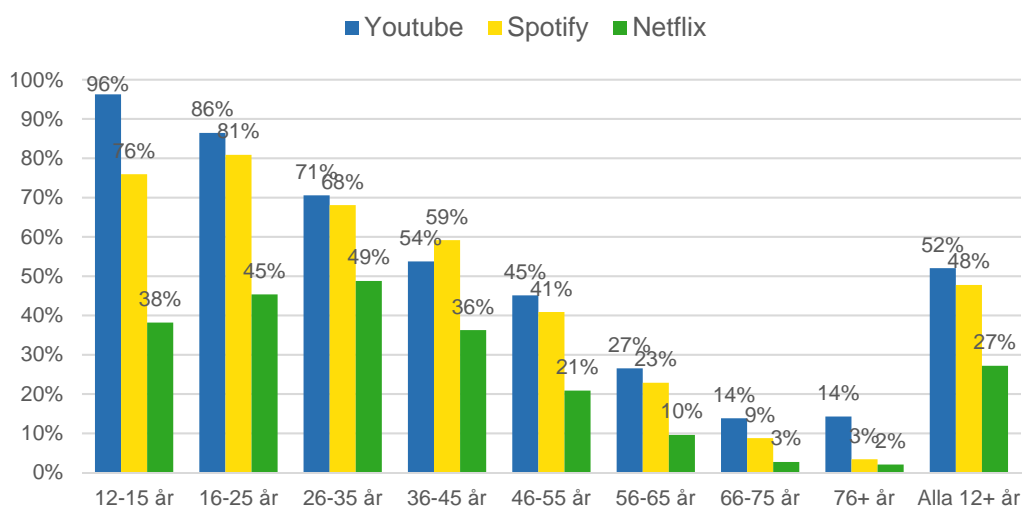


Diagram 8.2. Andel av internetanvändarna i olika åldrar som någon gång i veckan besöker Youtube, Spotify eller Netflix.

Det har skett små förändringar av musiklyssnandet via internet och ökningen har börjat plana ut under de senaste åren. Det gäller även andelen som lyssnar på Spotify. Däremot ökade andelen som såg på film och video starkt från knappt hälften (46 %) 2013 till tre av fyra (74 %) 2016.

Musiklyssnande och film/video-tittande på internet

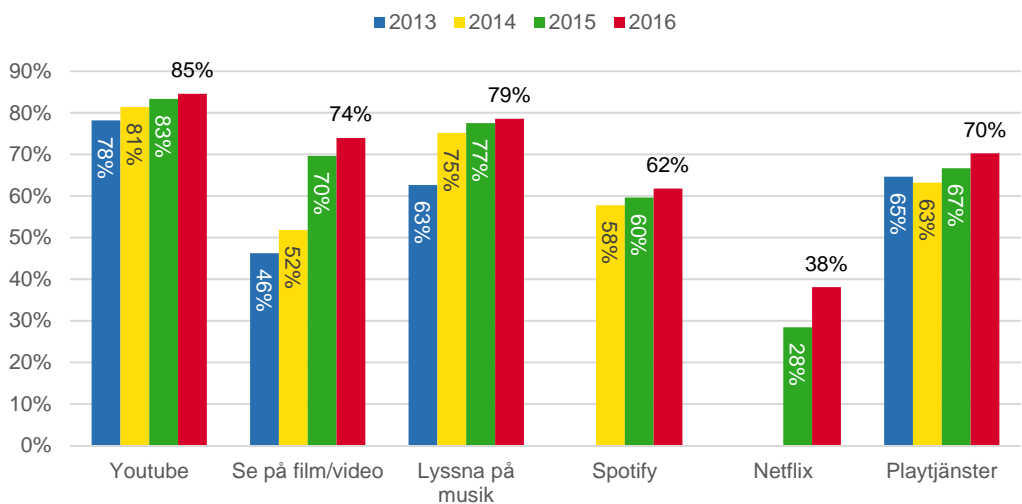


Diagram 8.3. Andel av internetanvändarna (12+ år) som under perioden 2013-2016 lyssnat på musik och sett på film/video på internet.

Att betala för musik och film på internet

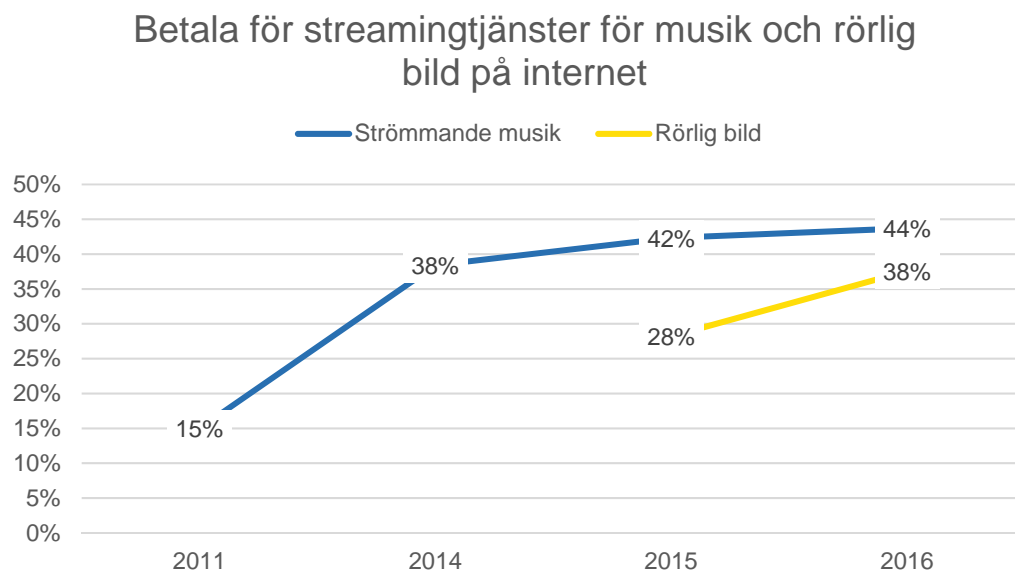


Diagram 8.4. Andel av internetanvändarna som under de senaste åren betalat för streamingtjänster för musik och rörlig bild.

Hur många i olika åldrar betalar för musik och film och video?

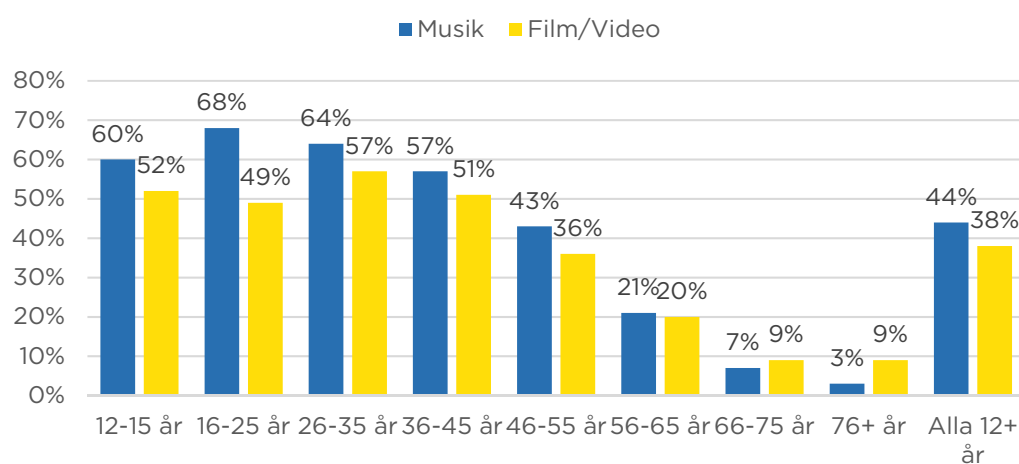


Diagram 8.5. Andel av internetanvändarna i olika åldrar som betalar för att ha tillgång till musik respektive film och video på internet

De första streamingtjänsterna på internet gällde musik. Spotify hade t ex redan 2010 en gratis version med reklam och en reklamfri abonnerad. Fram till 2015 ökade antalet abonnenter, men tycks nu ha stannat av vid 44 procent av internetanvändarna även om andelen lyssnare totalt ökat något till 62 procent.

Att prenumerera på rörlig bild har en kortare historia och här har ökningen varit stor, från 29 till 38 procent, under det senaste året. Andelen som abonnerar på film och video börjar närma sig andelen som abonnerar på musik.

Fildelning

Fildelningen har under de senaste nio åren legat kring 20 procent och gör så även idag. Den har inte minskat så mycket trots att musiken blivit billigare och mer lättillgänglig över Youtube och via streamingtjänster som Spotify.

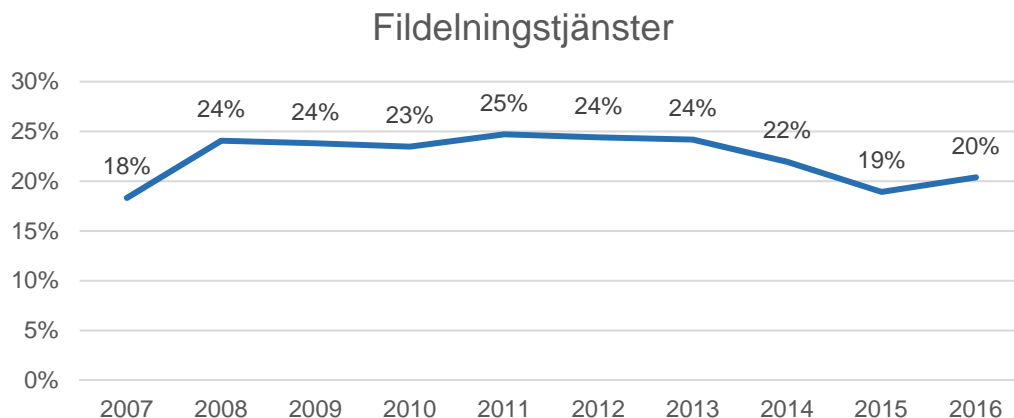


Diagram 8.6. Andel av internetanvändarna (16+ år) som under perioden 2007 till 2016 någon gång besöker fildelningssajter för att ladda ner musik.

På senare år har kommit sajter där man kan se eller ladda ner film. På vissa av dem sker det utan betalning. Här har det skett en stark ökning och bland de unga 12-25 år är så kallad gratisstreaming mycket mer omfattande än fildelningen.

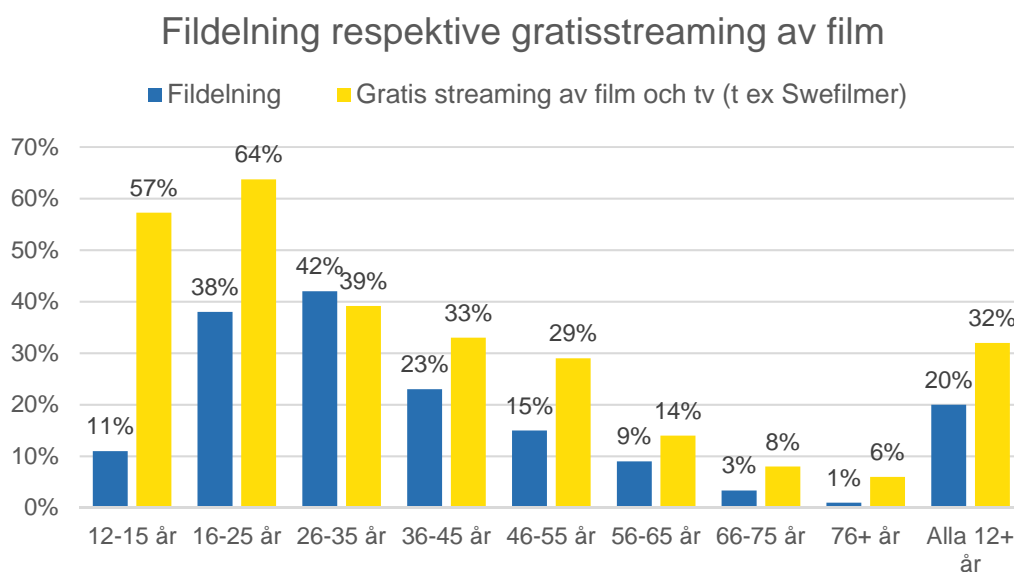


Diagram 8.7. Andel av internetanvändarna i olika åldrar som använder fildelningstjänster (till exempel The PirateBay) eller gratis streamingtjänster (till exempel Swefilmer)

Fildelarna köpte tidigare minst lika mycket cd-skivor som de som inte fildelade och idag kan vi se att det är vanligare bland fildelarna att abonnera på streamingtjänster för musik och film än bland de som inte fildelar.

60 procent av fildelarna betalar för streamingtjänster för musik, jämfört med 39 procent av dem som inte fildelar och 44 procent i befolkningen. Förhållandet är liknande för dem som använder sig av sajterna där man kan ladda ner film gratis.

53 procent av dessa betalar för en streamingtjänst för film som Netflix, jämfört med 34 procent av dem som inte laddar ner ”gratisfilm”. Detta kan bero på att de som fildelar tillhör en grupp som generellt sett också konsumerar betydligt mer musik än andra.

Betalningsvilja i olika åldrar

Olika åldrar prioriterar olika när det gäller vilket medieinnehåll man betalar för. Nedan återfinns en jämförelse mellan åldrar i vilken mån man betalar för en dagstidningsprenumeration och i vilken mån man betalar för att ha tillgång till musik och film på internet. Andra avgifter som radio- och tv-licens eller kostnader för extra tv-utbud återfinns inte här.

De yngsta prioriterar underhållning och hälften betalar för musik och/eller film/tv över internet. Men redan i åldersgruppen 36-45 år prenumererar 40 procent på en dagstidning samtidigt som ännu fler betalar för underhållning. I åldersgruppen 46-55 år är det lika många, ungefär hälften, som prenumererar på en dagstidning och som betalar för musik och/eller film och tv över nätet.

Betalningsvilja i olika åldrar

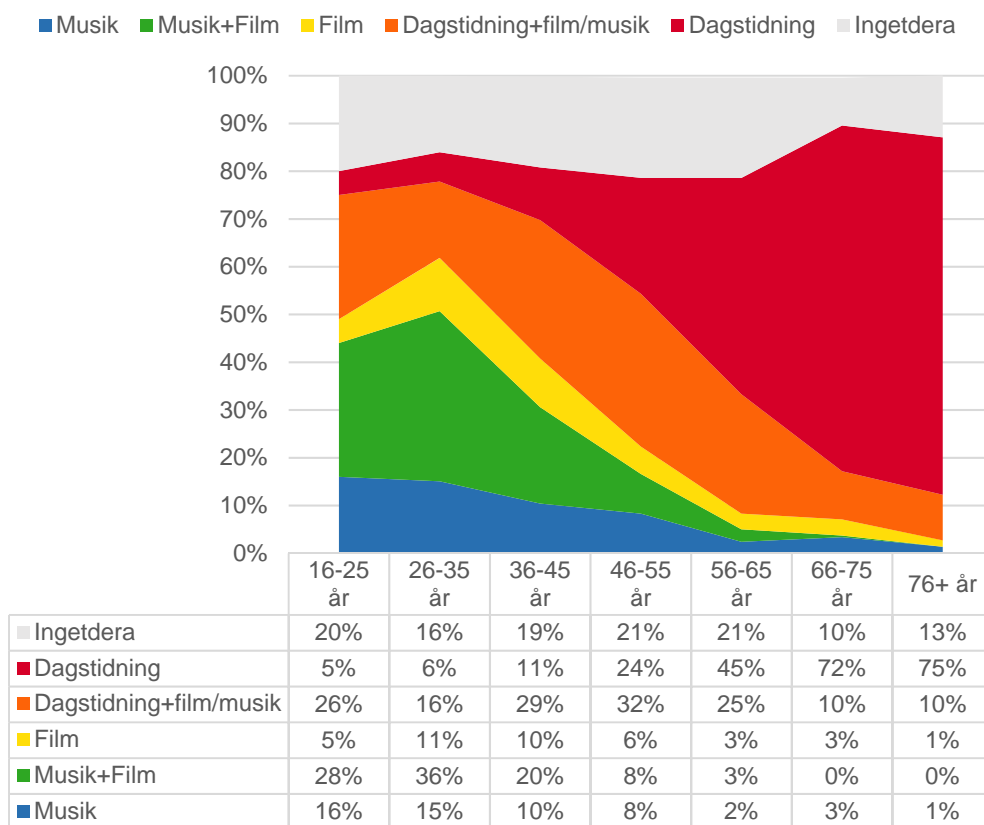


Diagram 8.8. Andel av olika åldersgrupper som betalar för en dagstidningsprenumeration, en musiktjänst som Spotify, en filmtjänst som Netflix eller en kombination av dessa.



9 Flickor och pojkar, kvinnor och män

I dag är det ungefär lika många kvinnor som män som använder internet. Män lägger betydligt mer tid på internet hemma än kvinnor som ägnar mer tid åt internet i sina smarta mobiler. Upp till sex års ålder är skillnaderna mellan könen små, men därefter blir de större och finns kvar under hela livet. Kvinnor är genomgående mer aktiva på sociala nätverk än män. De postar, delar och skickar vidare mer frekvent. De är också mer intresserade av hälsa och medicinska frågor på internet. Män är mer aktiva på diskussionsforum och ser mer film än kvinnor. De besöker också oftare dejtingsajter och spelar om pengar. Skillnaden mellan kvinnor och män vad gäller kunnskap består och gäller i huvudsak att fler män än kvinnor bedömer sig själva som mycket kunniga.

Tillgång, tid och utrustning

De skillnader som fanns mellan flickor och pojkar och mellan kvinnor och män i internets barndom när det gäller tillgång och användningen av internet har till stor del försvunnit. I dag är det ungefär lika många kvinnor som män som använder internet. De skillnader som finns är bland de äldre där till exempel 73 procent av männen i åldern 66 - 75 år dagligen använder internet i hemmet jämfört med 64 procent av kvinnorna i samma ålder. I de yngre åldrarna är skillnaderna mellan könen små.

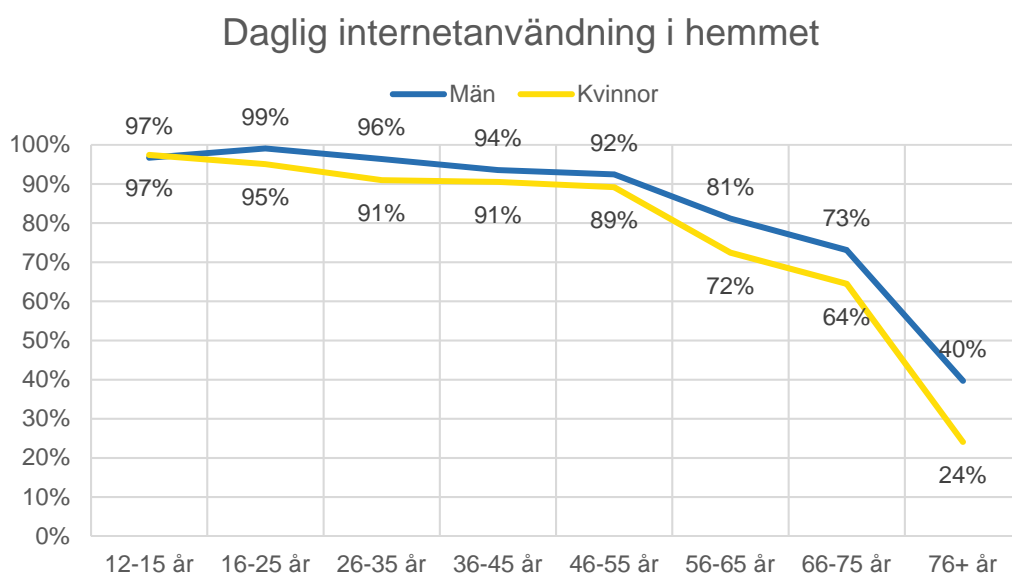


Diagram 9.1 Andel av män och kvinnor i olika åldersgrupper som dagligen använder internet i hemmet

Men även om män och kvinnor använder internet lika ofta så tillbringar männen betydligt mer tid åt internet i hemmet, särskilt bland de yngre. En skillnad som

funnits sedan slutet av 90-talet och som till och med ökat. År 2000 ägnade männen 1,3 timmar mer i veckan på internet än vad kvinnorna gjorde. 2016 är skillnaden 3,4 timmar. Det är framför allt de unga männen som tillbringar mycket tid på internet i hemmet.

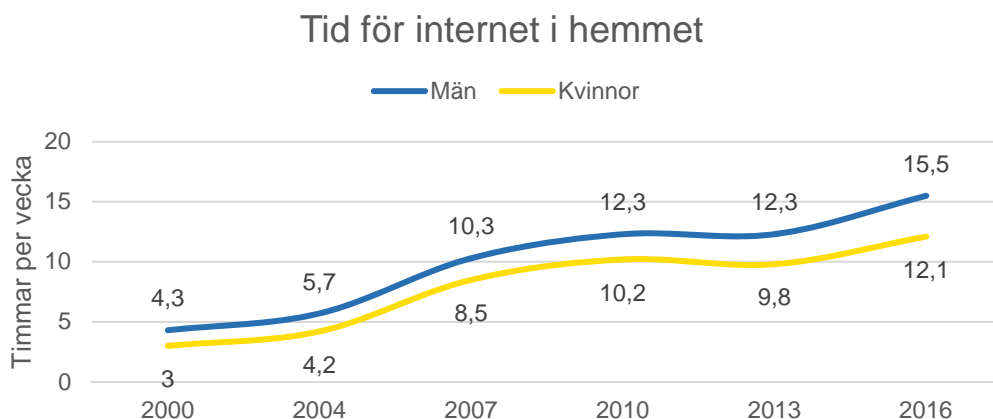


Diagram 9.2. Genomsnittlig tid (timmar per vecka) för användning av internet i hemmet för män och kvinnor (16+ år) under perioden år 2000 till 2016

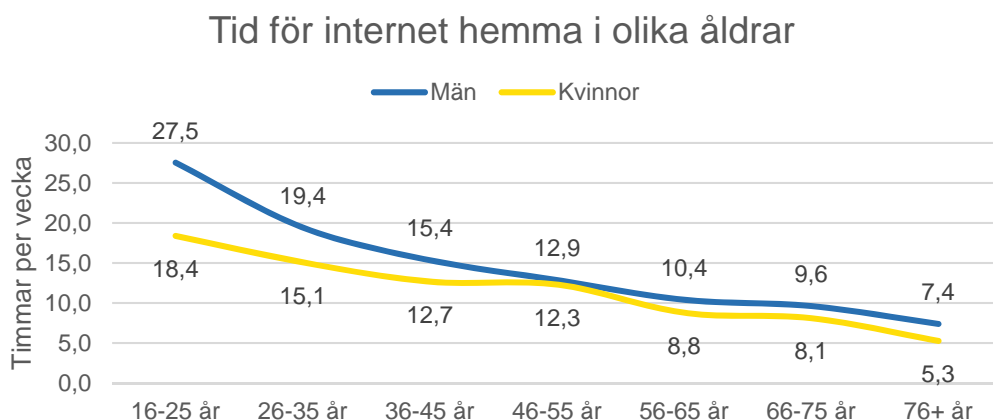


Diagram 9.3 Genomsnittlig tid (timmar per vecka) för användning av internet i hemmet för män och kvinnor i olika åldrar 2016.

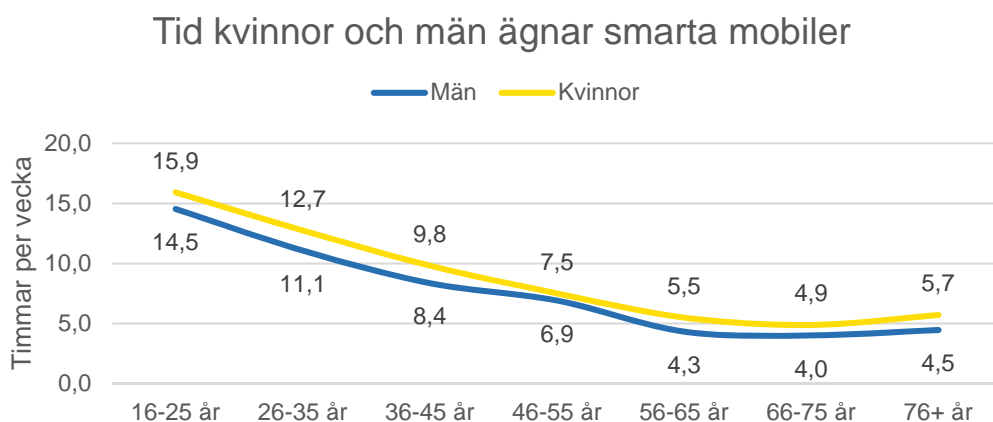


Diagram 9.4. Genomsnittlig tid (timmar per vecka) för användning av internet i mobilen för män och kvinnor i olika åldrar

När det gäller smarta mobiler är förhållandet det motsatta. Här är det kvinnorna som ägnar mer tid än männen även om det är lika många kvinnor och män som dagligen använder sina smarta mobiler. Detta gäller i alla åldersgrupper.

Skillnader i aktiviteter

Upp till sex års ålder är det små skillnader mellan pojkar och flickor. De ser huvudsakligen på video och spelar spel. Från sju års ålder blir skillnaderna större, ökar ytterligare under tonåren och finns delvis kvar ända upp i pensionsåldern.

Spelande online i olika åldrar

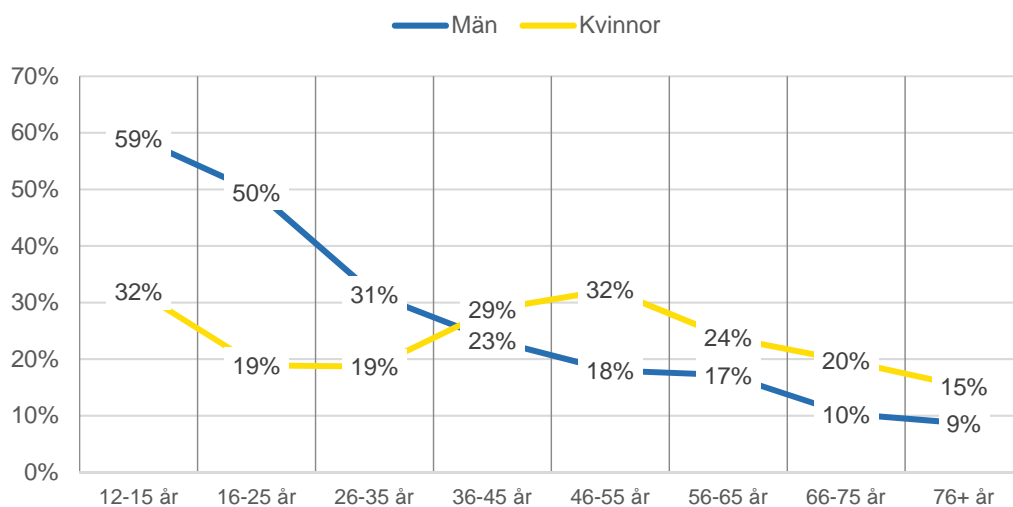


Diagram 9.5. Andel av pojkar och flickor, män och kvinnor i olika åldrar som dagligen spelar online på internet 2016.

Både pojkar och flickor spelar men i åldern 12-15 år spelar 59 procent av pojkarna dagligen jämfört med 32 procent av flickorna. Skillnaderna blir ännu större om vi jämför tiden som läggs ner på spelandet, skillnader som finns kvar upp i vuxen ålder.

Efter 36 år och med stigande ålder är kvinnorna mest intresserade av spel. Mellan 46 till 55 år spelar 32 procent av kvinnorna dagligen jämfört med 18 procent av männen.

Män i åldern 16-25 år spelar i genomsnitt 9,5 timmar i veckan online och räknar vi enbart de som spelar blir genomsnittet 13,6 timmar i veckan eller nästan 2 timmar per dag.

Tid kvinnor och män ägnar åt spel på internet

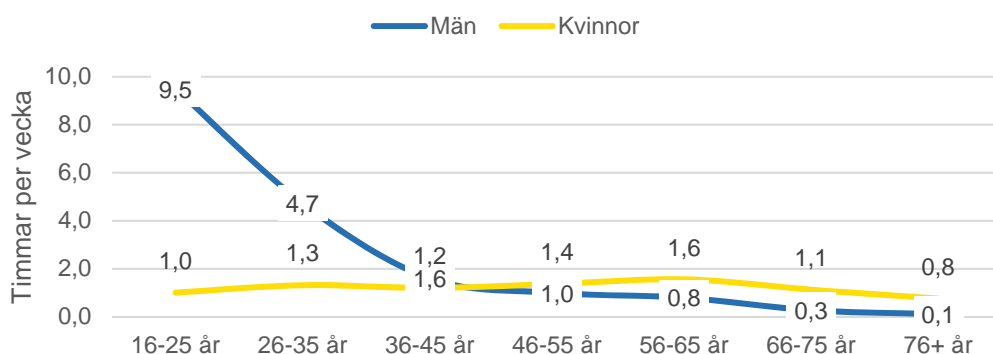


Diagram 9.6. Genomsnittlig tid (timmar per vecka) för spel online för män och kvinnor i olika åldrar 2016. Räknat på alla internetanvändare i respektive åldersgrupp.

Besöker sociala nätverk dagligen

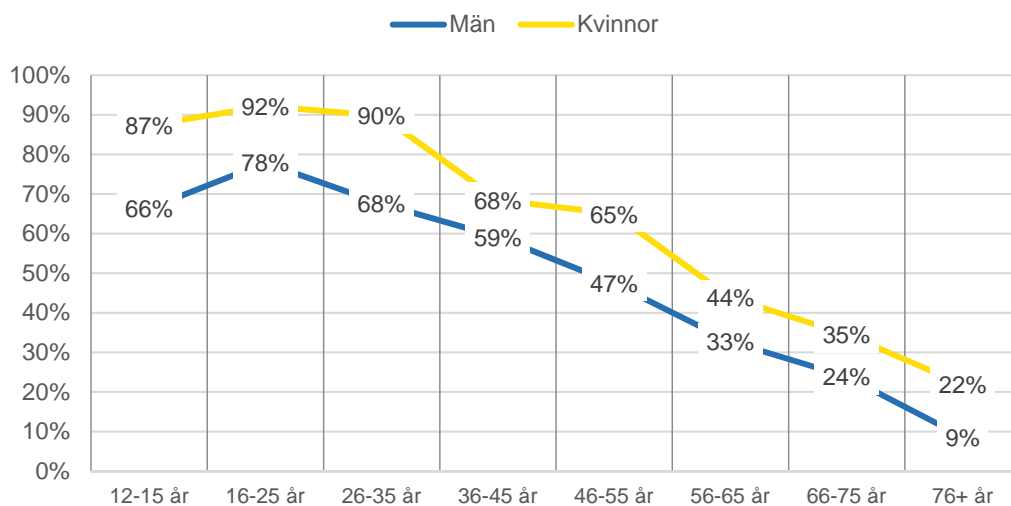


Diagram 9.7. Andel av män och kvinnor i olika åldrar som dagligen besöker sociala nätverk 2016.

Flickor intresserar sig för sociala nätverk tidigare än pojkar. Det börjar under de tidiga skolåren och i tioårsåldern besöker en majoritet (55 %) av flickorna sociala nätverk. Mer än var fjärde (28 %) gör det varje dag. Motsvarande siffror för pojkar är 31 respektive 8 procent. De unga kvinnorna är mycket aktiva och i 16-35 års ålder besöker mer än nio av tio sociala nätverk varje dag. Så hög andel kommer inga åldersgrupper av männen upp i.

Detta återspeglas även i den tid som kvinnor och män ägnar åt sociala nätverk. I åldrarna över 16 år tillbringar kvinnor i genomsnitt 5,6 timmar i veckan på sociala nätverk jämfört med männens 3,9 timmar per vecka.

Tid kvinnor och män ägnar åt sociala nätverk på internet

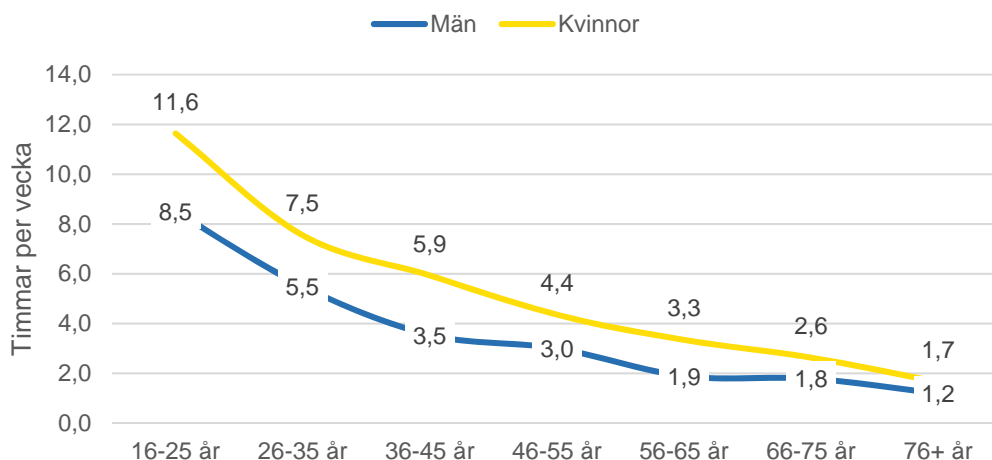


Diagram 9.8. Genomsnittlig tid (timmar per vecka) för sociala nätverk för män och kvinnor i olika åldrar 2016. Räknet på alla internetanvändare i respektive åldersgrupp.

Kvinnor är genomgående mer aktiva på sociala nätverk än män. De postar också oftare eget innehåll och delar och skickar vidare mer frekvent än män. De är också mer intresserade av att informera sig om hälsa och medicinska frågor.

Aktiviteter där kvinnor är mer aktiva än män:

- Publicera var man är (från 12 år)
- Läsa andras bloggar (mellan 12 till 55 år)
- Skriva egna bloggar (mellan 16 till 25 år)
- Leta efter hälsoinformation (från 16 år)
- Instagram (från 12 år)
- Snapchat (12 till 25 år)
- Facebook (från 26 år)

Män är mer aktiva än kvinnor på olika diskussionsforum och på sajter där hobbyer styr. De ser i vuxen ålder mer på film och video än kvinnor, besöker dejtingsajt och spelar om pengar. Aktiviteter som fildelning och att navigera med GPS utförs också mer av männen.

Aktiviteter där män är mer aktiva än kvinnor:

- Twitter (mellan 26 till 45 år)
- Reddit (från 12 år)
- Blocket (från 16 år)
- Youtube (från 16 år)
- Film och video (från 16 år)
- dejting (mellan 26 till 45 år)
- Spela om pengar (från 16 år)
- Navigera GPS (från 16 år)
- Fildelning (från 12 år)
- Spotify (från 16 år)

Kunnighet

Den totala kunnigheten om datorer har ökat i takt med den dagliga användningen, men samtidigt består de skillnader mellan män och kvinnor som funnits från början. Skillnaden är i huvudsak att fler män än kvinnor bedömer sig själva som mycket kunniga.

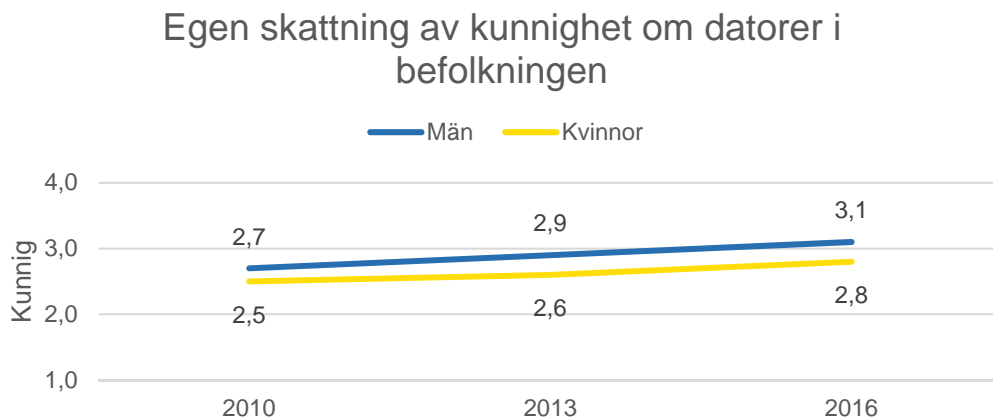


Diagram 9.9. Kunnighetspoäng på en fyrgradig skala där 4 står för mycket kunnig i att handskas med datorer och 1 står för inte alls kunnig.

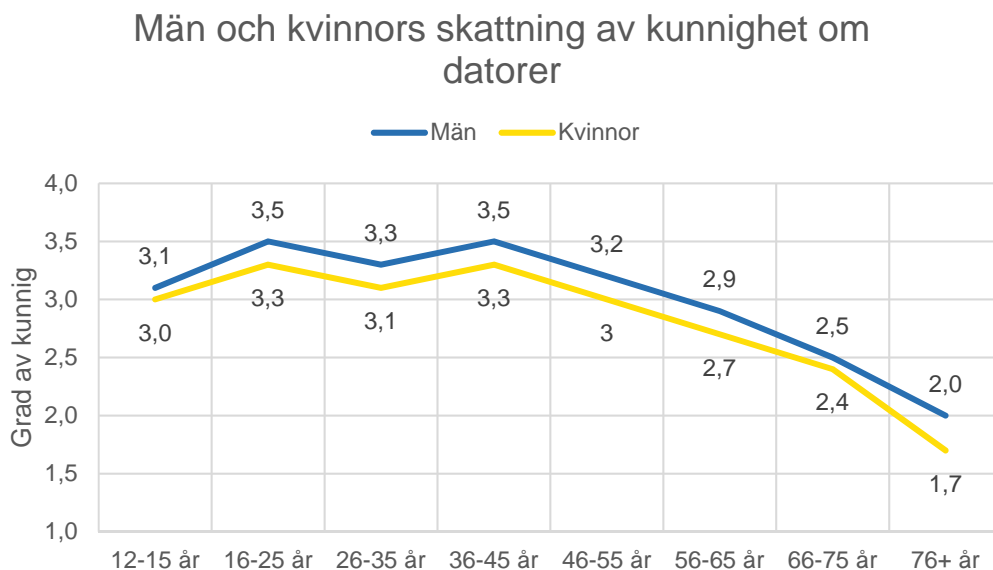


Diagram 9.10. Andel som i olika ålder skattar sin kunnighet i att använda datorer och surfplattor. Kunnighetspoäng på en fyrgradig skala där 4 står för mycket kunnig och 1 står för inte alls kunnig.

Undantaget finns i åldern 12-15 år där lika många flickor som pojkar tycker att de är mycket kunniga. Största skillnaden (omkring 20 procentenheter) finns i åldrarna 16 - 45 år. Här är det drygt hälften av männen som anser sig vara mycket kunniga.

De som själva bedömer sig vara helt okunniga återfinns huvudsakligen bland de äldre. 52 procent av kvinnorna över 75 år och 38 procent av männen i samma ålder gör en sådan bedömning.

Delaktighet

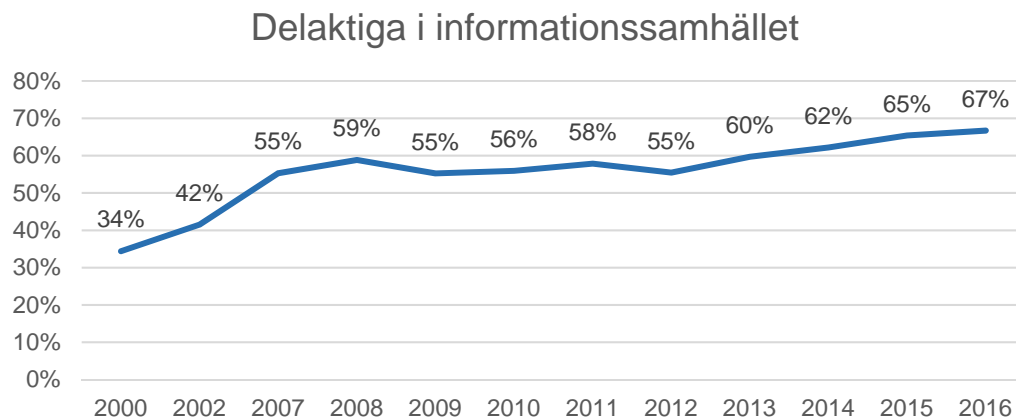


Diagram 9.11. Andel av befolkningen som känner sig helt och fullt eller till stor del delaktig i det "nya informationssamhället".

Bland de yngsta (12-15 år) är det flickorna som känner sig mest delaktiga. Även i åldersgrupperna upp till 55 år är kvinnorna något mer delaktiga, medan det är tvärtom bland de över 55 år. Här är det betydligt fler män än kvinnor som känner sig helt eller till stor del delaktiga i informationssamhället.

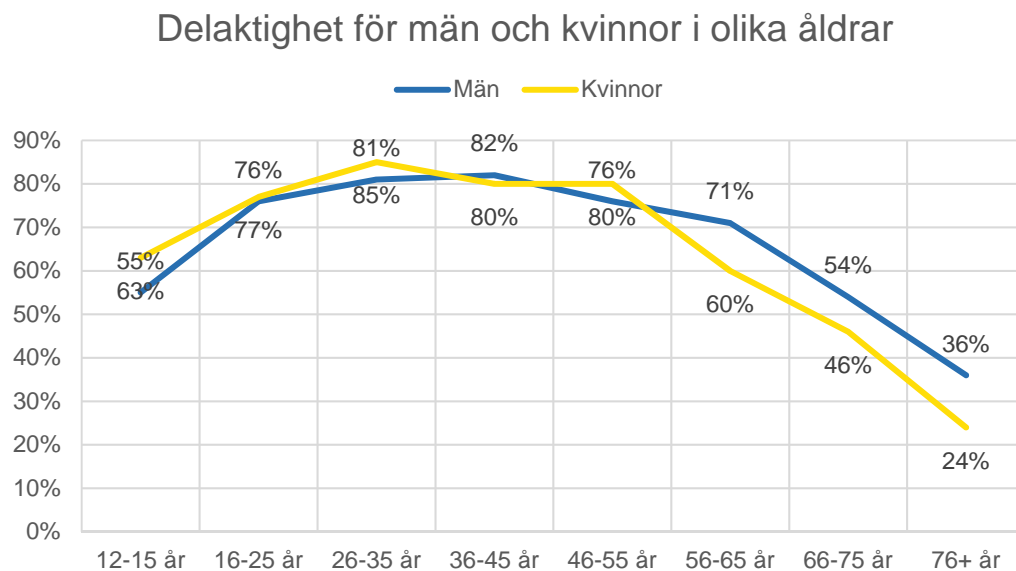


Diagram 9.12 Andel av män och kvinnor i olika åldrar som känner sig helt och fullt eller till stor del delaktig i det nya informationssamhället



10 Internet och traditionella medier

De senaste åren har förändringarna varit små men tendensen är tydlig. Alltmer av medieanvändningen sker på internet, men förändringen går långsamt. De äldre håller emot och en majoritet läser fortfarande en papperstidning, ser på tablå-tv och lyssnar på flödesradio. Även de yngre föredrar de traditionella formerna för tv och radio medan deras dagstidningsläsande är något större för nätversionerna än pappersversionerna. För en majoritet av svenskarna är dock internet i dag den viktigaste källan för information i allmänhet. För de unga mellan 16-25 år är även Facebook en viktigare nyhetskälla än tv, radio och dagstidningar.

I takt med att användningen av internet ökat tar allt fler del av digitala versioner av de traditionella medierna, tv, radio och dagstidningar. Men fortfarande efter 20 år dominerar radio och tv i sina traditionella former och dagstidningen i sin pappersversion. Men som allmänt informationsmedium intar internet idag förstaplatsen. Internet har också fått en allt större roll som nyhetsmedium men tv är fortfarande den främsta källan för nationella och internationella nyheter och dagstidningen för det lokala.

Tiden vi ägnar de traditionella medierna är fortfarande större än deras nätversioner, särskilt när det gäller radio och tv.

Så många timmar per vecka ägnar man sig 2016 åt medier i dess traditionella former jämfört med deras webbversioner

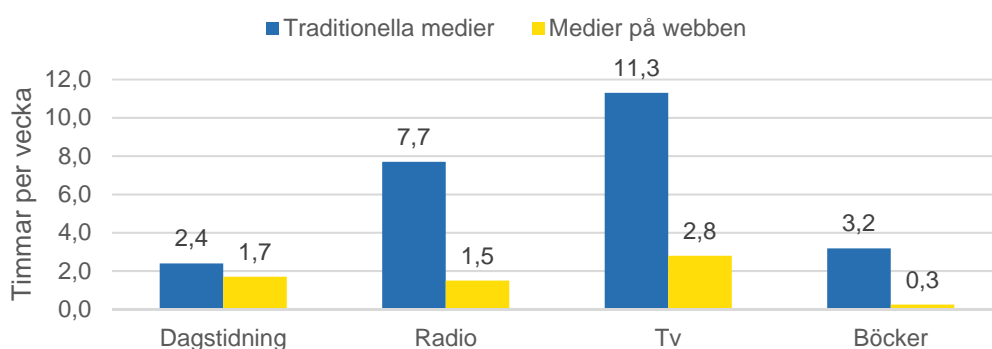


Diagram 10.1 Genomsnittlig tid (timmar per vecka) som svenska folket (16+ år) ägnar åt traditionella medier i deras traditionella former och medier i olika nätversioner.

Tiden vi ägnar dagstidningarnas digitala nätversioner ligger på samma nivå som tidigare medan både radio-lyssnandet och tv-tittandet via internet har ökat.

Dagstidningen var länge den främsta informationskällan för de flesta svenskar. Redan på 60-talet började tv överta den positionen, men fortfarande vid valet 1991 var morgontidningen viktigast (Sveriges elfte TV-val, 1993).

Medier som är viktigast som informationskälla

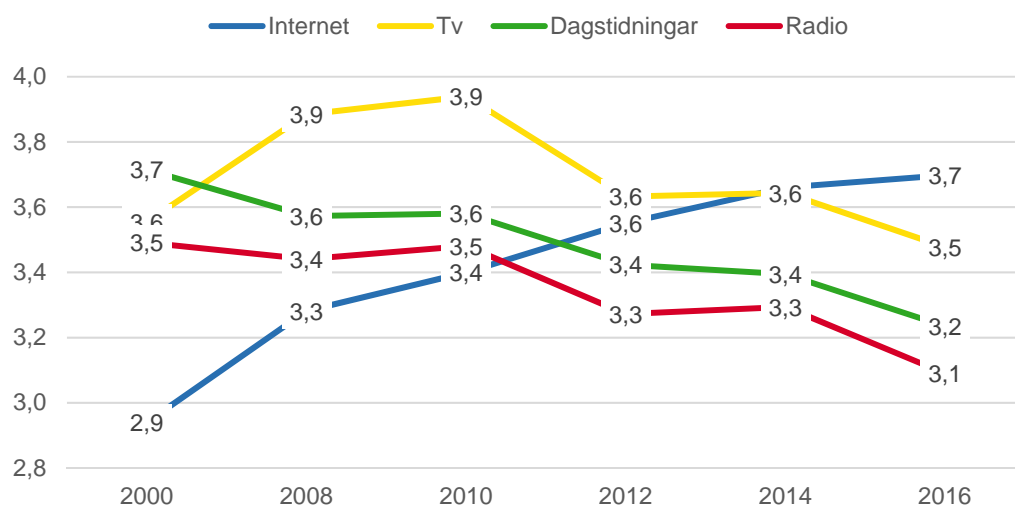


Diagram 10.2. Genomsnittlig viktighetspoäng på en femgradig skala där 1 står för inte alls viktig som allmän informationskälla och 5 står för mycket viktig.

Nu i mitten av 2010-talet sker ett nytt skifte där internet blivit viktigare än tv. 2012 och 2014 delar tv och internet förstaplatsen, men 2016 har internet dragit ifrån. För en majoritet av svenskarna är internet idag den främsta källan till information. 58 procent anser att internet är viktigt eller mycket viktigt som allmän informationskälla. Dagstidningarna har tappat sin forna ställning medan ungefär hälften anser att radio och tv är viktiga eller mycket viktiga som informationskällor.

Viktigaste informationskällorna i olika åldrar

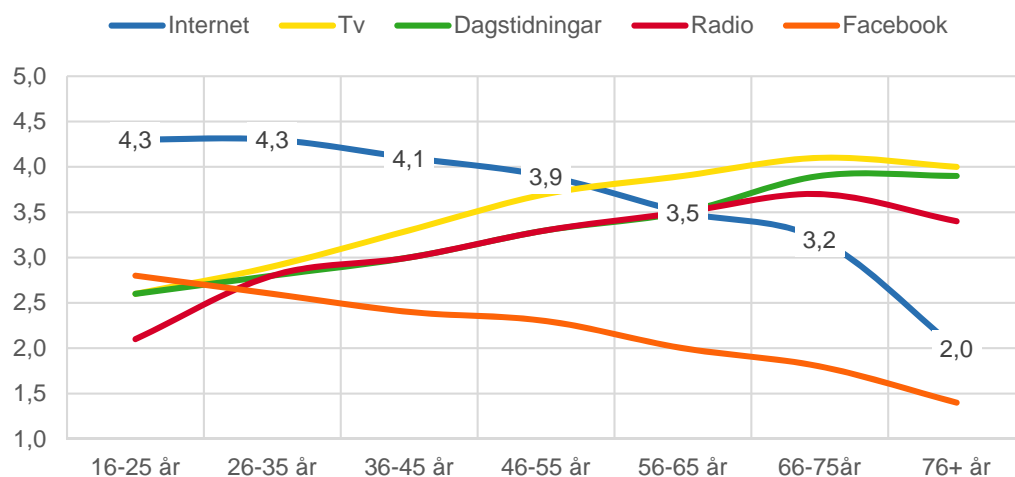


Diagram 10.3 Genomsnittlig viktighetspoäng i olika åldersgrupper på en femgradig skala där 1 står för inte alls viktig som allmän informationskälla och 5 står för mycket viktig.

För de unga har internet varit viktigast i flera år. Här intar också Facebook en viktigare position än de traditionella medierna. Sett över hela befolkningen intar internet första positionen som allmän informationskälla.

Att ta del av nyheter

Dagstidningarna har sedan tjugo år publicerats digitalt på internet. Internet blev också ett sätt att gratis ta del av nyheter, både nationella, lokala och internationella. Allt utnyttjar detta och i dag gör halva befolkningen det varje dag.

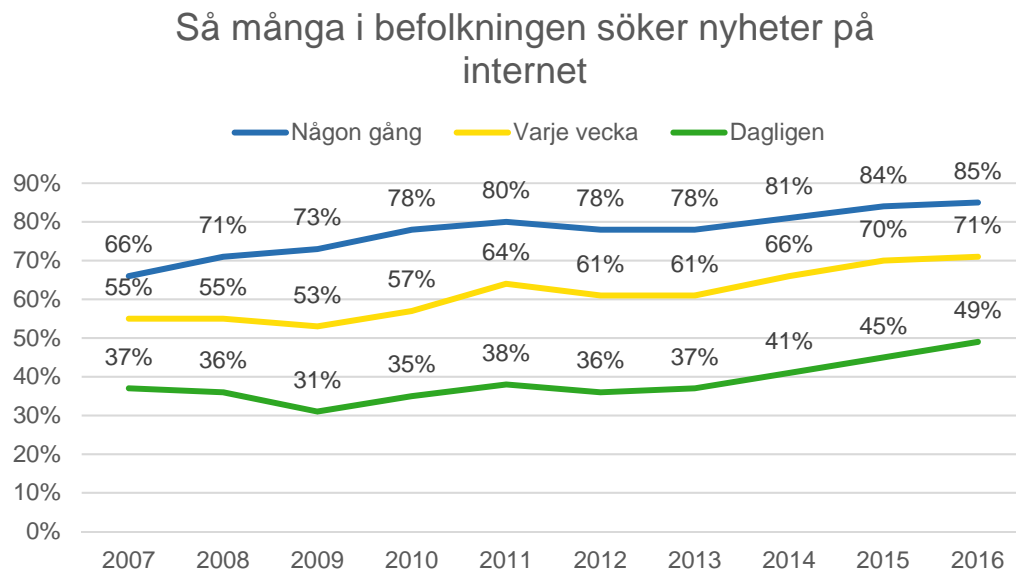


Diagram 10.4. Andel av befolkningen (12+ år) som under perioden 2007 till 2016 med olika frekvens söker upp nyheter på internet.

Vanligast är det i åldern 26 till 55 år där två av tre använder internet varje dag för att få tag på nyheter.

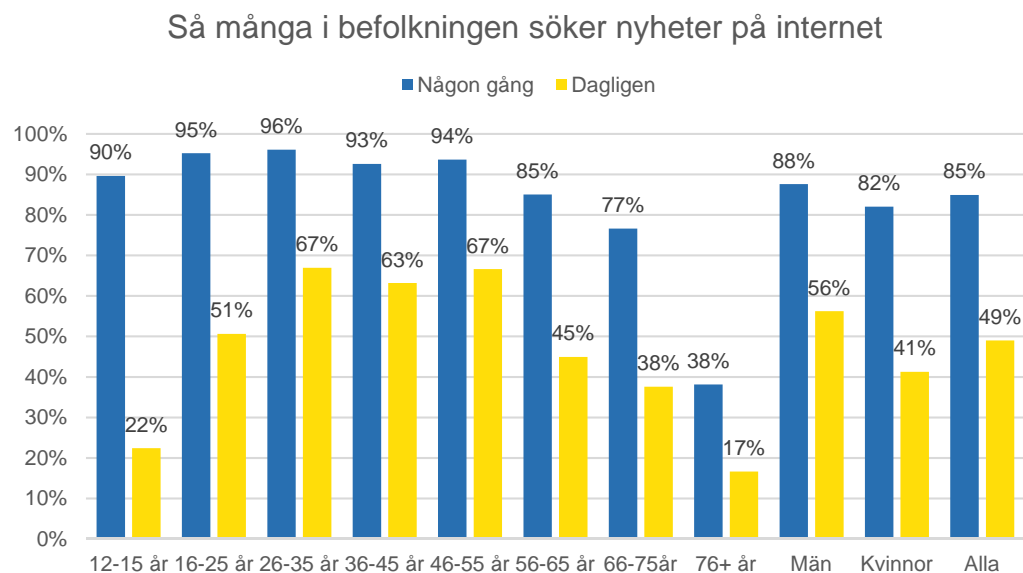


Diagram 10.5. Andel av olika åldersgrupper i befolkningen som någon gång respektive dagligen söker upp nyheter på internet.

Det vanligaste sättet att ta del av nyheterna på internet är via datorn, men för de dagliga användarna är det den smarta mobilen som används oftast.

Utrustning för att söka nyheter

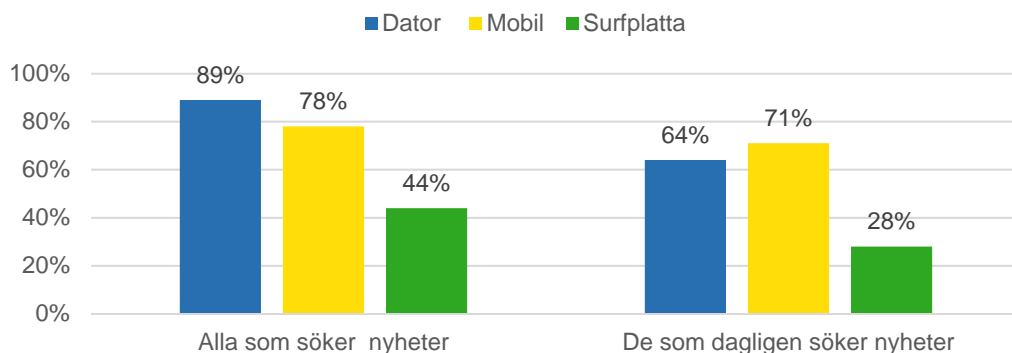


Diagram 10.6 Andel av de som någon gång söker upp nyheter respektive dagligen söker upp nyheter på internet som använder datorn, smarta mobilen och/eller surfplattan för detta.

Internet är den främsta källan till nationella och internationella nyheter för de upp till 45 år. I 50-årsåldern är tv och internet ungefär lika viktiga och över 55 år dominerar tv helt när det gäller nyheter. Internet får en allt mindre betydelse. Dagstidningen är fortfarande viktig för de äldre.

Totalt är tv den viktigaste källan för nationella och internationella nyheter, en bit därefter kommer internet och dagstidningen. Facebook spelar en viss roll för de yngsta, men både tv och dagstidningen bedöms som viktigare.

Viktigaste medierna för nationella och internationella nyheter

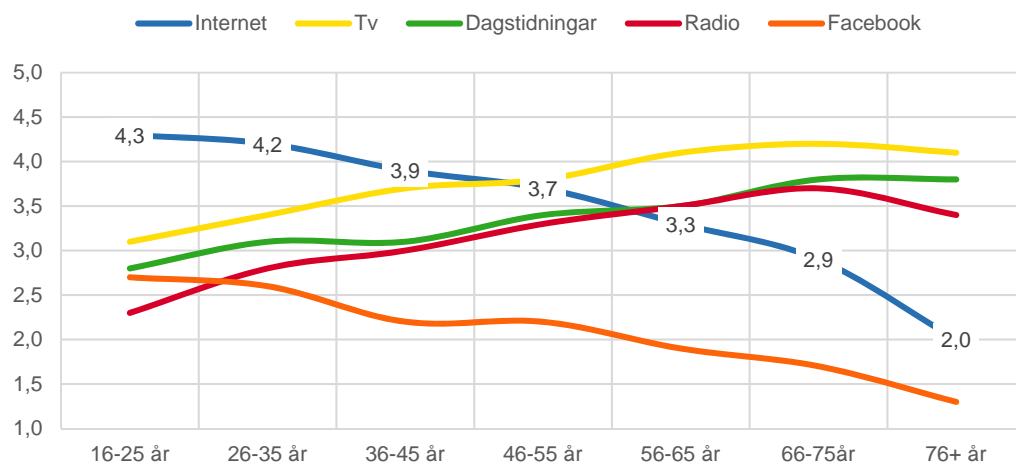


Diagram 10.7 Genomsnittlig viktighetspoäng i befolkningen på en femgradig skala där 1 står för inte alls viktig som källa till nationella och internationella nyheter och 5 står för mycket viktig för sådana nyheter.

Den viktigaste källan till lokala nyheter är fortfarande dagstidningen. Det gäller totalt och för de som är över 45 år. De som är yngre tycker att internet är den viktigaste nyhetskällan även för lokala nyheter. Därefter följer dagstidningen.

Viktigaste medierna för lokala nyheter från platsen där man bor

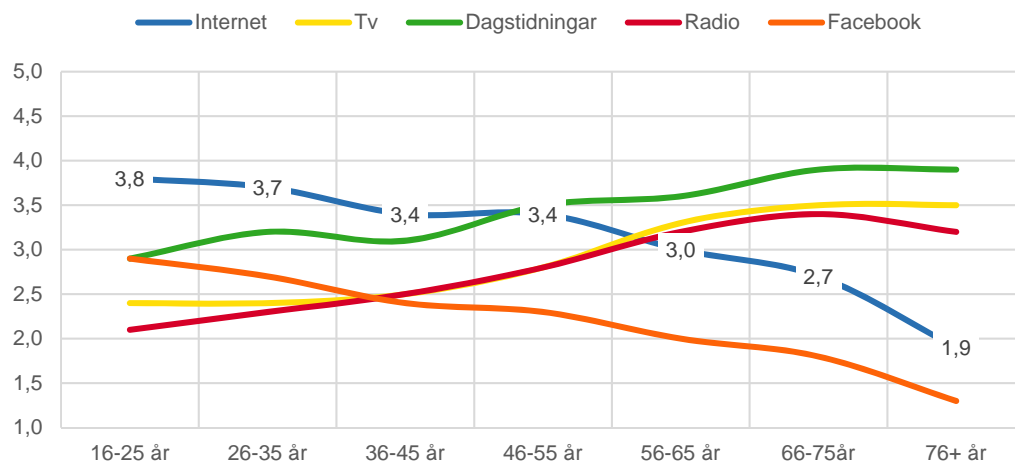


Diagram 10.8 Genomsnittlig viktighetspoäng i befolkningen på en femgradig skala 1 står för inte alls viktig som källa till lokala nyheter från platsen där man bor och 5 står för mycket viktig för sådana nyheter.

Dagstidningen

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 tidningar på nätet

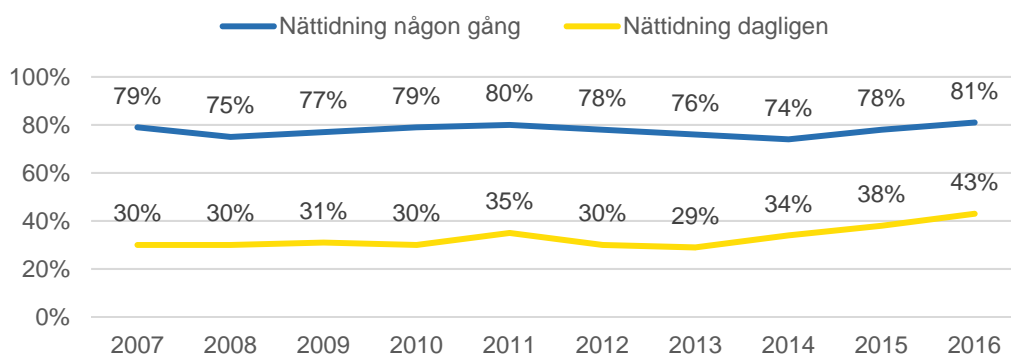


Diagram 10.9 Andel av internetanvändarna (12+ år) som läser en dagstidning på internet någon gång ibland och dagligen.

Det är framför allt i åldrarna 26 till 55 år som läsandet ökat. Drygt hälften i dessa åldrar läser varje dag en digital version av en dagstidning. Det minskar bland de äldre där många har sin tryckta morgontidning och bland de yngre som inte är så intresserade.

Så många läser dagstidning på internet

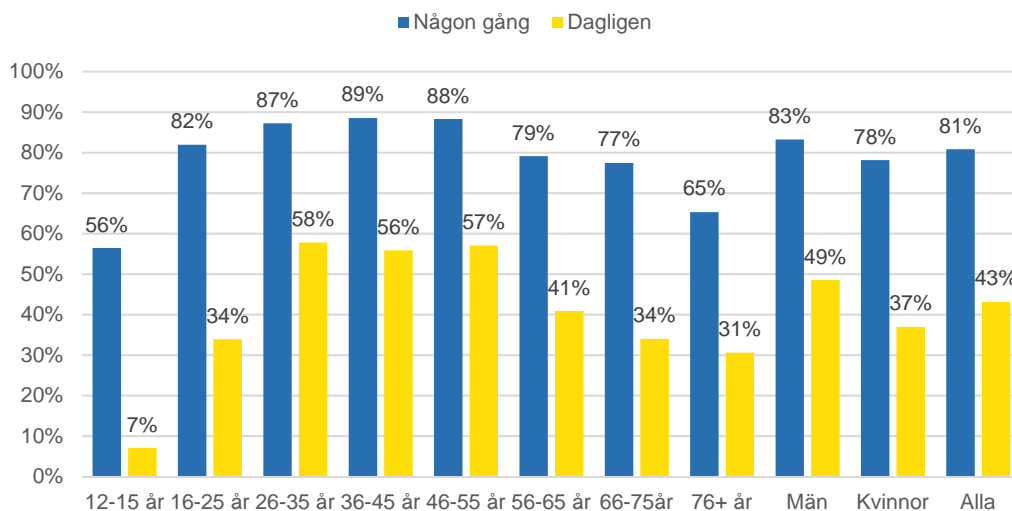


Diagram 10.10. Andel av internetanvändare (12+ år) som någon gång respektive dagligen läser tidning på internet.

De flesta som läser tidning på internet gör det på datorn, men bland dem som läser en tidning varje dag är det lika vanligt att läsa på den smarta mobilen som på datorn.

Utrustning för att läsa tidning på internet

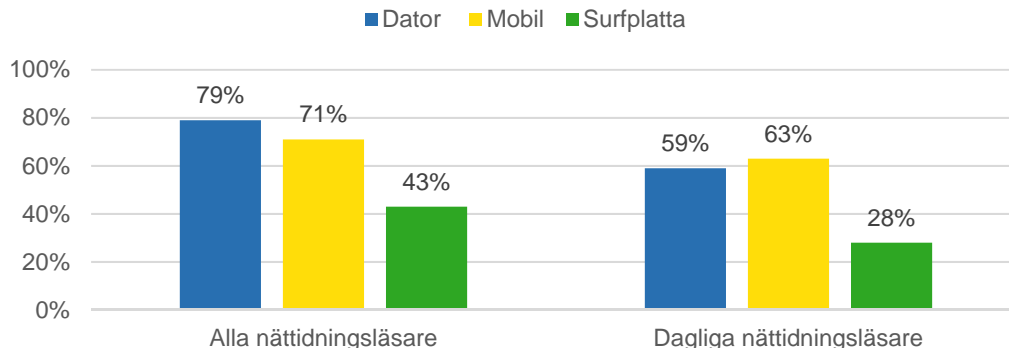


Diagram 10.11 Vilken utrustning som används för att läsa tidningen. Andel av alla som läser tidning på internet (12+ år) och andel av alla som dagligen läser tidning på internet.

Tre av fyra svenskar läser någon gång en papperstidning. Det är lika många som någon gång läser en digital tidning på internet. Bland de yngre läser fler nättidningar. I åldern 26-35 år läser 87 procent någon gång en nättidning och 55 procent en papperstidning. I åldern 65-75 år är det tvärtom 91 procent som någon gång läser en papperstidning och 68 procent en nättidning.

Under de senaste åren har inga större förändringar skett vad gäller hur mycket tid som ägnas dagstidningar på papper. Den ligger kvar på 2,4 timmar i veckan sedan 2014. Inte heller lästiden för nättidningar har ökat under det senaste året utan ligger kvar på 1,7 timmar per vecka.

Tid för läsning av papperstidning och tidning på internet

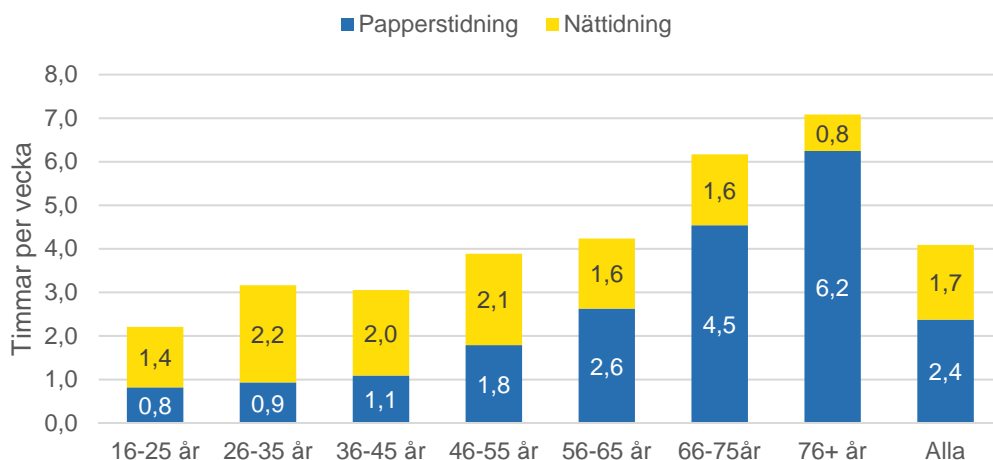


Diagram 10.12. Genomsnittlig tid (timmar per vecka) som man i olika åldersgrupper i befolkningen använder för att läsa en traditionell dagstidning på papper respektive på internet.

De allra flesta som prenumererar på en dagstidning prenumererar på papperstidningen. I de flesta fall får de också tillgång till den digitala versionen. Mycket få (3 %) betalar för en prenumeration av tidningens digitala version.

Prenumeration på dagstidning (papper respektive digitalt)

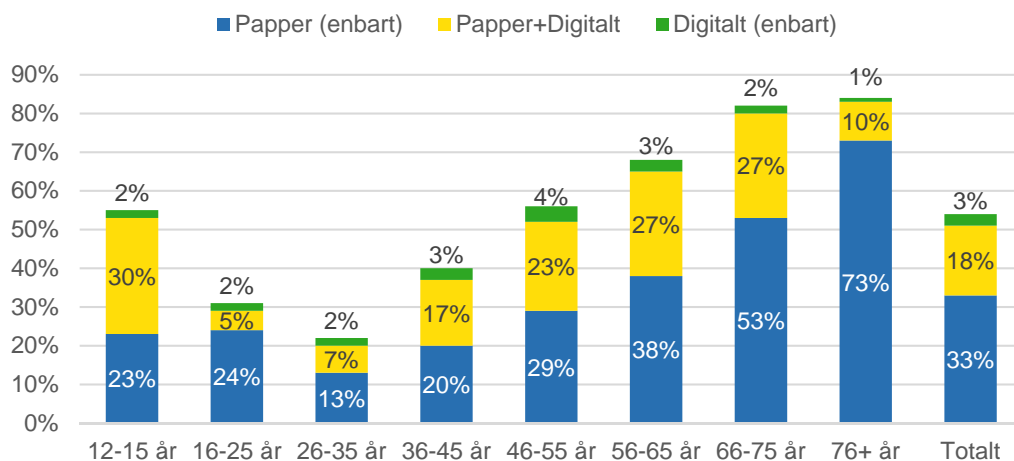


Diagram 10.13 Andel i olika åldersgrupper som prenumererar enbart på en papperstidning, på papper och digitalt eller enbart på en digital tidning.

Tv

Allt fler internetanvändare har upptäckt att tv också finns på internet. Idag har 70 procent av internetanvändarna någon gång tittat på tv-kanalernas playtjänster. En stadig uppgång de senaste tio åren.

Titta på tv-kanalernas playtjänster

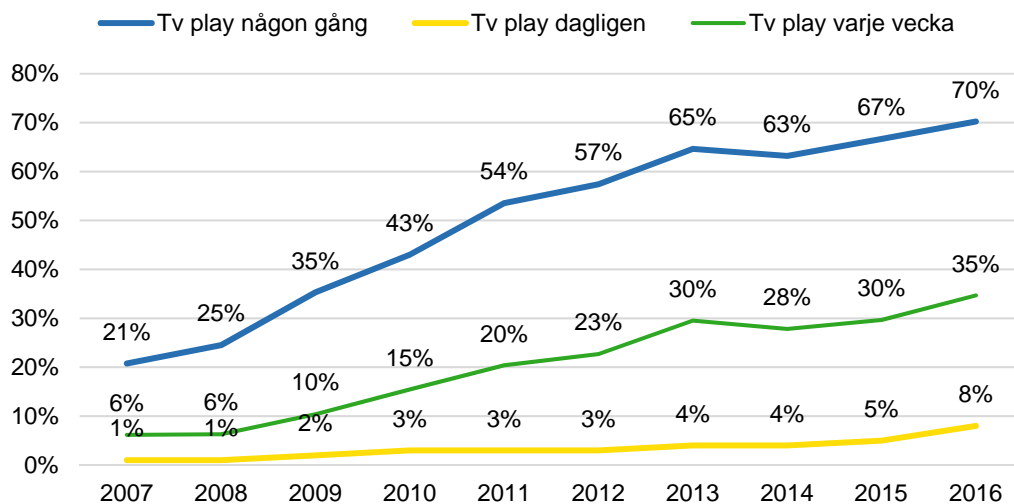


Diagram 10.14 Andel av internetanvändarna (12+ år) som sett på tv-kanalernas playtjänster perioden 2007 till 2016.

Det dagliga tv-tittandet (tv-kanalernas playtjänster) är begränsat och har under många år legat kring 3 - 4 procent men har under det senaste året öka till 8 procent.

Tv-kanalernas playtjänster i olika åldrar

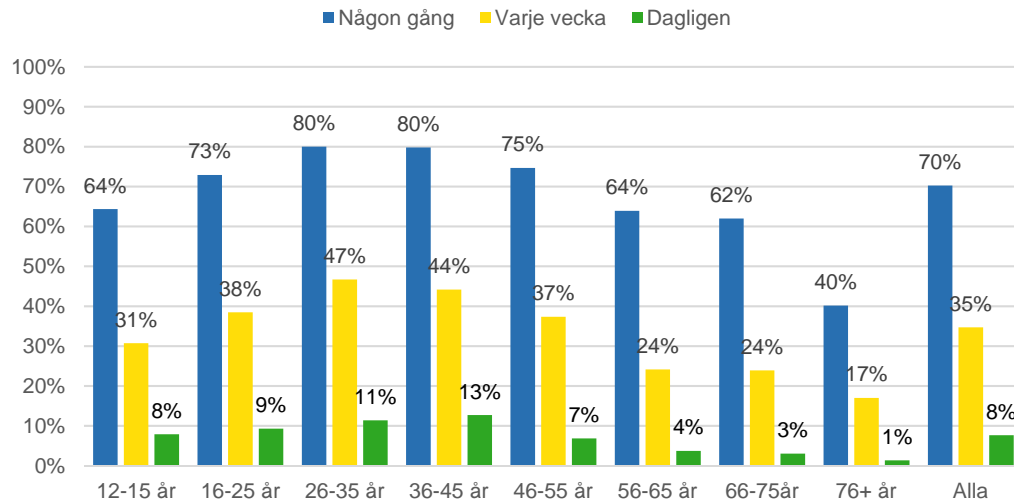


Diagram 10.15 Andel av internetanvändare (12+ år) som med olika frekvens ser på tv-kanalernas playtjänster.

Det vanligaste sättet att se på tv-kanalernas playtjänster är via datorn, därefter kommer surfplattan och den smarta mobilen.

Utrustning för att titta på tv -kanalernas playtjänster

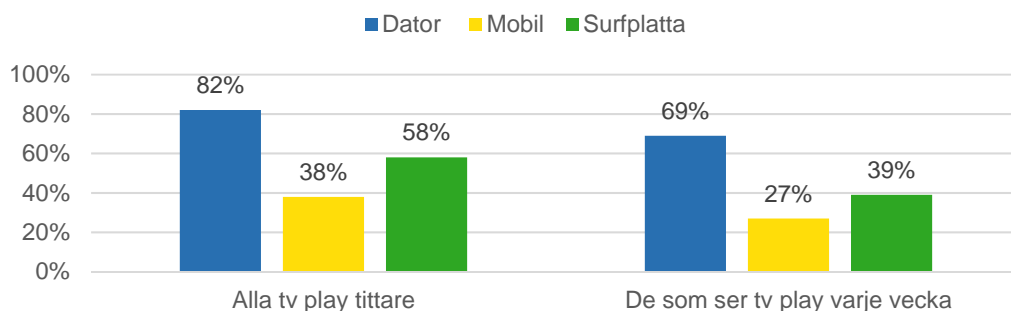


Diagram 10.16 Vilken utrustning som används för att titta på tv-kanalernas playtjänster. Andel av alla som ser på tv på internet (12+ år) och andel av alla som dagligen ser på tv på internet.

20 procent av den totala tittartiden läggs på tv via internet. Andelen varierar efter ålder med som minst 5 procent som tittar på tv-kanalernas play tjänster bland de äldsta till nästan hälften (47 %) bland de yngsta (16-25 år) i jämförelsen.

Tid för att titta på tv traditionellt och på internet

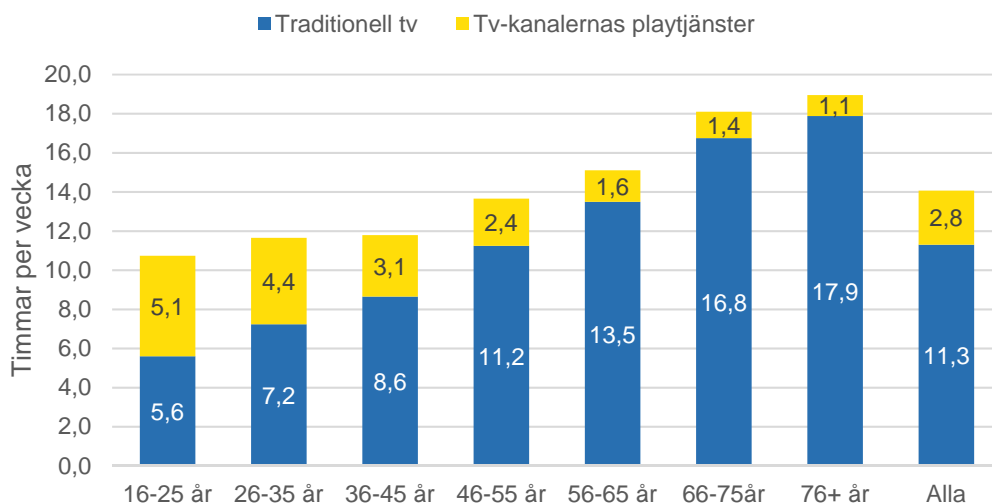


Diagram 10.17 Genomsnittlig tittartid (timmar per vecka) i olika åldrar i befolkningen på traditionell tv respektive tv över internet.

Under de tre senaste åren har det traditionella tablå-tv-tittandet minskat något från 12,3 timmar i veckan till 11,3 timmar. Samtidigt har tv-tittandet över internet ökat från 1,9 timmar i veckan till 2,8 timmar.

Radio

Att lyssna på radiostationer via internet har inte varit särskilt utbredd i Sverige. 9 procent gör det dagligen men nästan hälften (44 %) har någon gång gjort det. Det är fortfarande den traditionella radion som är helt dominerande. Enligt mediebarometern lyssnar 69 procent dagligen på den traditionella radion (Mediebarometer 2015).

Lyssna på radio på internet

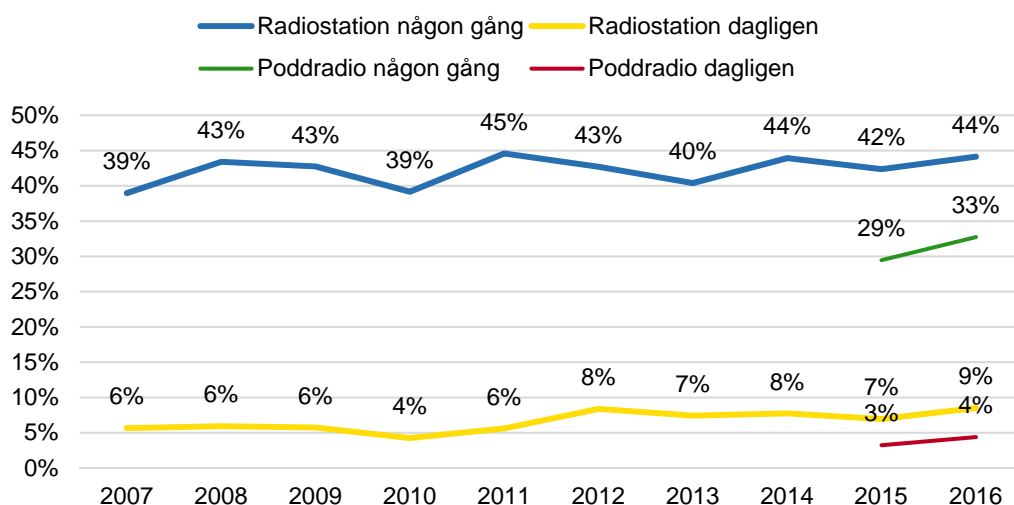


Diagram 10.18 Andel av internetanvändare (12+ år) som lyssnar på radiostationer över internet respektive poddradio någon gång och dagligen.

Förhållandena har inte förändrats nämnvärt de senaste åren, men det sker små förändringar när det gäller det dagliga lyssnandet på poddar (från 3 till 4 %) och på radiostationer över internet (från 7 till 9 %).

Ser vi till tiden som ägnas radion i dess olika former ser vi liknande förändringar. Lyssnandet över internet har ökat från 1,2 timmar i veckan 2014 till 1,5 timmar i veckan 2016. Samtidigt har tiden som ägnas den traditionella radion minskat betydligt mer från 9,2 timmar 2014 till 7,7 timmar 2016.

Det är de unga (26-35 år) som lyssnar mest på radio över internet. En tredjedel av deras lyssnartid ägnas åt lyssnande över internet medan genomsnittet för alla är 15 procent.

Tid för att lyssna på radio traditionellt och på internet

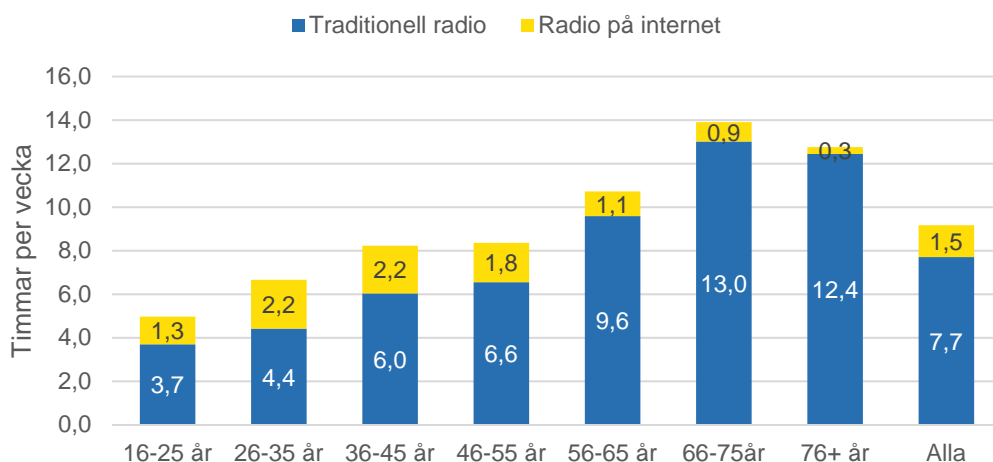


Diagram 10.19 Genomsnittlig lyssnartid (timmar per vecka) i olika åldrar i befolkningen på traditionell radio respektive radio över internet.

Boken

Bokläsningen har sedan årtionden legat på en stabil nivå runt en halvtimme om dagen eller 3,5 timmar i veckan. De flitigaste läsarna finns bland de äldre.

Enligt mediebarometern läser eller lyssnar 6 procent av svenskarna under en vecka på en ljudbok och 2 procent läser en e-bok. Inga större förändringar har skett under de senaste åren.

Slår vi ihop tiden som ägnas ljud- och e-böcker uppgår den till en halvtimme i veckan vilket är 15 procent av den totala lästiden. 85 procent av tiden ägnas pappersboken.

Skillnaderna är stora mellan yngre och äldre. Mellan 36 - 45 år upptas 25 procent av lästiden av ljud- och e-böcker.

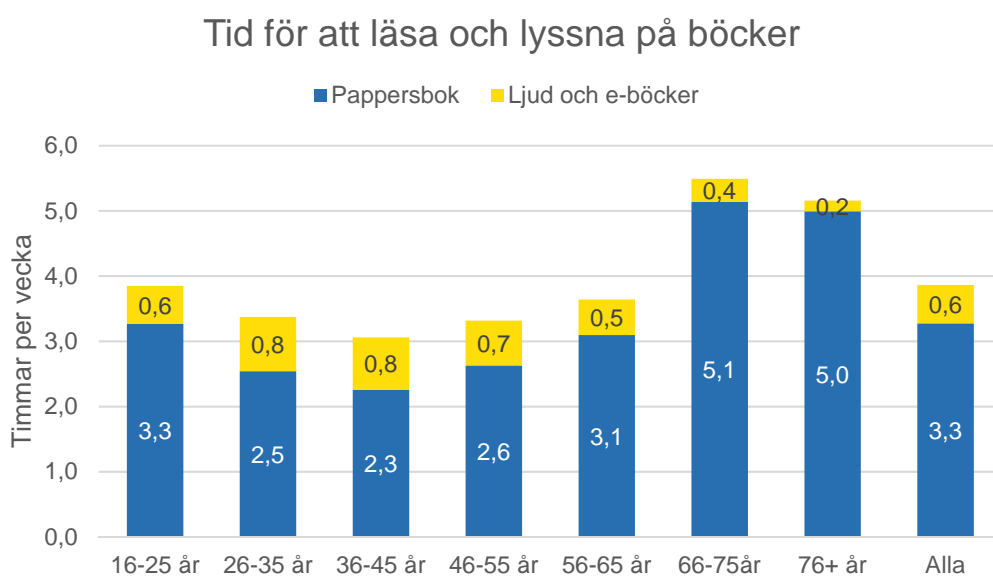


Diagram 10.20 Genomsnittlig lästid (timmar per vecka) i olika åldrar i befolkningen för pappersböcker och för att läsa eller lyssna på ljud och e-böcker.



11 Bra och dåligt med internet

Internet är på många sätt en mycket bra teknik, enligt internetanvändarnas egna bedömningar. Här erbjuds mycket information, man kan hålla kontakt med familj och vänner samt handla och sköta bankärenden. Men samtidigt finns det brister. Inte bara kriminalitet och bristande säkerhet utan själva innehållet på internet har dåliga egenskaper. Bristande källkritik, falsk information och rent skräp. Till detta kommer hat och mobbning och att användningen kan ta över, ta för mycket tid och ibland leda till ett beroende.

Det bästa med internet

Det bästa med internet är all information som erbjuds och finns tillgängligt, tycker två av tre (61 %) internetanvändare. För en majoritet av svenskar har internet även blivit den viktigaste källan till information.

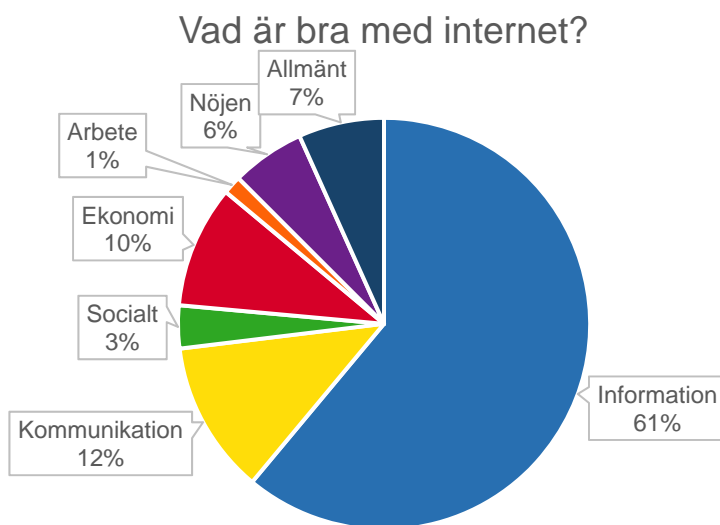


Diagram 11.1 Andel av de öppna svaren på frågan vad som är bäst med internet som kan kategoriseras inom sju områden. (n=1931)

Tillgängligheten, snabbheten och att man kan hitta det man vill är det som uppskattas mest med informationen på internet.

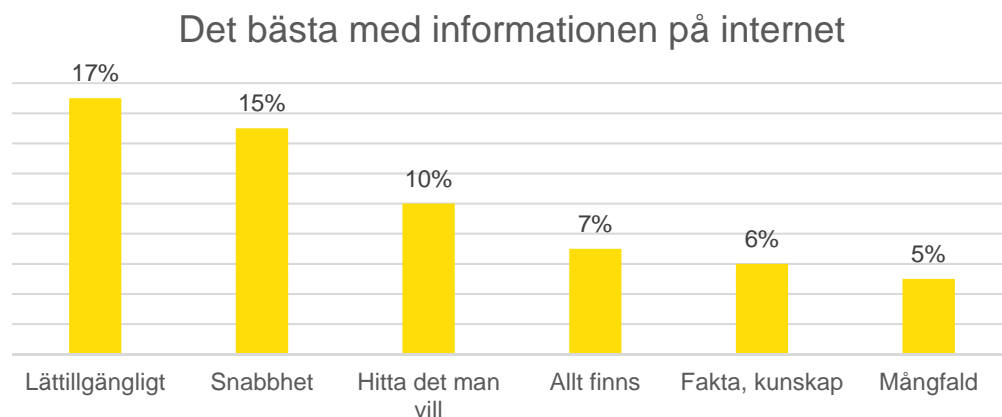


Diagram 11.2 Andel av de totala svaren som lyfter fram internets informativa egenskaper.

En del av dem som svarar att informationen är det bästa med internet lyfter fram att allt finns på internet. Andra betonar fakta och kunskap och åter andra lyfter fram mångfald.

Internet möjliggör även kommunikation med andra människor. Men att denna egenskap är det bästa med internet lyfts fram av betydligt färre än de som betonar internets informativa egenskaper. Här är det främst möjligheten att hålla kontakt med andra över geografiska avstånd som nämns som det bästa (5 %), sedan kommer e-posten (2 %) och möjligheten till sociala kontakter (2 %).

En bra sak med internet är att det underlättar ekonomi och handel. Det som uppskattas allra mest här är möjligheten att betala räkningar och göra bankärenden (6 %). En bra allmän egenskap hos internet är dess öppenhet och frihet som också lyfts fram (2 %).

Få personer lyfter upp internets roll för arbetslivet (1 %) eller för nöjen och underhållning (1 %). Det bästa med internet, tycker en bred majoritet, är den information som gjorts tillgänglig, inte hur det underlättar arbetet eller har ökat tillgången till musik, film, video eller andra nöjen.

Det sämsta med internet

Även om internet har många goda egenskaper finns det saker som användarna tycker är dåliga. Internet har en baksida. Det gäller framför allt innehållet (44 %), men också säkerheten (24 %). Tekniken kan vara mindre pålitlig (7 %) och användningen svår (5 %). Internet har också en del negativa effekter (14 %).

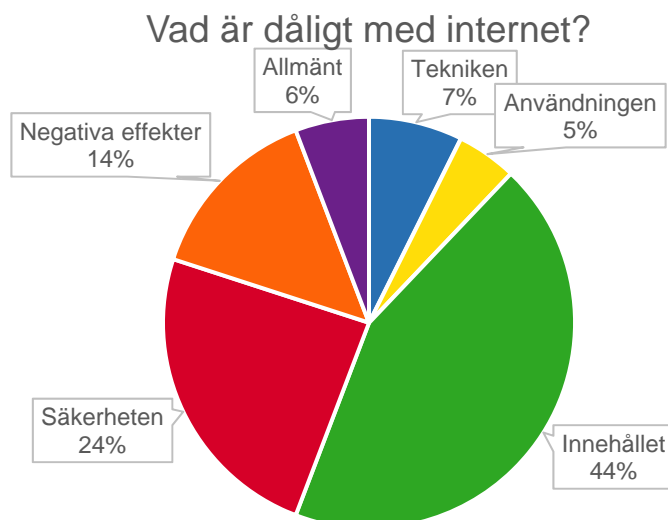


Diagram 11.3 Andel av de öppna svaren på frågan vad som är dåligt med internet som kan kategoriseras inom sex områden. (n=1484)

Vad är dåligt med innehållet på internet?

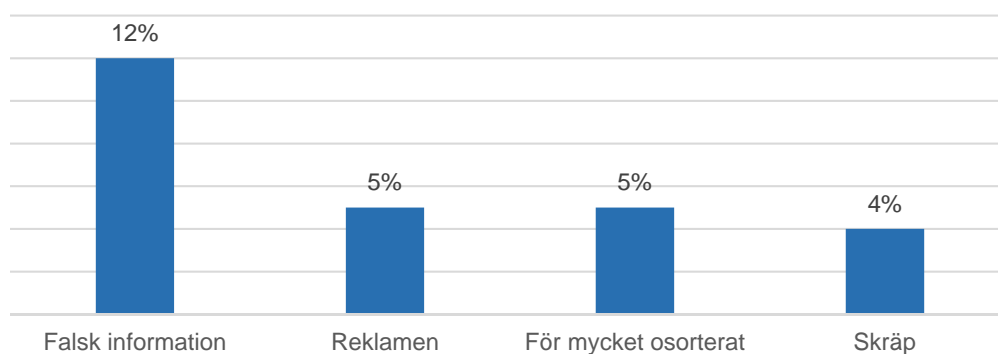


Diagram 11.4 Andel av de totala svaren som lyfter fram dåliga egenskaper med innehållet på internet

12 procent nämner att det sämsta med **innehållet** på internet är förekomsten av falsk information. Andra nämner att allt, även det dåliga, finns osorterat om vartannat (5 %). Reklamen på nätet är dåligt uppger 5 procent och 4 procent menar att det finns mycket skräp på internet.

Dåligt med internet är också den **bristande säkerheten** (5 %). Att det förekommer bedrägerier och kriminalitet (5 %), att den personliga integriteten är hotad (5 %) och att andra kan komma åt vad man gör på internet (3 %). Övervakning förekommer också som svar (3 %).

En del lyfter fram de **negativa effekter** som användningen av internet kan ge upphov till. Internet har en tendens att ta för mycket tid (6 %) och kan ge upphov till beroende (5 %).

En annan dålig sak med internet är att det främjar **mobbing** (6 %) och hatbrev (4 %). En bidragande orsak till detta är anonymiteten (3%). Detta förs i synnerhet fram av de yngre.

Dåligt med internet är också att **tekniska problem** kan uppstå. Det kan vara uppkopplingsproblem (3 %) eller virus (2 %). Tekniken är sårbar och känslig (4 %). Detta lyfts främst fram av de äldre. De äldre nämner också att det finns användarproblem. Det är t.ex. krångligt (2 %) och svårt (1 %) att hitta det man söker.

Ökad oro för större internetföretag

Oron för att stora internetföretag som Google och Facebook skall kränka den personliga integriteten har ökat under senare år. 2014 uppgav 27 procent av internetanvändarna att de kände stor eller mycket stor oro inför denna typ av företag. Idag har andelen ökat till 33 procent.

Däremot har inte oron för att myndigheterna skall kränka integriteten ökat. I dag är det något färre (15 %) som känner en sådan oro jämfört med 2014 (19 %).

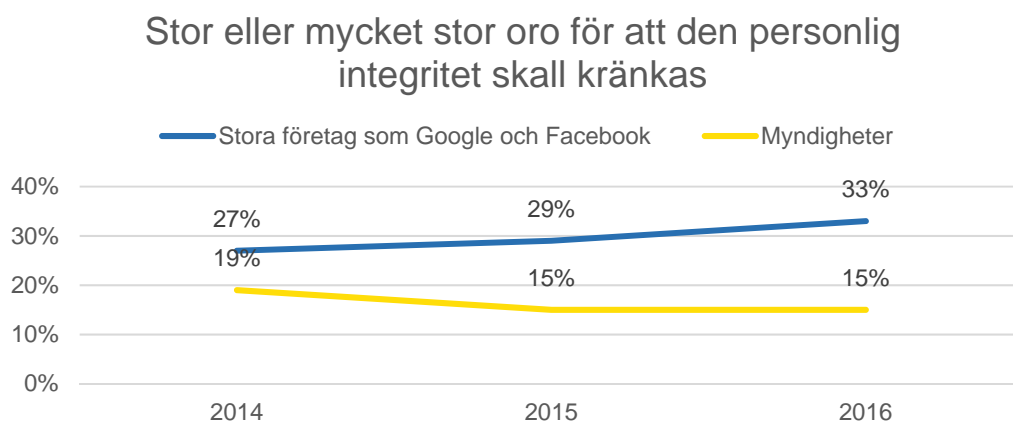


Diagram 11.5 Andel av internetanvändarna som hyser stor eller mycket stor oro för att den personliga integriteten skall kränkas av myndigheter respektive stora företag som Google och Facebook.

Mobbning på internet

Att bli mobbad eller besvärad av någon på internet är spritt särskilt bland de yngre. Men att någon använder internet för att mobba eller besvära någon annan förekommer också bland de äldre. Andelen som drabbats är mindre men andelen där mobbningen får allvarliga konsekvenser är nästan lika stor, omkring 1 procent i alla åldersgrupper utom i åldern 12-15 år där det är 3 procent och i åldern 16-25 år där andelen allvarligt drabbade är 2 procent.

Andel som blivit mobbade eller besvärade av någon på internet?

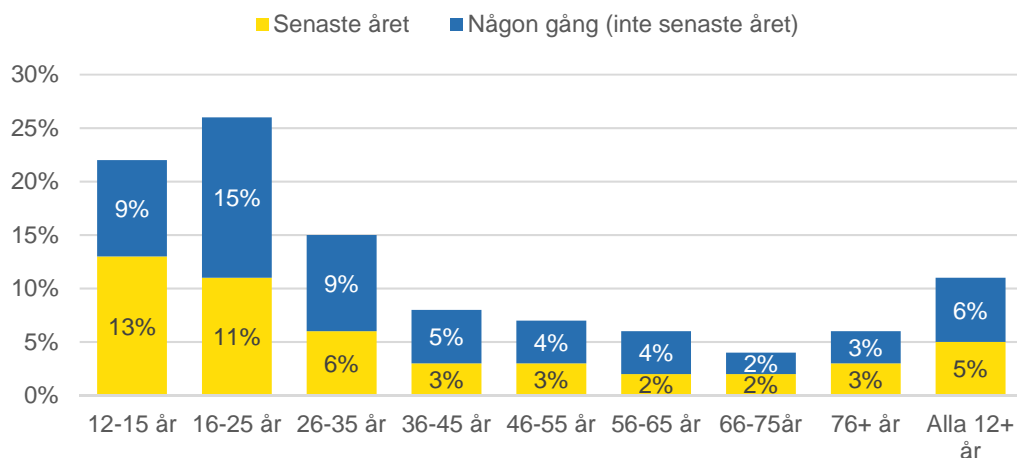


Diagram 11.6. Andel av internetanvändarna i olika åldersgrupper som har blivit mobbade eller besvärade av någon på internet.

Känner någon som blivit mobbad eller besvärad av någon på internet

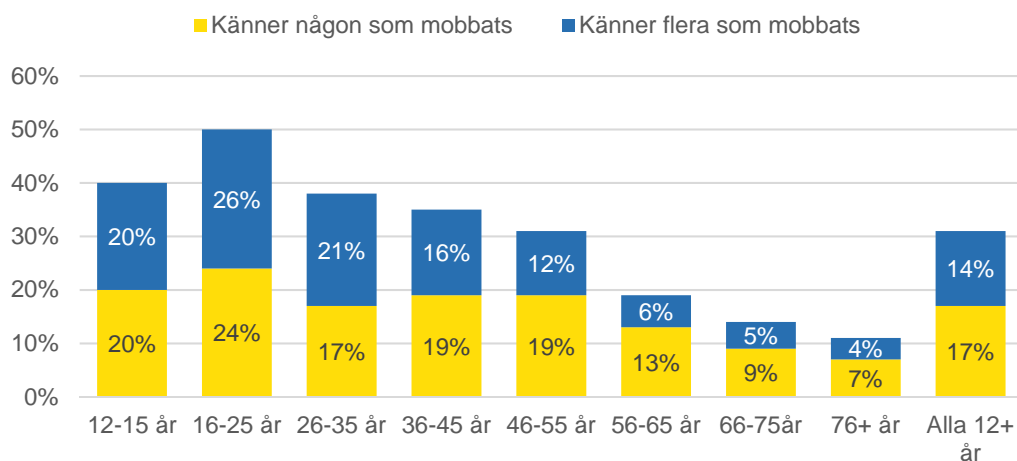


Diagram 11.7 Andel av internetanvändarna i olika åldersgrupper som känner någon som blivit mobbad eller besvärad av någon på internet

Fler dåliga sidor idag än för åtta år sedan

De bra sidorna hos internet som lyfts fram idag omnämndes också för åtta år sedan i Svenskarna och internet 2008. Det är möjligheten att söka information och kunskap, sköta bankärenden, e-handla och underhålla kontakter. Men det är många fler idag som tar upp internets dåliga sidor. Det gäller framför allt problem med innehållet, falsk information och reklam. Men också hotet mot den personliga integriteten och risken för bedrägerier.



12 De som står vid sidan av

630 000 människor står utanför internet i Sverige. Det motsvarar 7 procent av befolkningen. Någon eller några procent finns i alla åldrar, men det är framförallt bland de äldre icke-användarna finns. Hälften av de äldsta (över 75 år) är icke-användare. Men det sker stora förändringar bland de äldre. För bara några år sedan var en tredjedel mellan 66-75 år icke-användare mot bara 14 procent i dag. Ointresse är främsta orsaken till att inte använda internet och krånglig teknik en annan. Få anger i dag att det är dyrt eller att de saknar uppkoppling. För de äldre anges även funktionshinder som syn och motorik som problem för internetanvändning.

93 procent av befolkningen över 12 år använder någon gång internet. Det innebär att det bara är 7 procent som aldrig någonsin gör det. Ser vi till de som aldrig använder internet i hemmet ökar siffran till 9 procent. Ställer vi lite högre krav på internetanvändningen – att den exempelvis bör ske åtminstone någon gång i veckan – ökar de som inte räknas som internetanvändare med 2 procentenheter och uppgår till totalt 11 procent.

Någon eller några procent icke-användare finns i alla åldersgrupper men det är bland de äldre de flesta hör hemma. 54 procent av dem över 75 år är icke-användare, plus 4 procent som använder internet högst någon gång i månaden.

Hur många använder internet sällan eller aldrig i hemmet?

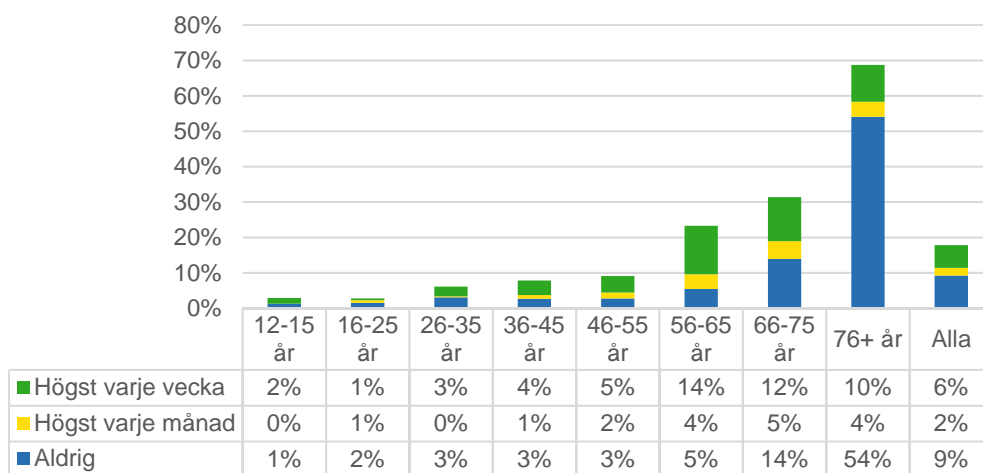


Diagram 12.1 Andel av olika åldersgrupper som inte använder internet dagligen utan högst någon gång i veckan, någon gång i månaden eller aldrig.

Räknar vi om procenttalen till antal personer i befolkningen finner vi att de 7 procent som aldrig använder internet motsvarar 633 000 människor. Detta är alltså antalet i Sverige som står helt utanför. Läger vi till de 4 procent som

använder internet hemma högst någon gång i månaden blir det ytterligare 332 000 människor som har väldigt liten delaktighet i internetsamhället.

Främsta skälen att inte använda internet

Ointresse är det främsta skälet (54 %) till att de flesta icke-användare inte använder internet. Krånglig teknik är ett annat skäl som delvis hänger ihop med den bristande kunskapen om att handskas med datorer. Få anger idag att det är för dyrt eller att de inte har någon uppkoppling.

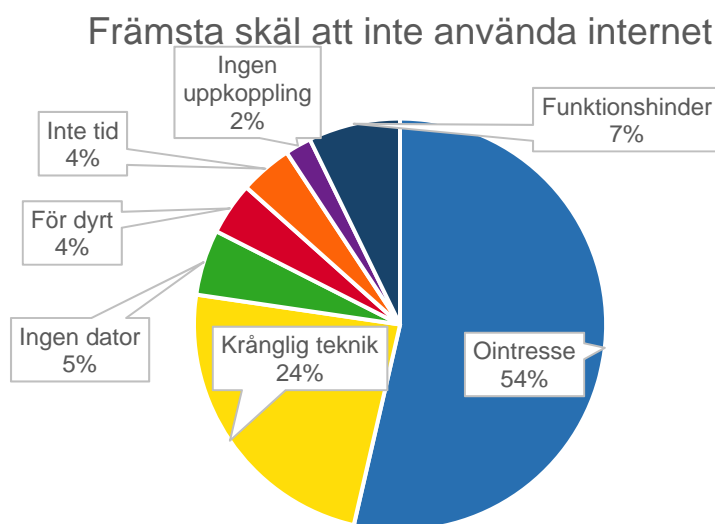


Diagram 12.2. Andel av de som uppger funktionshinder som nämner olika problem som försvårar deras användning av internet.

8 procent av befolkningen uppger att de helt saknar kunskap om datorer. Tre fjärdedelar av dessa använder inte internet, men en fjärdedel försöker alltså använda internet trots att de saknar kunskap om datorer och surfplattor.

De flesta icke-användare har bitt andra personer om hjälp

Att leva utan internet kan försvåra livet på många sätt. Två av tre icke-användare (65%) har bitt andra personer om hjälp att göra saker åt dem med internet. 57 procent ha gjort det ibland medan 7 procent ofta har bitt andra om internethjälp.

Även de äldsta på väg att bli internetanvändare

Bland dem mellan 66-75 år har det skett stora förändringar de senaste åren. För bara några år sedan var en tredjedel i denna åldersgrupp icke-användare. Förra året var det 20 procent och nu är det bara 14 procent som inte använder internet i hemmet.

Sakta ökar andelen som använder internet även i den äldsta gruppen över 75 år. Hälften (54 %) använder idag internet och en tredjedel är dagliga användare.

Tillgång och användning av internet (65+ år)

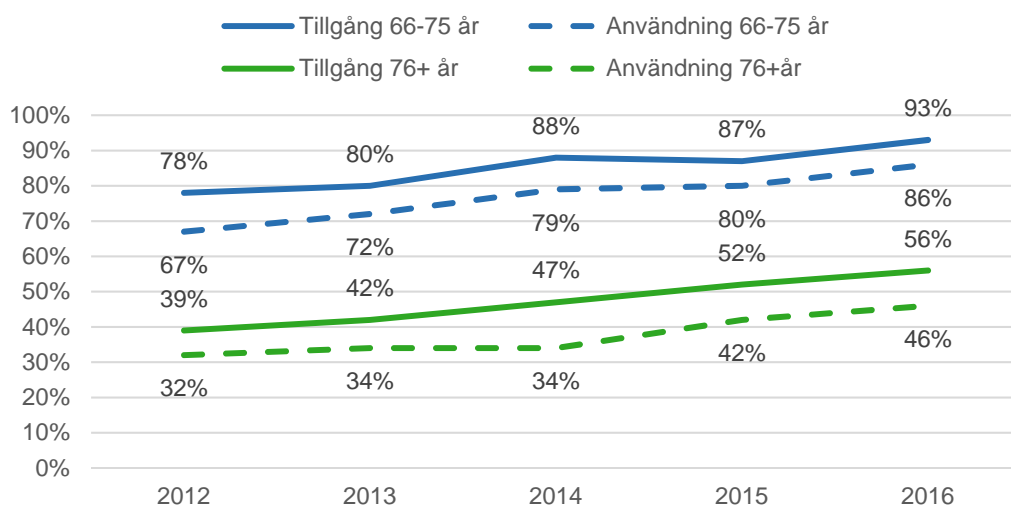


Diagram 12.3 Andel av de yngre och äldre pensionärerna som har tillgång till internet i hemmet och andel som också använder internet.

Tillgången till en smart mobil har ökat snabbt bland dem över 65 under de senaste åren. Men den smarta telefonen uppskattas inte av alla. 58 procent mellan 66 - 75 år har tillgång till en sådan men bara 49 procent ansluter till internet. Bland de äldsta har 22 procent tillgång till en smart telefon men bara 16 procent använder internetuppkopplingen.

Tillgång till smart mobil för de över 65 år

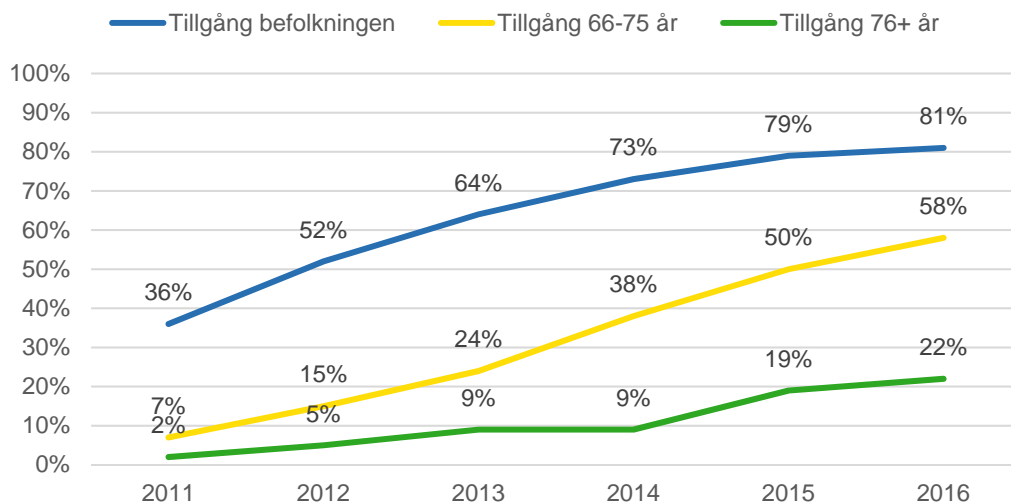


Diagram 12.4 Andel av befolkningen och av de yngre och äldre pensionärerna som har tillgång till en smart mobil.

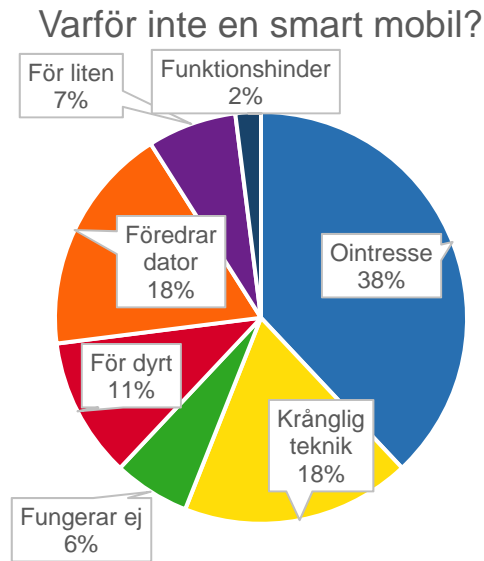


Diagram 12.5 Skälen som icke-användarna uppger för att de inte använder smart mobiltelefon 2016.

Skälen till att man inte har en smart mobil med tillgång till internet har inte bara att göra med ointresse. Krånglig teknik, pris och att man föredrar dator är några ytterligare skäl icke-användarna anger.

Skillnader i känsla av delaktighet syns tydligt om man jämför med tillgång till smart telefon. Tre av fyra (75 %) av de som har smarta mobiler känner sig helt och fullt eller till stor del delaktiga i informationssamhället mot endast en tredjedel (31 %) av de som inte har någon smart mobil. Det kan även vara så att delaktighet gör att man väljer en smarttelefon. De som har smart mobil känner sig i hög utsträckning ganska eller mycket kunniga när det gäller användning av datorer och surfplattor (85 %). Även här finns en stor skillnad mot de som inte har någon smart mobil. Endast 38 % av dem känner sig ganska eller mycket kunniga.

Hälften (49 %) mellan 66 - 75 år har tillgång till en surfplatta och 43 procent använder den. Bland de äldsta använder alla de 22 procent som har tillgång till en sådan också surfplattan.

Tillgång till en surfplatta bland de över 65 år

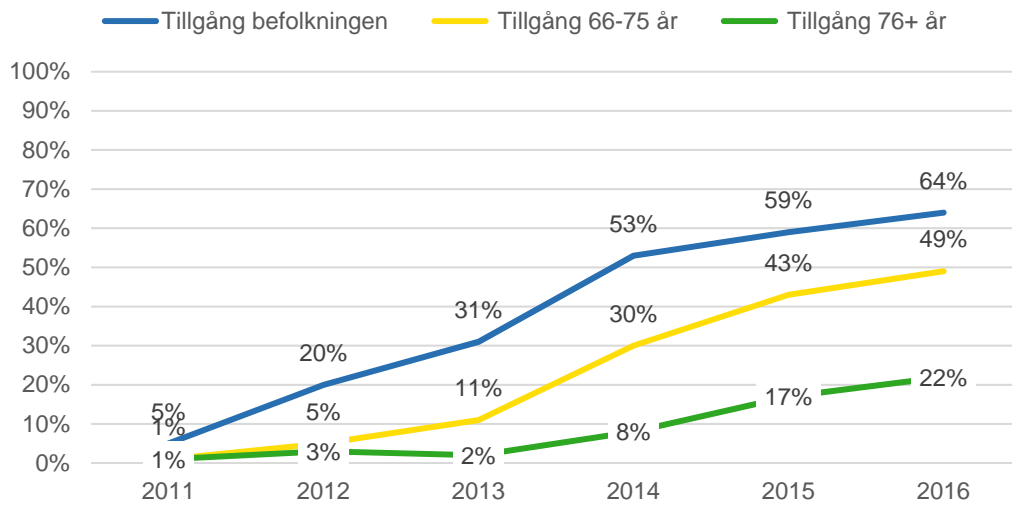
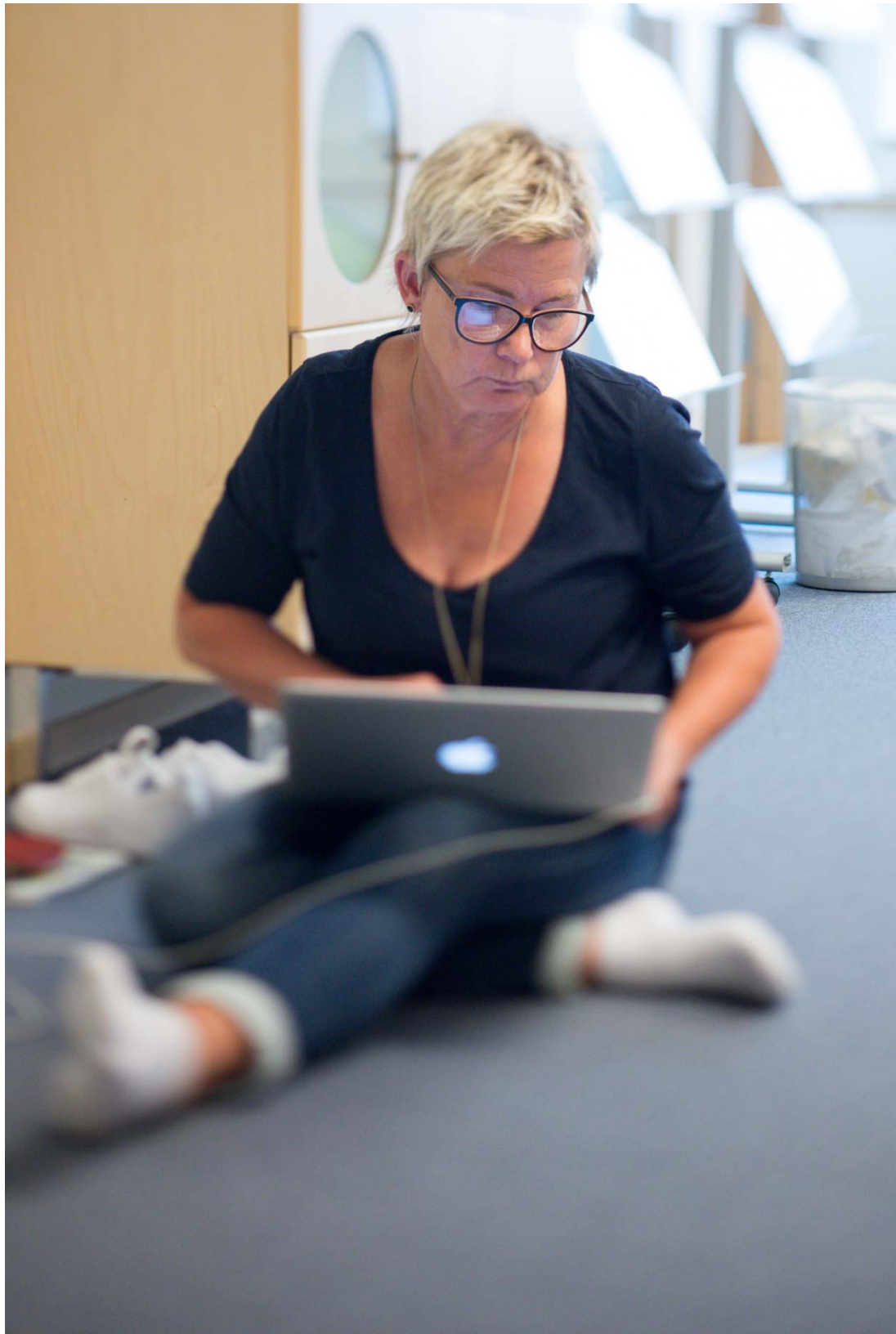


Diagram 12.6 Andel av befolkningen (12+ år) och bland pensionärerna som har tillgång till en surfplatta under perioden 2011 till 2016.

Svenskarna och internet 2016 finns i webbversion.

På www.soi2016.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 2016". 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 2000 telefonintervjuer och idag 3000 intervjuer, baserat på ett slumpvist urval av befolkningen från 11 år och uppåt (2007 och tidigare från 18 år). Sedan år 2010 är IIS huvudman för studien.

Telefonintervjuerna 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 2-11 år ställs frågor om barnens användning av internet. Till ungdomar mellan 12-15 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 rekryteras genom att bli uppringda, de kan då välja att svara via webb enkät eller telefonintervju. I årets undersökning är det 706 personer (23%) som deltagit i undersökningen via webbenkät och 2 142 per telefon.

"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.

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 3 000 personer. Vanligtvis måste cirka 700 nya personer rekryteras till panelen för att

kompensera för personer som inte längre vill delta i studien. Nyrekryteringen av panelen görs genom stratifierade urval styrda 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 8 365 varav 4 777 hade nåbara telefonnummer (storurval). 1 730 (37%) ville inte vara med, 108 hade språkproblem och ytterligare 90 var ej kvalificerade. Antalet genomförda vuxenintervjuer uppgick till 2 848. Det ger en svarprocent på 60 procent beräknat på storurvalet.

I ungdomsintervjuerna, 11-15 år, där föräldrarnas samtycke först måste inhämtas är svarsprocenten något lägre. Storurval 885, varav 432 (43%) inte ville vara med. Antal genomförda ungdomsintervjuer var 353 och svarsprocenten 40 procent.

Ålder	Svenskarna och internet 2016		Svenska folkets åldersfördelning (SCB 31.12.2015)	
	Antal	Procent	Ålder	Procent
12-15 år	241	7,8%	12-15 år	5,0%
16-25 år	399	12,9%	16-25 år	14,4%
26-35 år	360	11,7%	26-35 år	15,2%
36-45 år	486	15,8%	36-45 år	14,9%
46-55 år	473	15,3%	46-55 år	15,3%
56-65 år	481	15,6%	56-65 år	13,4%
66-75 år	338	11,0%	66-75 år	12,6%
76+ år	307	10,0%	76+ år	9,1%
	3 085	100,0%		100,0%

Tidsperiod

Med undantag för de allra första åren genomförs undersökningen i början av året. 2016 års undersökning pågick från februari till april.

Vuxenundersökning 2016

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

Antal intervjuade: 2 844.

55 procent av deltagarna är män och 48 procent kvinnor. 65 procent bor i stad och 35 procent på landsbygden.

Ungdomsundersökning 2015

Intervjuundersökning av ett urval ungdomar mellan 11-15 år och deras föräldrar.

Alla i ungdomsundersökningen ingår i rapporten "Eleverna och internet 2016". För att inte ungdomar ska få övervikt jämfört med befolkningen i stort så är det endast 241 av dem som ingår i "Svenskarna och internet 2016".

Antal intervjuade: 353 ungdomar och 353 föräldrar.

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

Litteraturlista

- Svenskarna och internet 2015, www.soi2015.se, IIS 2015
- Eleverna och internet 2016, IIS 2016
- Svenskarna och sociala medier 2016, IIS 2016
- E-barometern (Postnord, HUI 2016)
- Sveriges elfte TV-val, 1993
- Frågeformulär Vuxenundersökning
- Frågeformulär ungdomsundersökning

Tabellbilaga

Fullständig tabellbilaga finns att ladda ner i Excel-format från www.soi2016.se

Svenskarna och internet 2016 finns i webbversion.

På www.soi2016.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.

Svenskarna och internet 2016 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
- Internet i mobilen
- Barn och internet
- Internet på arbetet
- Sociala medier och kommunikation
- Dejting på internet
- E-handel, internetbank och betaltjänster
- Betala eller inte – streaming och fildelning
- Flickor och pojkar, Kvinnor och män
- Internet och traditionella medier
- Bra och dåligt med internet
- De som står vid sidan av

Svenskarna och internet 2016 finns i webbversion.
På www.soi2016.se kan du enkelt sortera statistik på olika ämnen och dela diagram från rapporten med dina vänner.



Internetstiftelsen i Sverige
Box 7399, 103 91 Stockholm
Telefon 08-452 35 00
www.iis.se info@iis.se

Internetstiftelsen i Sverige
Box 7399, 103 91 Stockholm
Telefon 08-452 35 00
www.iis.se info@iis.se