

.se

Olle Findahl

Svenskarna och Internet 2012



.se | internetstatistik

Olle Findahl

Svenskarna och Internet

2012

Svenskarna och Internet 2012

Version 1.0 2012

© Olle Findahl

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>.

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

Vid bearbetning av verket ska .SE:s logotyper och .SE:s grafiska element avlägsnas från den bearbetade versionen. De skyddas enligt lag och omfattas inte av Creative Commonslicensen enligt ovan.

.SE klimatkompenserar för sina koldioxidutsläpp och stödjer klimatinitiativet ZeroMission. Se <http://www.uwab.se/> för mer information om ZeroMission.

Författare: Olle Findahl
Formgivning: Inforfunction
Omslagsfoto: ©iStockphoto.com/Imgorthand
Första upplagan, första tryckningen.
Tryck: DanagårdsLiTHO, Ödeshög, 2012.
ISBN: 978-91-979411-7-4

.se

Box 7399, SE-103 91
Stockholm, Sweden
Org. nr 802405-0190
Telefon: +46 8 452 35 00
Fax: +46 8 452 35 02
E-mail: info@iis.se
www.iis.se

FÖRORD	4
SAMMANFATTNING	6
01. ANVÄNDNINGEN AV INTERNET ÖKAR MEN SPRIDNINGEN HAR STANNAT AV	8
<p>Tillgången till dator, internet och bredband har stannat av. Dagliga användningen i hemmet ökar. Fördubbling av mobila uppkopplingar. En stabilisering av tiden som ägnas internet. Endast de unga ägnar mer tid åt internet idag jämfört med tidigare år. 1,2 miljoner står fortfarande utanför. Ointresse främsta orsaken. Sverige ligger bra till i internationella jämförelser, sämre på bredband</p>	
02. DE VANLIGASTE AKTIVITETERNA PÅ INTERNET	14
<p>Vad gör man på internet? Internetaktiviteter som blivit vanligare. De sociala nätverkens expansion har stannat upp. Hur ofta sker statusuppdateringar? En tredjedel av Facebook-användarna statusuppdaterar aldrig. Den vanliga telefonen är det vanligaste kommunikationsmedlet. Vanligaste internetaktiviteterna hos de unga.</p>	
03. BARN OCH UNGA	18
<p>När började hälften av en åldersgrupp använda internet? 40 procent av tvååringarna har börjat? Störst förändringar hos skolbarnen 8-13 år. De unga är mest multi-uppkopplade av alla. Smarta telefoner och surfplattor används långt ner i åldrarna. Flickor kommunicerar mer än pojkar. Hur vanligt är det att spela och blogga? Aktiviteter som är vanligare hos flickor respektive pojkar.</p>	
04. FORTSATT ÖKNING AV MOBILT INTERNET	24
<p>Fortsatt ökning av mobilt internet. Hur många använder någon gång och dagligen mobilt internet? Hur har användningen förändrats under de senaste åren? Till vad används mobilen? Genombrott för surfplattan. Vem använder surfplattan i hemmet? Har utbildning och inkomst någon betydelse för vilka som skaffat sig en smart telefon och en surfplatta? Vem har tillgång till en smart telefon och en surfplatta? Allt fler "geotaggar"</p>	
05. MUSIK OCH VIDEO	30
<p>Musiklyssnande och videotittande på internet har stabiliserats på en hög nivå. Abonnemang dominerar bland yngre och köp bland de äldre. Hur många betalar för musik och video och på vilket sätt? Fildelningen är fortfarande omfattande. Fildelare prenumererar på musik oftare än andra.</p>	
06. E-HANDEL	34
<p>E-handeln ökar något. Oron för kreditkortsbedrägerier minskar. Hur många använder mobilen för e-handel? Viss ökning bland yngre och äldre. Många äldre e-handlar inte. Appar och musik dominerar digitala köp. Fortfarande har halva befolkningen ingen e-legitimation. Många äldre betalar inte sina räkningar via internet. Många går fortfarande ibland till bankkontoret. Fattiga går till bankkontoret och rika loggar in på en internetbank</p>	

Innehåll

07. TRADITIONELLA MEDIER OCH INTERNET	40
<p>Många söker upp traditionella medier på internet men inte så frekvent. Traditionella plattformar dominerar fortfarande. Hur många och hur ofta läser man en e-bok? Har läsandet av webbtidningar förändrats under de senaste 5 åren. Hur stor del av tidningsläsningen äger rum på webben? Kvällstidningar läses mest på webben. Har lyssnandet på webb-radio förändrats? Hur många och hur ofta ser man på webb-tv. Ungdomar ser tv på internet men inte varje dag. De läser kvällstidningar online men inte morgontidningar. Basen för de traditionella medierna är fortfarande de traditionella apparaterna och det traditionella pappret. Internet har blivit ett viktigt komplement till de traditionella medierna.</p>	
08. INTERNET I ARBETSLIVET	46
<p>Mer internettid på arbetet än hemma. De sociala nätverken är i huvudsak privata. Allt fler arbetar hemifrån med hjälp av internet men åker ändå till arbetet lika mycket. Internet har ökat produktiviteten i arbetet och kontakterna i yrkeslivet. Internet på arbetet används också för privata ändamål.</p>	
09. SYNEN PÅ INTERNET	50
<p>Positivare syn på internets roll för demokratin. Internet har blivit allt viktigare som informationskälla men de traditionella mediernas viktighet består. Internet har också blivit en viktig källa för underhållning. Känslan av att inte vara delaktig i informationssamhället kvarstår hos många. Oron för internet både minskar och finns kvar. Internet har blivit viktigare både för arbetet och för privatlivet. Är internets baksida att det uppstår ett beroende?</p>	
AVSLUTNING	56
REFERENSER	59
METOD	60
TABELLER	62
INDEX	65

Förord

Internet i Sverige är idag inne i den mobila fasen, efter bredbandsfasen (2005-2010) och den inledande spridningsfasen (1995-2005). Det innebär inte att alla har smarta mobiler, inte heller att alla har tillgång till bredband och inte ens att alla använder internet. Men det är tillräckligt många, ungefär halva svenska folket, som använder mobilen för att koppla upp sig på internet. Deras internetanvändning förändras och nya tjänster tillkommer som inte var på-tänkta tidigare. Hela systemet med appar och tryckkänsliga skärmar har förenklat och förändrat internetanvändningen. Smarta mobiler har funnits länge men det är först nu som de påverkar användningen på bred front.

I representativa undersökningar som "Svenskarna och internet" behövs det ganska stora förändringar för att de skall slå igenom i internetstatistiken. Det kan dölja en utveckling som är på gång inom mindre grupper. På befolkningsnivå är det till exempel 4 procent som någon gång använder en mikroblogg som Twitter medan det är 30 procent bland välutbildade i åldern 16-25 år. Andelen som bloggar i befolkningen är 6 procent medan den ligger över 30 procent bland unga kvinnor 14-17 år.

När journalisterna, som sitter mitt i Twitterflödet, skriver att alla nu ser på tv via smarta telefoner och surfplattor och

att papperstidningen spelat ut sin roll då är det viktigt att försöka ge en så rättvisande bild som möjligt av hur svenska folket använder sig av internet. Hur omfattande är Twitterflödet? Har den traditionella tv-apparaten spelat ut sin roll?

I tolv år har nu "Svenskarna och Internet" intervjuat ett urval av svenska folket om deras internetvanor för att kunna följa förändringarna över tid. Resultaten kan användas för att avläsa dagsläget, men kan också utgöra jämförelsedata för specialstudier inom vissa områden och även användas i jämförelser med motsvarande undersökningar i andra länder inom World Internet Project.

Olle Findahl
oktober 2012

Användningen av internet ökar men inte spridningen.

I sjutton år har tillgången till internet i befolkningen ökat för varje år, från 2 procent år 1995 till 89 procent 2012. Nu har spridningen börjat plana ut, den ökar inte längre i åldrarna över 18 år. Men användningen bland de som redan har tillgång till internet ökar fortfarande. Det dagliga användandet har ökat i alla åldrar utom bland de äldsta. De största ökningarna har skett bland skolbarnen i åldrarna 9-11 år.

Allt yngre barn använder sig av internet och 2012 är det hälften av treåringarna som gör det och 40 procent av tvååringarna. Tendensen från de senaste åren fortsätter och dessutom gäller att många aktiviteter tränger allt längre ner i åldrarna.

Fortfarande står 1,2 miljoner utanför.

Det är svenskar som inte eller mycket sällan använder internet. Det rör sig i huvudsak om äldre människor över 45 år. Det främsta motivet är att de inte alls är intresserade av internet.

En fördubbling av de mobila uppkopplingarna.

Den stora förändringen under det senaste året gäller de mobila uppkopplingarna via smarta mobiler och surfplattor. Den uppgången påbörjades förra året med en fördubbling av de som använder smarta mobiler från 16 till 30 procent. Under det senaste året har det nästan skett en fördubbling igen från 30 till 55 procent. På ungefär två år har hälften av svenska folket skaffat sig tillgång till internet via mobilen.

Genombrott för surfplattan.

Under det senaste året har spridningen av surfplattor tagit fart och var femte svensk (20%) använder nu en surfplatta. Bland barnfamiljerna är det var tredje. Vanligast är också användningen bland ungdomar mellan 12-15 år där nästan hälften någon gång använder en surfplatta. Ju högre inkomst och ju högre utbildning, desto vanligare är det med surfplattor.

De sociala nätverkens expansion har stannat upp.

Tio nya procent av befolkningen har varje år under de senaste fem åren anslutit sig ett socialt nätverk, vanligen Facebook. Under det senaste året har denna ökning stannat upp vid 64 procent. En liten ökning har skett bland de yngsta i åldrarna sju till tolv år. Långt ifrån alla ägnar sig åt att göra uppdateringar av vad de gör för stunden. En tredjedel av medlemmarna på sociala nätverk gör aldrig några statusuppdateringar.

Telefonen fortfarande det mest använda kommunikationsmedlet.

Många använder sig idag av möjligheten att skicka textmeddelanden via internet och mobil. Men sett till hela befolkningen över en vecka är det absolut vanligaste sättet att kommunicera med andra att göra det med rösten via telefonen. 97 procent av befolkningen använder sig av denna möjlighet. Därefter kommer textmeddelanden via e-post och SMS och långt därefter bloggar och Twitter som bara några få procent av befolkningen använder.

Musiklyssnande och videotittande via internet har stabiliserats på en hög nivå.

Två av tre lyssnade på musik via internet 2011, det år då Spotify fick sitt stora genombrott, och lika många är det 2012. Utplaningen gäller även videotittandet som ligger kvar på 53 procent. Abonnemang av musik dominerar bland yngre och köp bland äldre. För video är köp vanligast om man slår ihop köp av strömmande innehåll och köp av individuella filer. Fildelningen är fortfarande omfattande på samma nivå som förra året.

Viss ökning av e-handeln.

E-handeln har stadigt utvecklats fram till idag då 84 procent av internetanvändarna (72% av befolkningen) någon gång e-handlar. En bidragande orsak till detta är att oron för kreditkortsbedrägerier har minskat, särskilt bland äldre. År 2000 var 72 procent oroade över detta. Idag tolv år senare har denna andel oroade sjunkit till 21 procent.

Sammanfattning

Appar och musik ligger i den digitala försäljningstoppen.

Utmärkande för det senaste året är den omfattande handeln med "appar" som vuxit fram i takt med att allt fler skaffat sig smarta telefoner och surfplattor. I alla åldersgrupper över 26 år är det också appar som flest betalar för. Sedan kommer musik. För de under 26 år kommer musik och spel först.

Fortfarande saknar halva befolkningen e-legitimation.

Mycket lite har hänt under de senaste åren. 19 procent av de äldre, över 65 år, med låg utbildning eller låg inkomst har en e-legitimation, jämfört med 90 procent av de högutbildade i åldrarna 26-45 år.

Många äldre betalar inte sina räkningar via internet.

28 procent av befolkningen betalar inte sina räkningar över internet. Det gäller framför allt de äldre där en majoritet inte betalar räkningar online. Ju äldre man är, desto oftare går man till banken. Ju rikare man är, desto mer sällan besöker man ett bankkontor och desto vanligare är det att logga in på sin internetbank.

Många söker upp traditionella medier på internet, men inte så ofta.

57 procent ser på tv, 45 procent lyssnar på radio, 80 procent läser någon gång en tidning på nätet och 12 procent har någon gång läst en e-bok. Men fortfarande dominerar de traditionella plattformarna den dagliga

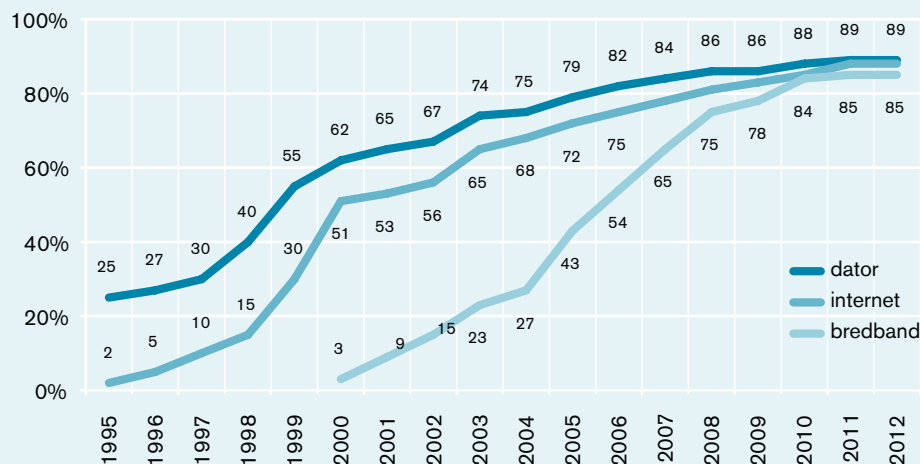
medieanvändningen. Kvällstidningarna utgör undantaget där det idag är fler som läser webbversionen än pappersversionen. För 13 procent av befolkningen är läsandet av morgontidningen mer omfattande online än på papper, men det är ovanligt att bara läsa webbtidningar. 8 procent lyssnar mest på webbradion. 5 procent ser mest på webb-tv, och en genomsnittlig dag läser 0,5 procent en e-bok. Men det är ytterst få av de som till exempel ser på webb-tv som inte också ser på traditionell tv.

Mer internettid på arbetet än hemma.

Det gäller den förvärvsarbetande delen av befolkningen. Internet har blivit allt viktigare särskilt för de med högre positioner i arbetslivet. Sociala nätverk som Facebook är i huvudsak privata även om en mindre andel (18%) blandar både arbetsinnehåll och kontakter med det privata. Trots att allt fler arbetar hemifrån med hjälp av internet är det få som regelbundet kan vara kortare tid på sin arbetsplats.

Positivare syn på internets viktighet och roll för demokratin.

Över åren har internet bedömts som allt viktigare som källa till information och underhållning, men samtidigt har de traditionella mediernas viktighet bestått. Känslan av att inte vara delaktig i det nya informationssamhället kvarstår dock hos många.



Tillgång till dator, internet
och bredband har stannat av

Diagram 1.1. Tillgång till dator, internet och bredband i befolkningen över 18 år.

Användningen av internet ökar men spridningen har stannat av

OI

I sjutton år har tillgången till internet i befolkningen ökat för varje år. Från 2 procent 1995 till 89 procent år 2011. Som mest, i slutet av 90-talet, skaffade sig 20 procent av befolkningen tillgång till internet under ett år, vilket motsvarar ungefär 1,5 miljoner nya internetanvändare. Efter år 2000 avtog ökningstakten och under de senaste fem åren har tillgången till internet varje år ökat med 2-3 procent. Det senaste året har tillgången planat ut och ökningen har varit noll. Det gäller både dator, internet och bredband. Tillgången kommer sannolikt att öka ytterligare men det kommer att gå långsamt.

Inte heller andelen som någon gång använder internet i hemmet har ökat

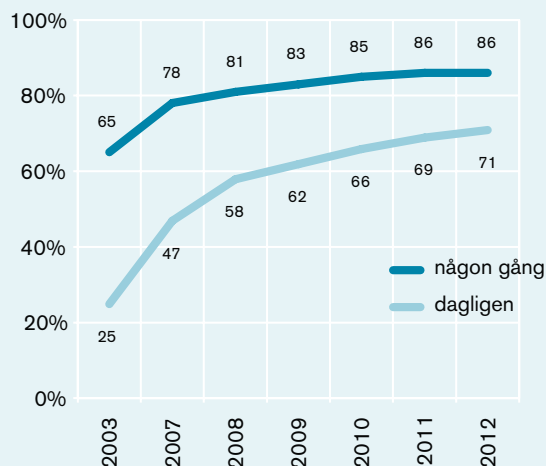
för befolkningen över 18 år, däremot har det dagliga användandet ökat (1.2). Det gäller i alla åldrar utom bland de äldsta. De största ökningarna har skett bland de yngsta, särskilt bland skolbarnen i åldrarna 9-11 år (1.3). Mer om barn och ungdomars internetanvändning i ett senare avsnitt.

I åldrarna 9 till 55 år använder idag nästan 95 procent internet åtminstone ibland och i åldrarna 12 till 45 år är nu nästan 90 procent dagliga användare (1.4). Det innebär att internet inte kan sprida sig så mycket mer i de åldrarna. Bland yngre och äldre intar dock inte internet samma dominerande position.

Fördubbling av mobila uppkopplingar

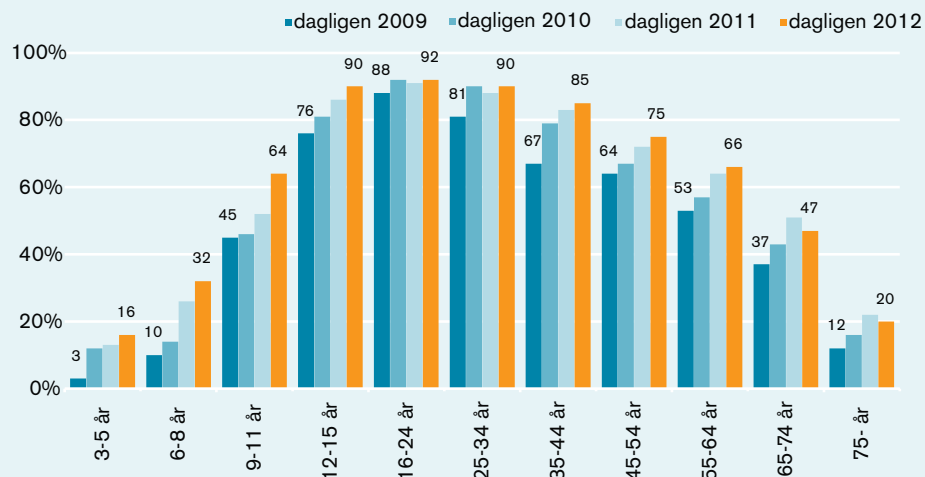
De stationära datorerna som länge dominerade i hemmen finns fortfarande kvar men utvecklingen som pågått under de senaste åren, med allt fler bärbara datorer, fortsätter. För två år sedan hade 57 procent tillgång till en bärbar dator. Idag har det ökat till 74 procent. Trenden med allt fler uppkopplingar via TV och spelkonsol består, även om ökningarna här är små.

Den stora uppgången under det senaste året gäller de mobila uppkopplingarna, via mobiltelefon och surfplatta (1.5). Den uppgången påbörjades förra året med en fördubbling från 16 till 30 procent. Nu har det nästan skett en fördubbling igen, från 30 till



Användning av Internet i hemmet.
En jämförelse 2003 – 2012

Diagram 1.2. Andel av befolkningen (18+ år) som använder internet i hemmet, någon gång och dagligen.



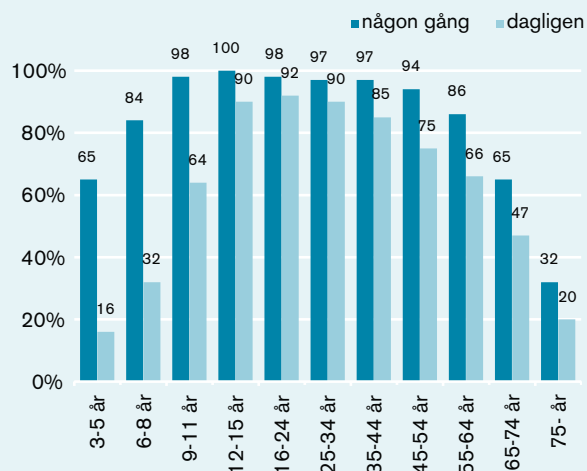
Ökning av det dagliga användandet av internet i hemmet, 2009 – 2012.

Diagram 1.3. Andel av befolkningen i olika åldersgrupper som dagligen använder internet.

55 procent. På ungefär två år har hälften av svenska folket skaffat sig tillgång till mobil internet. Detta kommer att analyseras närmare i ett särskilt avsnitt.

Vanligaste uppkopplingen idag är sålunda en bärbar dator och näst vanligast i åldrarna 12-45 år är en mobil uppkoppling. Därefter kommer den stationära datorn. I de flesta

fall har man tillgång till flera möjligheter att koppla upp sig. Basen är en bärbar eller stationär dator. Endast några få, 0,5 procent av befolkningen, har endast en mobiltelefon eller surfplatta att koppla upp sig med. Men de smarta mobilerna finns idag överallt, i hemmet, i skolan och på arbetet (i.6).



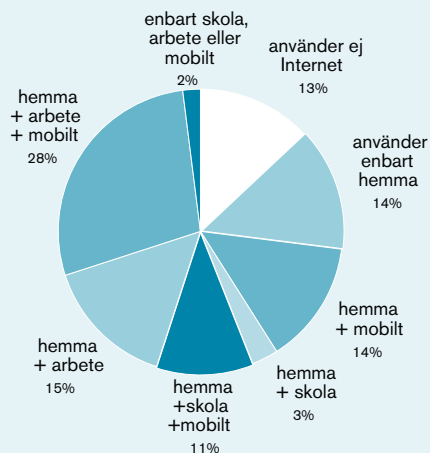
Hur mycket använder man internet i olika åldrar 2012?

Diagram 1.4. Andel av olika åldersgrupper som använder internet någon gång och dagligen.



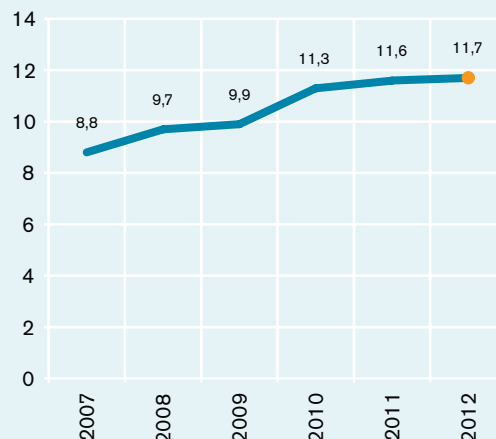
Hur kopplar man upp sig till internet i hemmet?

Diagram 1.5. Andel av internetanvändarna som kopplar upp sig till internet via olika tekniska apparater.



Var använder man internet och hur kopplar man upp sig?

Diagram 1.6. Andel av befolkningen som på olika sätt och på olika platser använder internet.



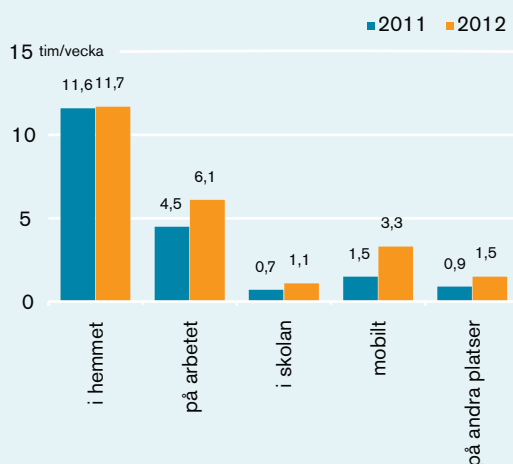
Hur lång tid ägnar man sig åt internet i hemmet. En jämförelse 2007-2012.

Diagram 1.7. Genomsnittlig tid (tim/vecka) som internetanvändarna (12+ år) ägnar sig åt internet i hemmet.

Tiden för det mobila internetanvändandet har dubblats

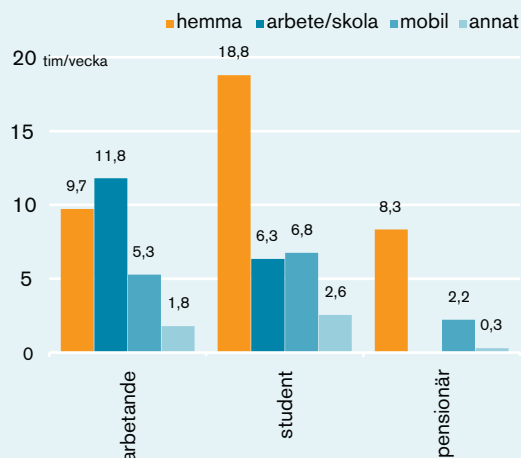
En stabilisering av tiden som ägnas internet

De tre senaste åren har den genomsnittliga tiden som ägnas åt internet i hemmet legat på ungefär samma nivå, mellan 11 till 12 timmar i veckan (1.7). Den enda grupp där tiden för internet i hemmet fortfarande ökar kraftigt är bland de unga 12-15 år (1.9). Som tidigare är det de unga männen som ägnar



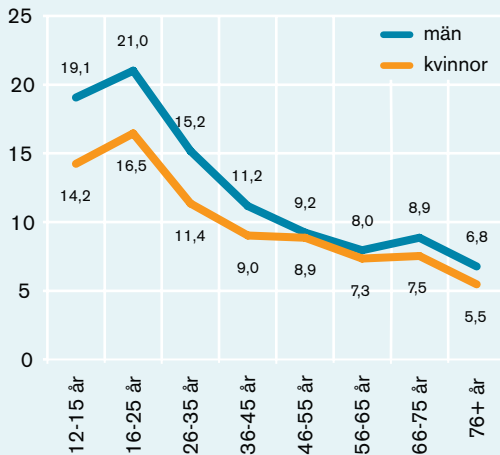
Hur mycket tid ägnar sig internetanvändarna åt internet på olika platser?

Diagram 1.10. Genomsnittlig tid (tim/vecka) för internet i hemmet, på arbetet, i skolan, mobilt och på andra platser.



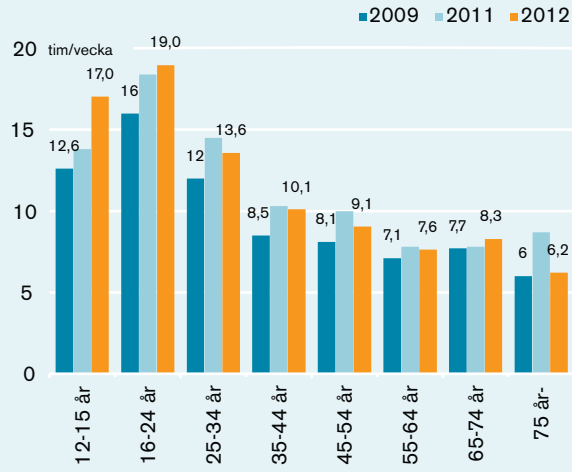
Hur fördelar sig internettiden mellan hem, arbete/skola och andra platser?

Diagram 1.11. Genomsnittlig tid (tim/vecka) för internet i hemmet, på arbetet, i skolan, mobilt och på andra platser.



Unga män lägger ner mer tid på internet än unga kvinnor

Diagram 1.8. Genomsnittlig tid (tim/vecka) som män respektive kvinnor ägnar sig åt internet i hemmet.



Endast de unga ägnar mer tid åt internet idag jämfört med tidigare år.

Diagram 1.9. Genomsnittlig tid (tim/vecka) för internet i hemmet i olika åldrar under 2009, 2011 och 2012.

mest tid åt internet och skillnaden mellan män och kvinnor är betydande ända fram till 50-årsåldern (1.8).

Istället har användningen av internet ökat utanför hemmet. Det gäller särskilt tiden för det mobila användandet som har dubblats. Detta påverkar också omfattningen av internetanvändandet på arbetet, i skolan och på andra platser (1.10). Se hur internettiden fördelar sig för de förvärvsarbetande i ett senare kapitel.

För studenter och pensionärer äger det mesta av internetanvändningen rum i hemmet. Studenterna använder internet i mobilen lika mycket som de använder internet i skolan. För den arbetande befolkningen är tiden med internet på arbetet längre än tiden med internet hemma. Men man använder nästan lika mycket tid på internet hemma som på arbetet (1.11)

Vem lägger ner mest tid på internet?

Omkring 10 procent av internetanvändarna ägnar mer än 50 timmar i veckan åt internet, vilket motsvarar mer än 7 timmar om dagen. Då gäller det all internettid, både i hemmet, på arbetet och på andra platser.

De unga storanvändarna bland skolungdomar och studenter är både pojkar och flickor och de finns på alla utbildningsnivåer. Utmärkande för deras användning av

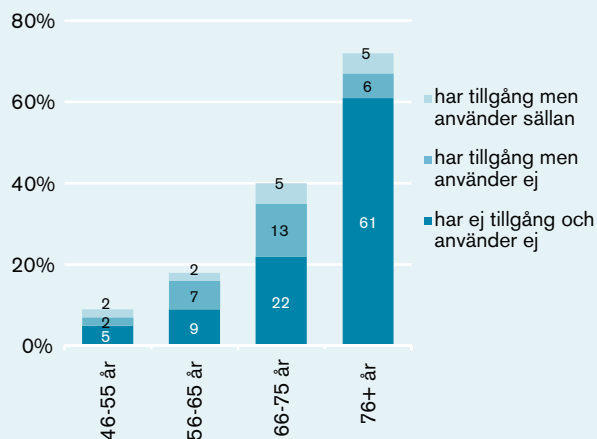
internet är att de dagligen är ute på sociala nätverk, och dagligen lyssnar/laddar ner musik. Häftan av dem spelar dagligen online och ser på videoklipp. Detta är saker som nästan alla ungdomar gör på internet, skillnaden är att dessa extrema användare gör allt detta så mycket mer. En stor del av deras dag går åt till detta.

I den arbetande befolkningen är det unga välutbildade män som använder internet mest. Två av tre är män och två av tre är högutbildade. Vanligast är att man arbetar med IT och datorer. Näst vanligast är administratörer, till exempel ekonomer. Här finns också ingenjörer, lärare, chefer och vårdpersonal. Här finns också frilansjournalister, konsulter och även arbetare som till exempel gruvarbetare, snickare, kock och väktare.

De som står utanför

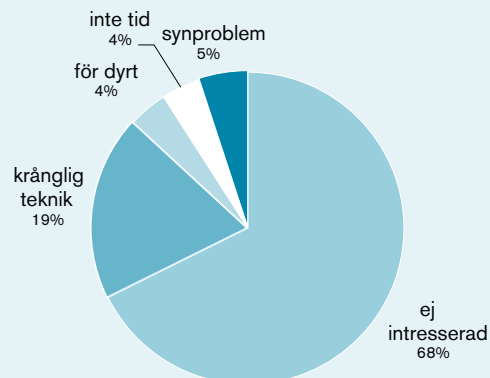
Trots att idag nästan alla ungdomar och medelålders använder internet finns det fortfarande en grupp som står utanför, nämligen de som inte använder internet.

Vi kan här skilja mellan tre grupper: De som inte har tillgång till och aldrig har använt dator och internet. De som tidigare har använt internet men inte gör det längre och de som har tillgång till internet men använder internet mycket lite eller inte alls. ►



Hur många är icke-användare och sällan-användare?

Diagram 1.12. Andel av olika åldersgrupper som inte använder internet eller gör det sällan.



Varför använder man inte internet?

Diagram 1.13. Andel av icke-användarna som anger olika skäl till att de inte använder internet.

Den stora gruppen av icke-användare är personer som inte tidigare använt dator och internet. 16 procent av icke-användarna har tidigare använt internet men gör det av olika skäl inte längre.

Antalet svenskar över 12 år som inte eller mycket sällan använder internet har i år sjunkit till 1,2 miljoner. 2011 var det 1,33 miljoner, 2010 1,5 miljoner och 2009 1,7 miljoner.

Antal personer som inte eller mycket sällan använder internet

2009	1,7 miljoner
2010	1,5 miljoner
2011	1,33 miljoner
2012	1,2 miljoner

Här inräknas de som inte har tillgång till internet och de som har tillgång men inte använder internet hemma eller använder internet mycket sällan som någon gång i året. Det finns dessutom en grupp av användare som bara använder internet någon/några gånger i månaden. Den gruppen är inte inräknad i de 1,2 miljonerna som står utanför, men utgör 5 procent av åldersgrupperna över 66 år och 2 procent av åldersgrupperna 46-65 år.

Ointresse främsta orsaken till att man inte använder internet

Två av tre (67%) av de som inte använder internet uppger att de inte är intresserade av internet. Det motivet har återkommit år efter år, samtidigt som andelen av icke-användarna som säger detta har ökat. 2009 var det 58 procent av icke-användarna som var ointresserade, nu är det 67 procent. Också andelen som hänvisar till att tekniken verkar krånglig har ökat något, medan färre uppger att det är för dyrt. En del nämner att det är deras synproblem som gör det svårt för dem att använda internet.

Funktionshinder

Omkring fyra procent av befolkningen uppger att de har olika funktionshinder som försvårar deras användning av internet. Ju äldre man är desto fler hänvisar till sådana problem. För nästan hälften (45%) har problemen att göra med synsvårigheter, och för en tredjedel (32%) är det frågan om motoriska problem. Synproblemen dominerar helt bland de äldre över 65 år, medan svårigheter beroende på motorik och syn är lika vanliga bland de i åldern 36-65 år. För de yngre är det främst dyslexi och svårigheter att läsa och skriva som kan vara problematiskt.



Mörkertal

Den metod som används i denna undersökning med telefonintervjuer med ett urval personer ur befolkningen har en svaghet i det att inte alla människor har samma sannolikhet att komma med i urvalet. Det gäller grupper av invandrare, fattiga, bostadslösa, utan telefon etcetera. Även personer som inte kan svenska kan inte delta i undersökningen. Det innebär att statistiken ger en överskattning av internetanvändningen och en underskattning av det antal personer som inte använder internet. Hur stort detta mörkertal är, är svårt att veta. För det krävs en annan typ av undersökning.

Internationella jämförelser

Sverige ligger fortfarande bra till i internationella jämförelser vad gäller internetutveckling, men kommer längre ner på rankinglistor som gäller bredbandsutbyggnad.

I World Economic Forums Network readiness index för 2012 kommer Sverige på första plats före Singapore och Finland. Sverige kommer också högst upp i WWW Foundations Web index 2012. Det är ett index som bygger på både statistik och expertbedömningar och täcker in allt ifrån infrastruktur, tillgängligt innehåll och

internets påverkan på politik, ekonomi och sociala förhållanden. Sverige ses som det land i världen där internet har haft störst påverkan. Sverige är bäst på att "sätta internet i arbete", före USA, UK och Kanada. Men trots att så många använder internet är det förvånansvärt lite innehåll som är tillgängligt på webben i Sverige, enligt rapporten.

Däremot hamnar Sverige på fjärde plats i Economist Intelligence Units bredbandsrapport efter Sydkorea, Japan och Singapore (Q1 2012). Och när det gäller andel bredbandsuppkopplingar över 4 Mbit/s finns Sverige inte med bland de tio första länderna. Först kommer Sydkorea, Nederländerna, Schweiz, Belgien med flera. Sverige kommer på plats 24. Räknar man andelen med bredband med hög kapacitet (>10Mbit/s) återfinns Sverige på elfte plats (Akamai, 2012). ■

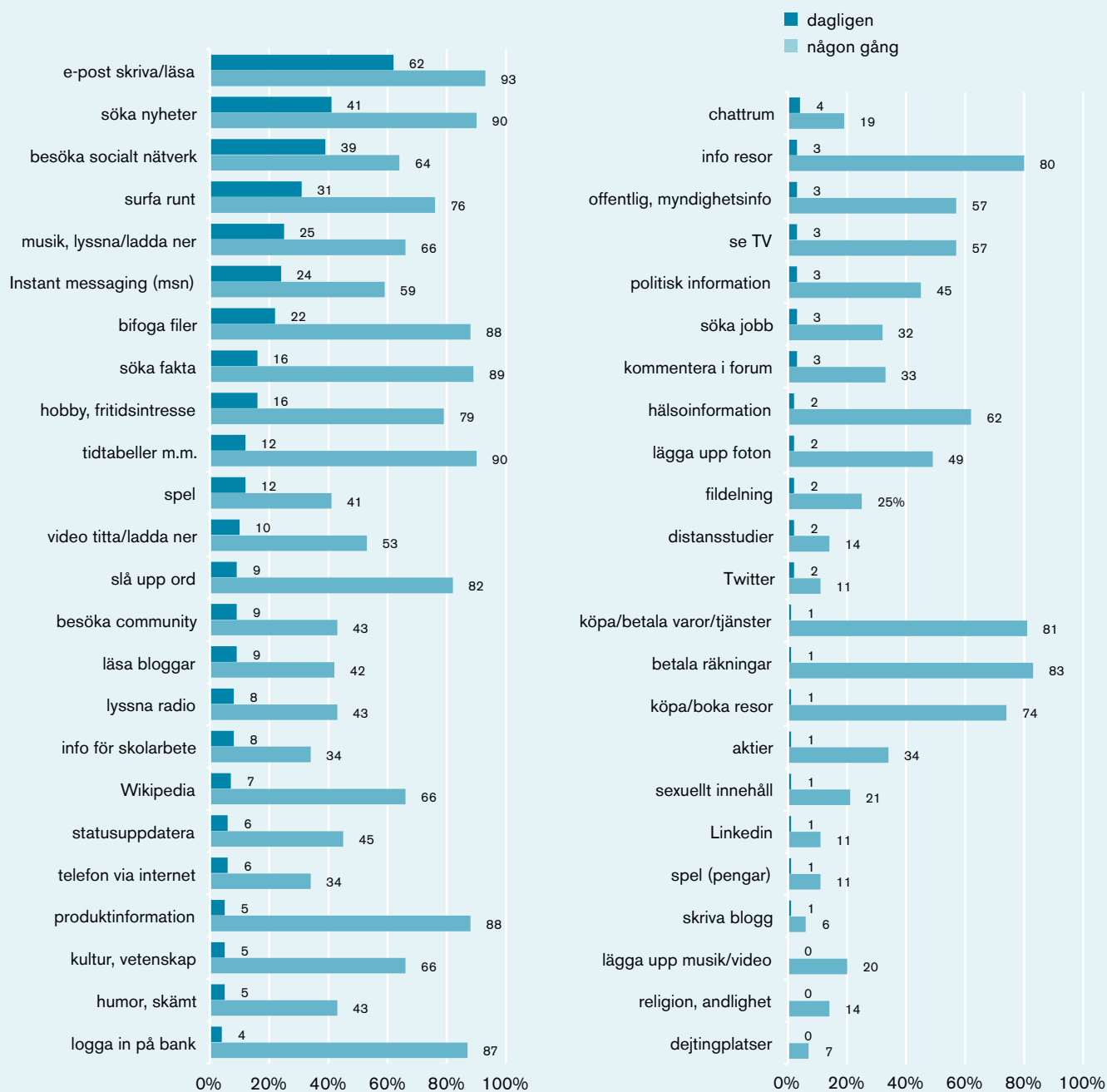


02

De vanligaste aktiviteterna på Internet

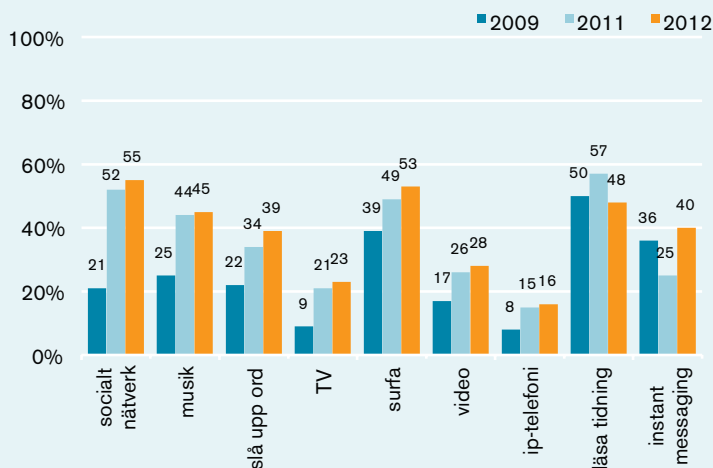
Att skriva eller läsa e-post är fortfarande den aktivitet som alla som använder internet är engagerade i. Det återfinns i vardagsanvändandet och har så varit sedan internet började spridas för 17 år sedan. Idag finns nya kommunikationsformer tillgängliga på internet men de har inte slagit ut e-posten utan snarast kompletterat den.

Till det nya hör de sociala nätverken som många besöker dagligen och "instant messaging", den snabbare formen av meddelanden som förra året var på nedgång men som nu finns tillgänglig på många nya ställen. Mycket vanligt är också att söka efter nyheter och lyssna på musik. Allt detta ingår i det dagliga användandet av internet hos många.



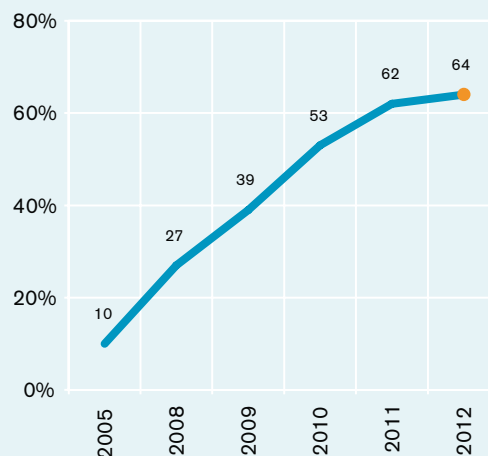
Vad gör man på internet?

Diagram 2.1. Andel av internetanvändarna (12+ år) som med olika frekvens utför olika aktiviteter på internet.



Internetaktiviteter som blivit vanligare

Diagram 2.2. Andel av internetanvändarna (12+ år) som under de senaste åren ägnat sig åt några olika aktiviteter på internet.



Hur många besöker sociala nätverk. En jämförelse 2005 – 2012.

Diagram 2.3. Andel i befolkningen (+18 år) som besöker sociala nätverk.

De sociala nätverkens expansion har stannat upp

Under de senaste fem åren har det skett en snabb expansion av de sociala nätverken, i synnerhet Facebook. För varje år har tio nya procent av befolkningen anslutit sig. Men under det senaste året har denna ökning stannat upp och antalet medlemmar är i år ungefär lika många som förra året (2.3.). En liten ökning har skett bland de yngsta i åldrarna sju till tolv år (2.4.).

En tredjedel av de på Facebook gör aldrig några statusuppdateringar

Långt ifrån alla som besöker sociala nätverk och har en egen profil ägnar sig åt att göra statusuppdateringar av vad de håller på med för stunden. En tredjedel (31%) av medlemmarna gör det aldrig och en annan tredjedel (37%) gör det åtminstone någon gång i veckan. Flitigast är de unga där hälften gör någon eller några uppdateringar i veckan medan en tiondel av de äldre gör detsamma. Två tredjedelar av de äldre gör aldrig några statusuppdateringar även om de är medlemmar (Tabell 2.1).

Hur ofta sker statusuppdateringar?

	aldrig	någon/några ggr i veckan
12-35 år	En femtedel, 20%	Hälften, 47%
36-55 år	En tredjedel, 36%	En tredjedel, 36%
56+ år	Två tredjedelar, 65%	En tiondedel, 11%

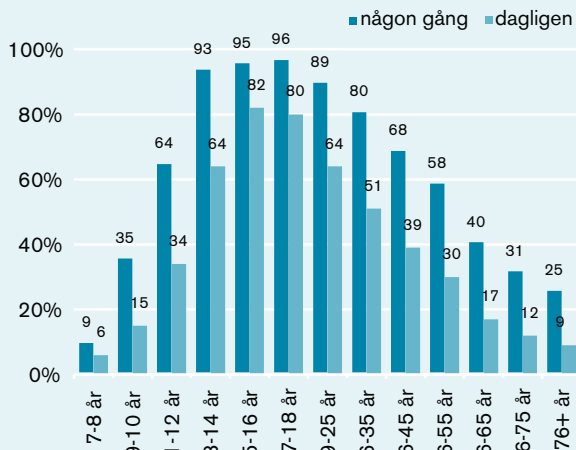
Tabell 2.1. Andel av Facebook-användarna i olika åldersgrupper som med olika frekvens gör statusuppdateringar

Telefonen fortfarande det mest använda kommunikationsmedlet

Många använder sig idag av de möjligheter att skicka textmeddelanden som den nya tekniken erbjuder med e-post, SMS, instant messaging, bloggar och twitter. Men ser vi till hela befolkningen under en vecka, är rösten och talet via en vanlig telefon det absolut vanligaste sättet att kommunicera med andra. 97 procent av befolkningen använder denna möjlighet. Därefter kommer textmeddelanden via e-post och SMS och långt därefter bloggar och twitter som bara används av några få procent av befolkningen (2.5).

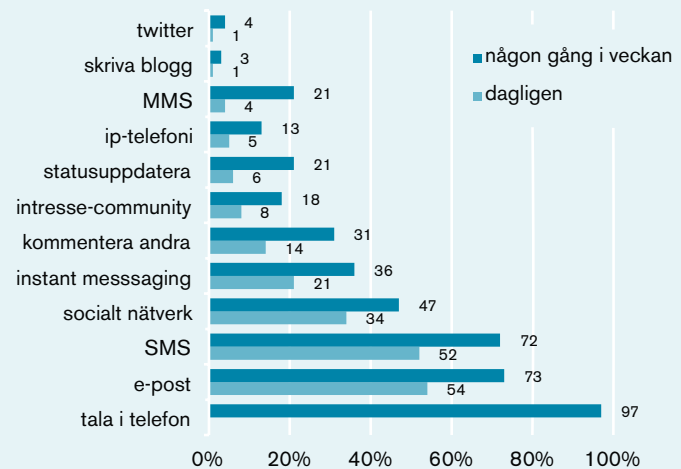
Vilka är de vanligaste internetaktiviteterna i olika åldrar?

Jämför vi hur internet används i olika åldrar är det några aktiviteter som är spridda i alla åldrar även om aktiviteten är något mindre hos de äldsta. Det gäller förutom e-posten att använda internet för att söka information om tidtabeller, om resor, hälsa och sådant som rör ens hobby och specialintresse. Hit hör också att slå upp ord och söka fakta och nyheter. Även några andra möjligheter som internet erbjuder som att använda sig av tv-bolagens playtjänster eller besöka videowebsplatser som Youtube utnyttjas av alla åldersgrupper. Det gäller också e-handeln.



Hur många besöker sociala nätverk.

Diagram 2.4. Andel i befolkningen i olika åldrar som besöker sociala nätverk.

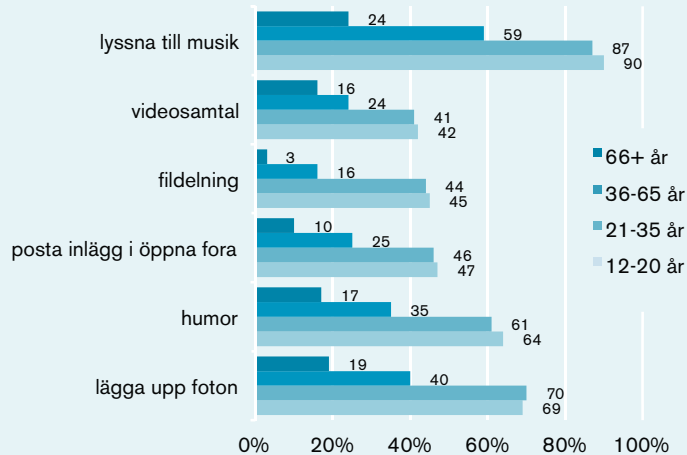


Telefonen är det vanligaste kommunikationsmedlet

Diagram 2.5. Andel av befolkningen (12+ år) som på olika sätt kommunicerar med andra.

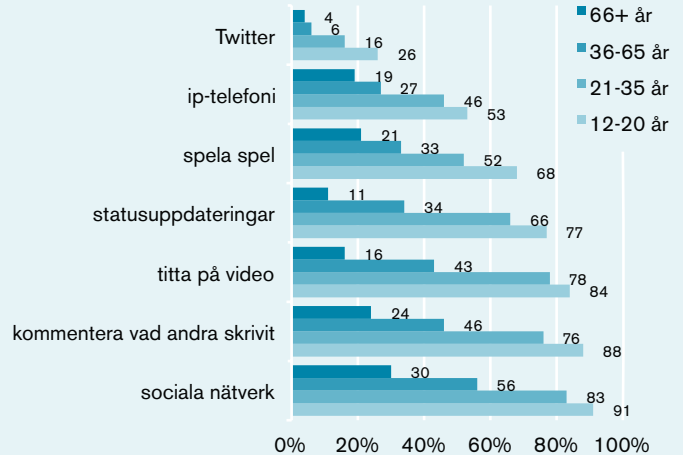
I vissa avseenden skiljer sig de yngre, 12-35 år, från de äldre generationerna. Det är deras intresse för musik och deras vilja att aktivt själva bidra med innehåll till internet. De använder därför internet, mycket mer än de äldre, för att lyssna/ladda ner musik, fildela, lägga upp foton, posta inlägg i öppna diskussionsfora. De använder sig också av videosamtal och är mer intresserade att leta upp humorsidor på internet än de äldre.

De allra yngsta, 12-20 år, dominerar dock inom några områden. Det gäller titta/ladda ner videor, spela spel och använda sig av telefoni via internet. Det gäller också besök på sociala nätverk. De yngsta är också mer aktiva än andra att kommentera vad andra skrivit, statusuppdatera och använda sig av mikroblogger som twitter. Samtidigt använder de internet minst lika mycket som andra för att söka fakta och slå upp ord. ■



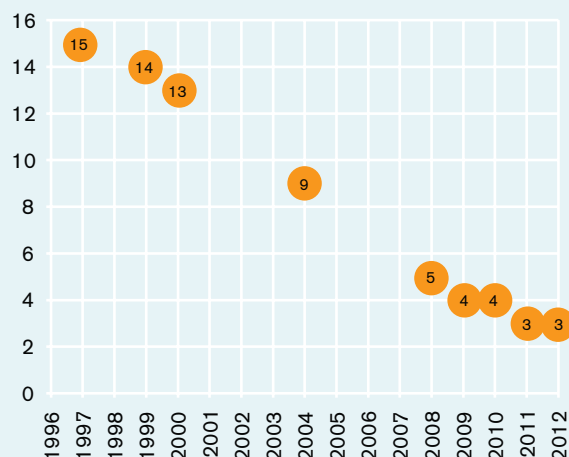
Vilka aktiviteter på internet domineras av de yngre 12-35 år?

Diagram 2.6. Andel av internetanvändare i olika åldersgrupper som ägnar sig åt olika aktiviteter på internet.



Vilka aktiviteter på internet domineras av de allra yngsta 12-20 år?

Diagram 2.7. Andel av internetanvändare i olika åldersgrupper som ägnar sig åt olika aktiviteter på internet.



När började hälften av en åldersgrupp att använda Internet?

Diagram 3.1. Ålder då 50 procent av en åldersgrupp började använda internet.

Barn och unga

Hälften av treåringarna använder idag någon gång internet. När internet introducerades för 17 år sedan var det inget som barn och ungdomar intresserade sig för. Det kom att dröja 10 år innan internet nådde förskolebarnen. Då hade småbarnsföräldrarna blivit dagliga användare av internet och datorn med sin internetuppkoppling hade flyttat in i vardagslivet. Där finns den nu tillsammans med TV:n och datorn och har fått sällskap av en smartphone och i många barnfamiljer, en surfplatta och en spelkonsol. Den tydligaste förändringen under det senaste året gäller den stora ökningen av smarta telefoner och surfplattor hos de yngre.

Allt yngre barn använder sig av internet och 2012 är det hälften av treåringarna som gör det och 40 procent av tvååringarna. Tendensen från de senaste åren fortsätter

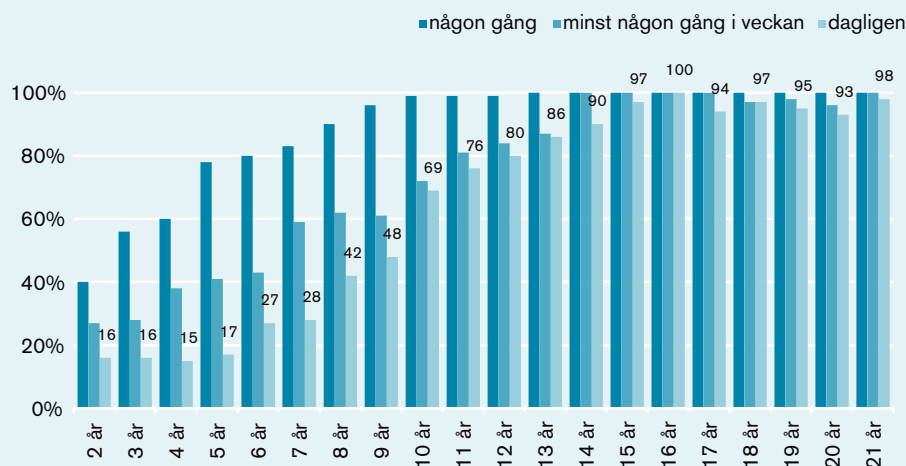
sålunda och detsamma gäller att många aktiviteter tränger allt längre ner i åldrarna. Spel och videotittande på internet har varit vad de yngsta kunnat ägna sig åt men även andra saker ägnar sig nu även de yngre skolbarnen åt.

Störst förändringar hos skolbarnen 8-13 år

I många avseenden har det inte skett så stora förändringar i svenska folkets användning av internet mellan 2011 och 2012, förutom den stora ökningen av det mobila internet. Men i en åldersgrupp är förändringarna stora. Det gäller skolbarnen mellan 8 och 13 år. De yngre förskolebarnens användning liksom de äldre tonåringarnas håller sig på ungefär samma nivåer som 2011. Men den dagliga användningen av internet har ökat betydligt, med nära 40 procent, bland skolbarn i låg- och mellanstadiet. Särskilt tydligt är de stora förändringarna för barn 8-10 år.

De unga är mest multi-uppkopplade av alla

Skolbarnen i åldern 12-15 år är de som har tillgång till flest internetuppkopplingar av alla. Det gäller stationära datorer, bärbara datorer, mobil uppkoppling eller via en tv och en spelkonsol. 96 procent har tillgång till en bärbar dator jämfört med 74 procent i befolkningen som helhet. 85 procent har tillgång till en mobiluppkoppling via en smart telefon och/eller surfplatta jämfört med 55 procent i befolkningen som helhet.



Hur ofta använder barn och unga internet?

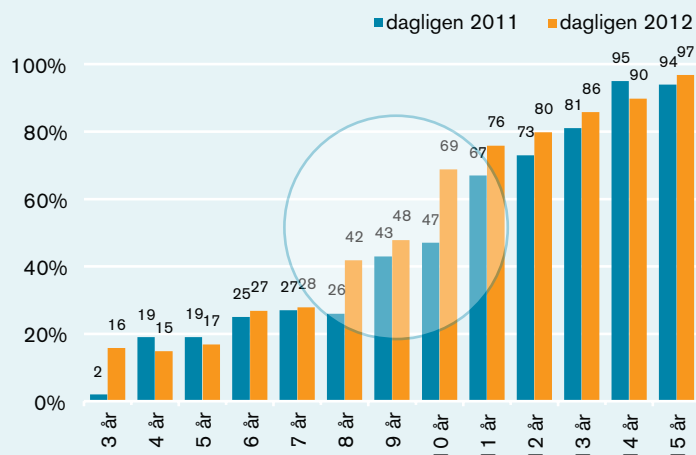
Diagram 3.2. Andel av unga i befolkningen som med olika frekvens använder internet.

Smarta telefoner och surfplattor används långt ner i åldrarna

Tonåringar har, nästan alla, sedan flera år haft en vanlig mobil. Idag gäller detta också de något yngre som är 9-10 år, och hälften av de som är ännu yngre, 7-8 år. Den stora förändringen det senaste året är de smarta mobilernas intåg. Hälften av de som är 9-10 år kan idag koppla upp sig via sin smarta mobil. Nästan lika många använder också en surfplatta. Skolbarnen 12 till 16 år är de som

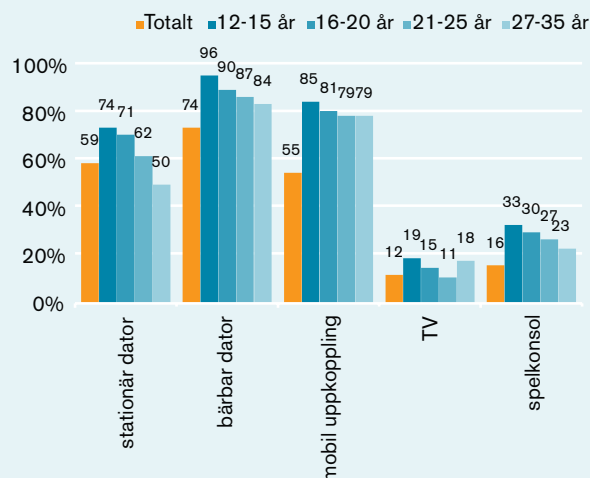
använder surfplattan mest av alla. Vi har idag inga uppgifter om de yngre barnen men sannolikt använder även förskolebarnen de surfplattor som finns i hemmen. (Se 3.5 nästa sida)

Jämför vi vad som hänt under det senaste året kan vi se att 30 procent av de som är 13-14 år hade 2011 en smart mobil. Idag, 2012, är det 90 procent. 8 procent av de som är 12-13 år använde en surfplatta 2011. Idag är det 43 procent. (Se 3.6 nästa sida)



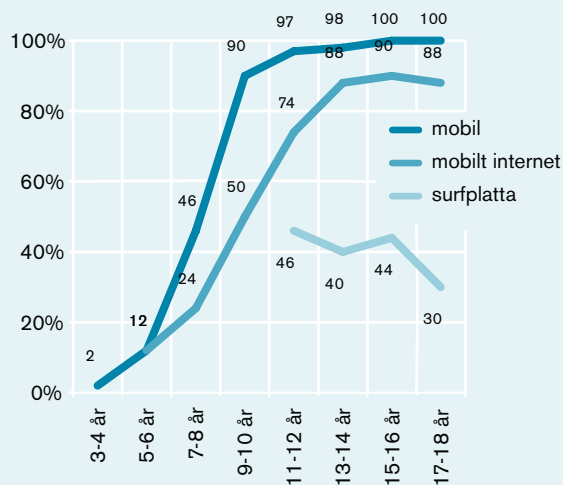
Den dagliga internetanvändningen har ökat för barn 8-13 år

Diagram 3.3. Andel barn i befolkningen som dagligen använder internet.



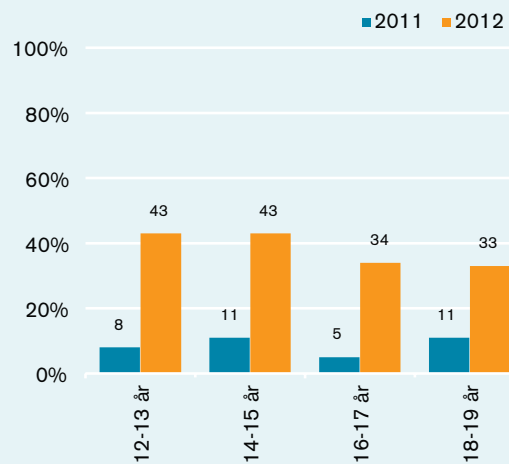
Skolungdomar 12-15 år har mest uppkopplingsmöjligheter av alla.

Diagram 3.4. Andel i befolkningen i olika åldersgrupper som har tillgång till olika möjligheter att ansluta sig till internet.



Hur vanligt är det att barn och unga har tillgång till mobil och surfplatta?

Diagram 3.5. Andel barn och unga i befolkningen som i olika ålder använder vanlig mobil, smart mobil och surfplatta. (Inga data finns för barn under 12 år.)



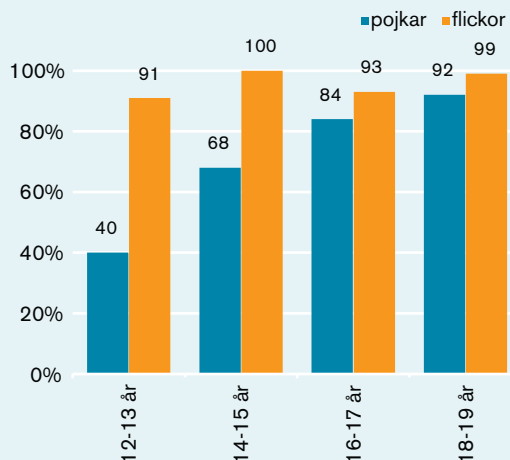
Hur har användningen av surfplattor förändrats mellan 2011 och 2012?

Diagram 3.6. Andel barn och unga i befolkningen som i olika ålder använder surfplatta

Flickor kommunicerar med andra mer än pojkar

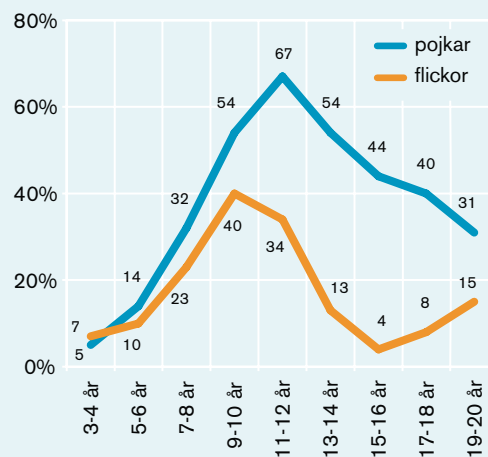
Alla, både pojkar och flickor, skickar någon gång iväg ett SMS eller MMS med mobilen. Men dagligdags är flickorna mer aktiva än pojkarna. Nästan alla flickor skickar dagligen SMS. Skillnaden mellan pojkar och flickor är störst i början av tonåren, 12-13 år, och minskar sedan i övre tonåren (3.8; 3.9).

Flickorna är också mer aktiva i att besöka sina sociala nätverk både via datorn och mobilen. Det är också fler flickor som publicerar bilder och lägger upp digitala foton och publicerar i mobilen var de befinner sig. Flickorna använder internet mer än pojkarna när de är på väg och det är vanligare bland flickorna att de har tv:n på i bakgrunden när de är online.



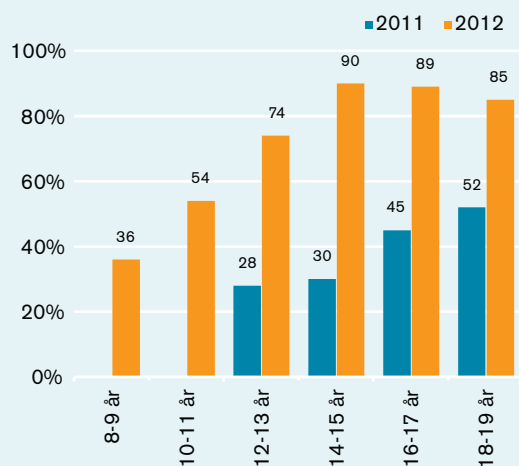
Hur vanligt är det att pojkar och flickor skickar bilder med MMS?

Diagram 3.9. Andel av pojkar och flickor i befolkningen som skickar MMS minst någon gång i veckan.



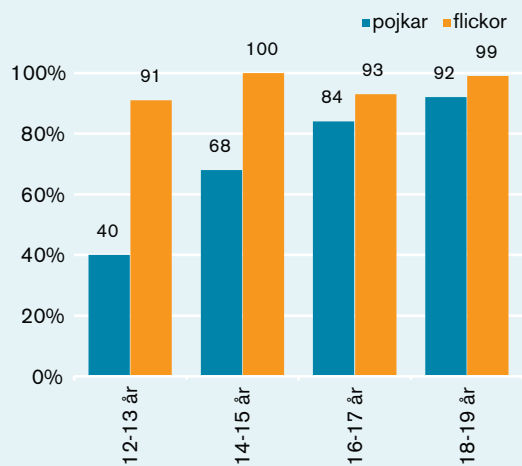
Hur omfattande är det dagliga spelandet bland pojkar och flickor?

Diagram 3.10. Andel av pojkar och flickor i befolkningen som ägnar sig åt dagligt spelande.



Hur har användningen av smarta telefoner förändrats mellan 2011 och 2012.

Diagram 3.7. Andel barn och unga i befolkningen som i olika ålder använder en smart telefon.

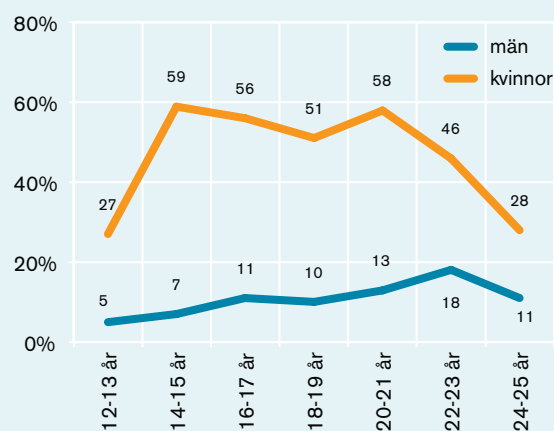


Hur vanligt är det att pojkar och flickor skickar SMS?

Diagram 3.8. Andel av pojkar och flickor i befolkningen som skickar SMS dagligen.

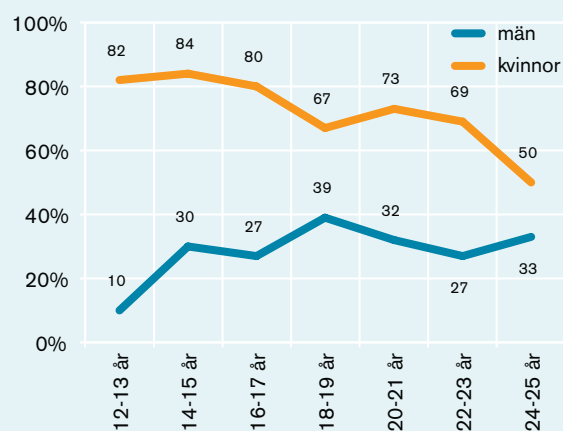
Den stora skillnaden mellan unga män och kvinnor rör dock bloggandet. Här har de unga kvinnorna skapat sig en egen värld. Över hälften av flickorna i åldern 14-21 år skriver eller har skrivit på en egen blogg. Mer än tre av fyra läser också ibland andras bloggar. Motsvarande siffror för de unga männen är 12 procent som skriver eller har skrivit en blogg och omkring 30 procent som ibland läser andras bloggar (3.11; 3.12).

Det digitala spelandet är det som utmärker de unga männen i jämförelse med kvinnorna. Här är det männen som spelar mycket mer än kvinnorna men skillnaderna är inte så stora som när det gällde bloggandet. 37 procent av pojkarna i åldern 12-25 år spelar dagligen jämfört med 11 procent av flickorna (3.10).



Hur många skriver eller har skrivit en blogg?

Diagram 3.11. Andel av unga män och kvinnor i befolkningen som skriver eller har skrivit en blogg.



Hur många läser bloggar?

Diagram 3.12. Andel av unga män och kvinnor i befolkningen som någon gång läser bloggar



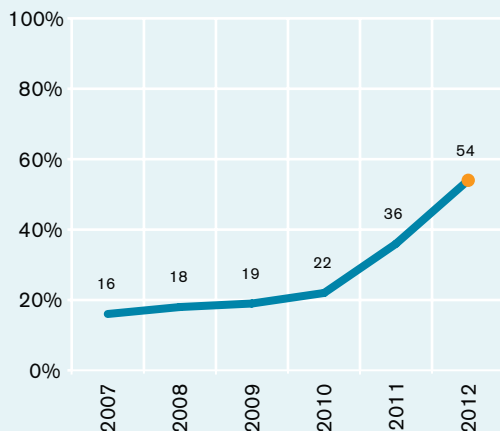
Hur skiljer sig pojkars och flickors internetanvändning åt?

Aktiviteter som är vanligare bland flickor	Aktiviteter som är vanligare bland pojkar
Skicka dagliga SMS (mobil)	
Skicka MMS minst någon gång i veckan	
Skriva en blogg	Dagligen spela digitala spel
Läsa bloggar dagligen	Dagligen titta på video
Dagligen besöka sociala nätverk	Dagligen telefonera via internet
Lägga upp digitala foton (vecka)	Dagligen använda instant messaging
Publicera bilder (mobil) (vecka)	Besöka intresse-community (vecka)
Dagligen besöka sociala nätverk (mobil)	Posta inlägg i öppna fora (vecka)
Publicera var man är (mobil) (vecka)	
Dagligen använda internet på väg	
Dagligen använda internet med tv:n i bakgrunden	

Tabell 3.1. Sammanfattning av de aktiviteter där pojkar respektive flickor är mest aktiva.

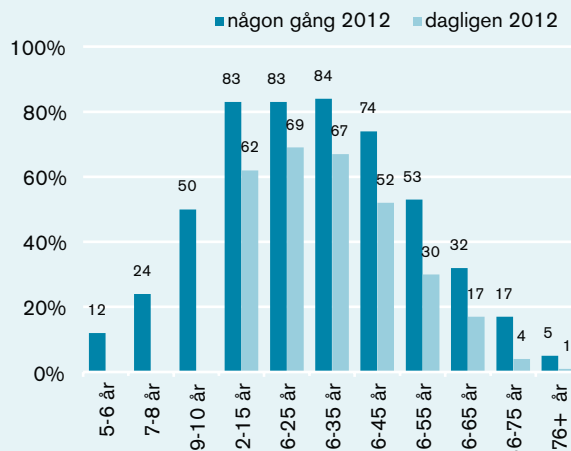
Andra aktiviteter som domineras av de unga männen är telefonering och videotittande på internet. Besök på communities som är organiserade utifrån intresseområden är också vanligare bland pojkarna, liksom att posta inlägg på öppna fora. Det är också fler pojkar än flickor som kan konfigurera om ett nätverk. Men kunskapsskillnaderna är små när det gäller att koppla in nya tillbehör, bokmärka en webbsida eller ladda upp en video

Pojkar och flickor skiljer sig inte heller åt i att använda Twitter, titta på tv med hjälp av internets playfunktioner, använda videosamtal eller använda internet för skolarbete, posta statusuppdateringar, kommentera vad andra skrivit eller lägga upp videoklipp. ■



Hur många använder mobilt internet?

Diagram 4.1. Andel av befolkningen (12+ år) som använder mobilt internet.



Hur många i olika åldrar använder mobilt internet dagligen och någon gång?

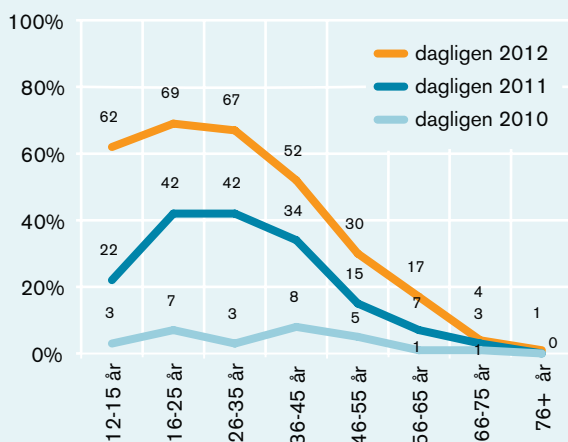
Diagram 4.2. Andel av befolkningen som använder mobilt internet dagligen eller åtminstone någon gång. (Uppgifter om daglig användning för barn under 12 år saknas.)

04

Fortsatt ökning av mobilt internet

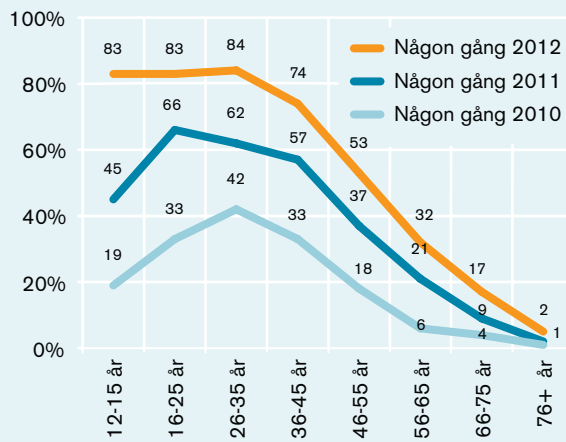
2011 inträffade det stora genombrottet för mobilt internet med en snabbt ökande tillgång till smarta telefoner. Under flera år under början av 2000-talet hade ökningen legat kring någon procent per år. Men från 2010 ökade andelen som använde mobilt internet från 22 till 36 procent (2011), och i år är det 54 procent av befolkningen över 12 år som använder mobilt internet.¹

¹ Här ligger Sverige före USA där 45% använder en smartphone (Pew 2012).



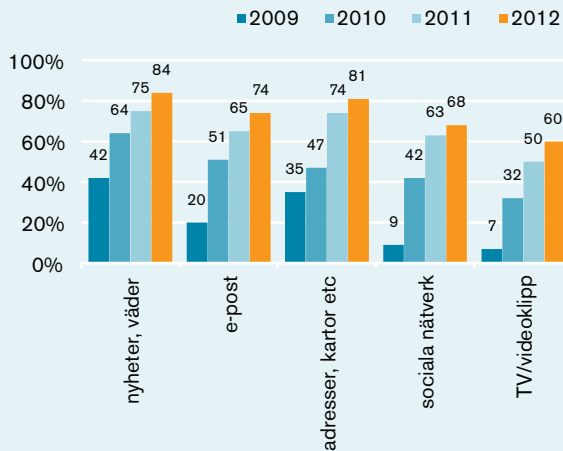
Hur många använder dagligen mobilt internet? En jämförelse 2010 – 2012.

Diagram 4.3. Andel av de med mobiltelefon som dagligen använder sig av mobilt internet.



Hur många använder någon gång mobilt internet? En jämförelse 2010 – 2012.

Diagram 4.4. Andel av de med mobiltelefon som någon gång använder sig av mobilt internet.



Hur har användningen av mobilt internet förändrats under de senaste åren?

Diagram 4.5. Andel av de mobila internetanvändarna som under olika år någon gång har använt mobilt internet för olika aktiviteter.

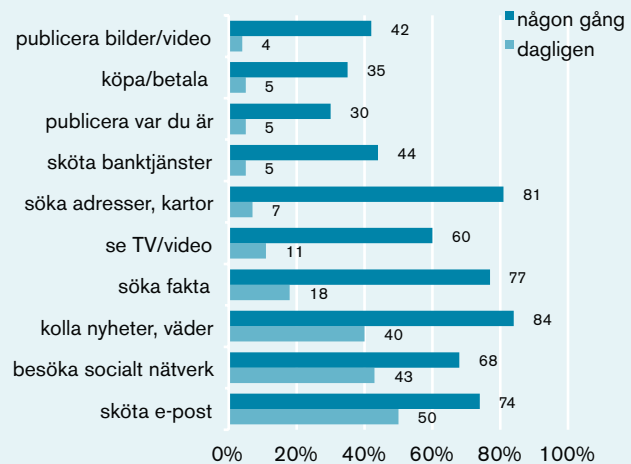
Den största ökningen har skett bland de yngsta i åldern 12-15 år (4,3, 4,4). Från 3 procent år 2010 är det nu 62 procent som använder mobilt internet. Två av tre i åldern 12 till 35 år använder dagligen mobilt internet.

Denna utveckling kommer att fortsätta. 11 procent av de som inte använder mobilt internet är intresserade av att börja. Och de flesta som kopplar upp sig på internet mobilt är nöjda med hur det fungerar. Endast 10 procent tycker att det inte fungerar så bra och 2 procent att det fungerar mycket dåligt. Samtidigt är 89 procent nöjda och tycker att det fungerar bra eller åtminstone inte dåligt.

De vanligaste aktiviteterna är att läsa om nyheter och väder (84%), kolla adresser och kartor (81%), sköta e-posten (74%), besöka sociala nätverk (68%) och se på videoklipp (60%). Andelen som ägnar sig åt dessa aktiviteter har ökat för varje år och med ungefär 10 procentenheter det senaste året (4,5, 4,6).

Genombrott för surfplattan

Surfplattor, så kallade tablets, en bärbar dator med pekskärm fick sitt genombrott 2010 med Apples iPad. Idag finns surfplattor av många olika fabrikat till exempel från Asus och Samsung. Spridningen har tagit fart

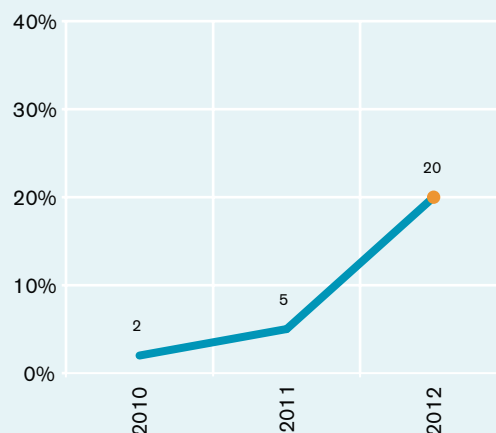


Till vad används mobilen?

Diagram 4.6. Andel av de mobila internetanvändarna som åtminstone någon gång använder mobilt internet för olika aktiviteter.

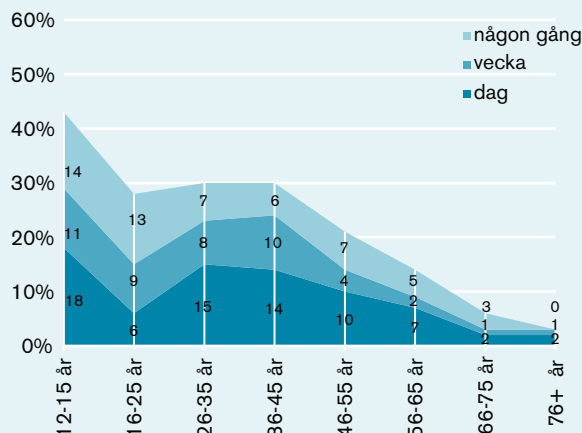
under det senaste året och var femte svensk (20%) använder nu en surfplatta.² Bland barnfamiljerna är det var tredje. Flitigast användare är också barnen emellan 12-15 år, där nästan hälften någon gång använder en surfplatta. Förmodligen är användningen också spridd till de yngre barnen även om vi inte har några siffror på det. Se mer om detta i kapitlet om barn och ungdomar.

² I USA har 25% tillgång till en surfplatta (Pew 2012).



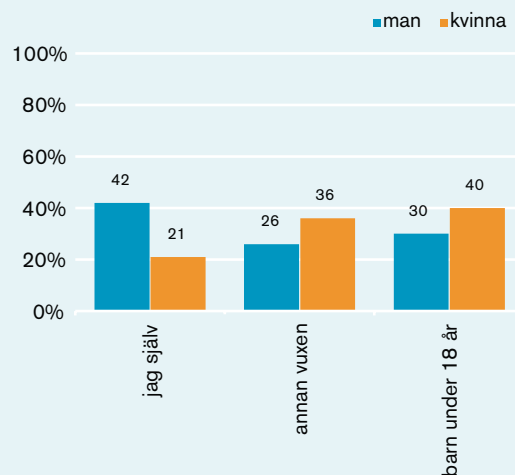
Hur många har tillgång till en surfplatta?

Diagram 4.7. Andel av befolkningen (12+ år) som har tillgång till en surfplatta.



Hur ofta använder man surfplattan?

Diagram 4.8. Andel av befolkningen som med olika frekvens använder en surfplatta



Vem använder huvudsakligen surfplattan? Vad säger männen och kvinnorna?

Diagram 4.9. Andel av män och kvinnor i hushåll med hemmavarande barn under 20 år.

Surfplattorna är inte lika vanliga bland de äldre ungdomarna men användningen går upp i åldrarna 26-45 år för att sedan minska bland de äldre.

Vem använder surfplattan i hemmet?

Användningen är ganska jämt fördelad i hushållen, det gäller även i barnfamiljerna. Surfplattan har således blivit allas gemensamma internetuppkoppling. Framför datorn, för tio år sedan, satt till en början mest männen och kopplade upp sig, sedan kom barnen och sist kvinnan i huset. Till en del upprepar sig detta mönster. 42 procent av männen i barnfamiljer säger att de huvudsakligen använder surfplattan själva, medan 21 procent av kvinnorna säger detsamma. Före kvinnan kommer barnen och sedan mannen.

Detta innebär inte att det är barnen som huvudsakligen använder surfplattan. Barnen själva som bor i familjer där det finns en surfplatta säger att det i huvudsak är de vuxna som använder den. Det verkar sålunda som barnen får använda surfplattan ibland men att det är de vuxna, framför allt männen, som använder den. Den dagliga användningen är dock fortfarande begränsad och surfplattan spelar mer rollen av ett komplement till datorn.

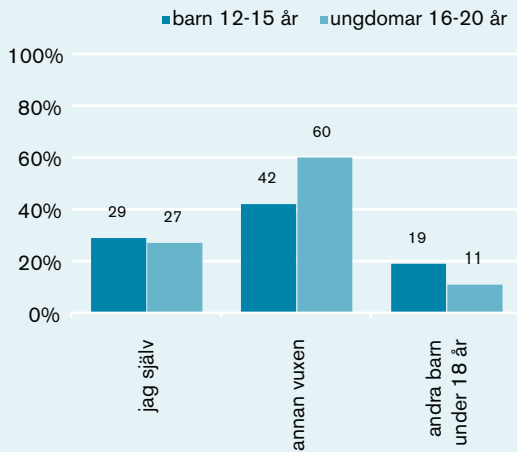
Användningen av surfplattan sker i huvudsak i hemmet och den används för privata ändamål. 70 procent av användarna använder surfplattan i hemmet och förhållandet är liknande i alla åldersgrupper. För 77 procent är användningen privat.

Vem har skaffat sig surfplatta och smart telefon?

Vilka har då skaffat sig tillgång till en surfplatta? Vi har sett att tidigt framme är barnfamiljerna som upptäckt hur användarvänlig den är. Surfplattan klarar även barn av. Det behövs inga instruktioner. Men har utbildning och inkomst någon betydelse för anskaffandet av surfplattor? Det finns idag ingen skillnad mellan män och kvinnor.

Nästan alla har idag tillgång till en vanlig mobiltelefon. Ett resultat av en spridning som idag har pågått under många år. Platttvapparaten är av senare datum men inte heller här har ålder, utbildning och inkomst så stor betydelse annat än bland de äldsta. Det förhåller sig dock lite annorlunda för anskaffandet av smarta telefoner och surfplattor.

Ja, ju högre inkomst desto vanligare är det med surfplattor och detsamma gäller utbildning. Det gäller alla åldersnivåer. 50



Vem använder huvudsakligen surfplattan? Vad säger barn och ungdomar?

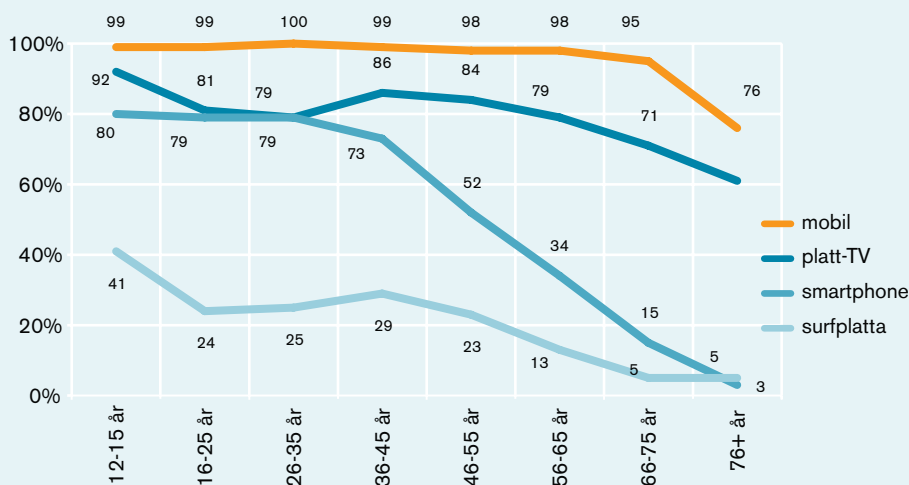
Diagram 4.10. Andel av barn och ungdomar i hushåll med hemmavarande barn under 20 år.

procent av barnen (12-20 år) till rika föräldrar har tillgång till en surfplatta medan siffran är 24 procent för de med låg inkomst.

De smarta telefonerna har en jämnare spridning bland de unga som är mer oberoende av inkomsten. Spridningen av dem befinner sig också på ett senare stadium i spridningscykeln när 80 procent av de unga har en smart telefon. Men även när det gäller tillgång till smarta telefoner spelar inkomst och utbildning en roll för äldre

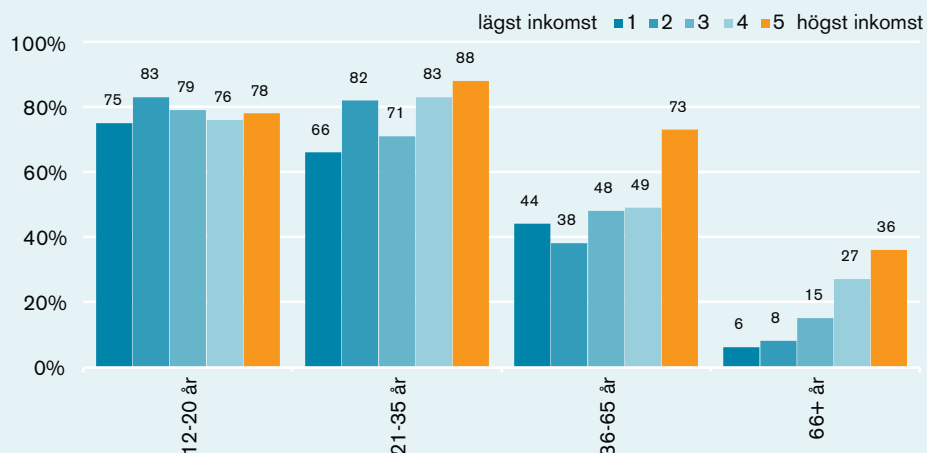
åldersgrupper. Det är till exempel dubbelt så vanligt att de 20 procent med högst inkomster och de med hög utbildning har en smart telefon i åldrarna från 36 år och uppåt, jämfört med de med låg utbildning och inkomst.

Det vanligaste sättet att använda surfplattan var 2011 att söka på internet. Sedan kom spel och att läsa tidningar och böcker. Man såg också på video och TV, kollade e-posten. Men det var inte så vanligt att



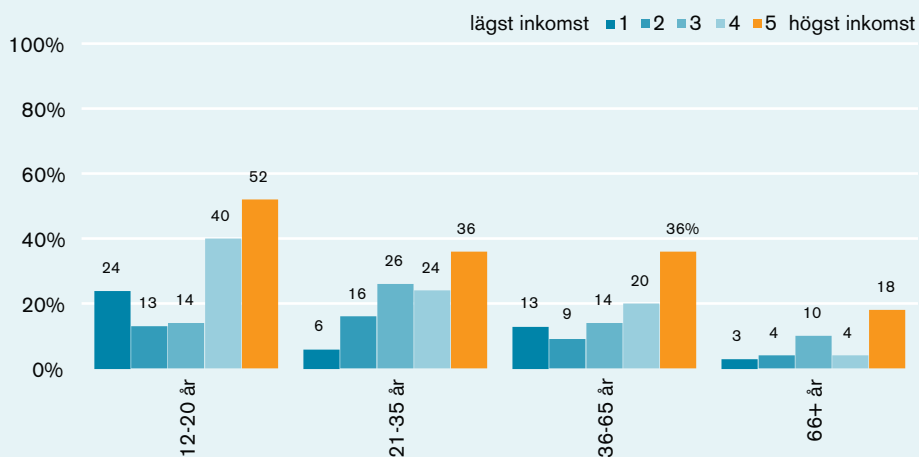
Ålder och apparatinnehav

Diagram 4.11. Andel av befolkningen i olika åldrar med tillgång till olika elektroniska apparater.



Vem har tillgång till en smart telefon?

Diagram 4.12. Andel av befolkningen i 20 olika grupper, indelade efter ålder och inkomst, med tillgång till en smart telefon.

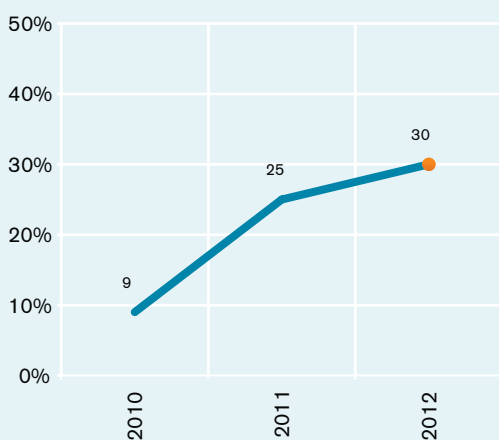


Vem har tillgång till en surfplatta?

Diagram 4.13. Andel av befolkningen i 20 olika grupper, indelade efter ålder och inkomst, med tillgång till en surfplatta



©iStockphoto.com/LeicaFoto



Hur många geotaggar, det vill säga publicerar var man befinner sig?

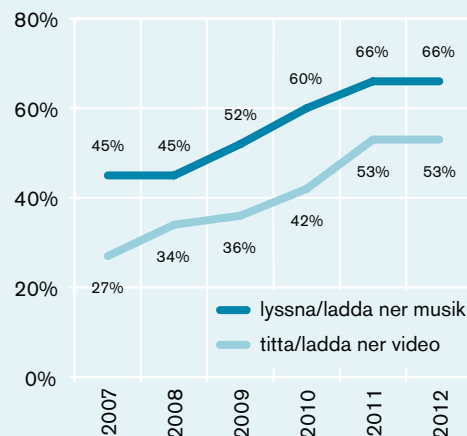
Diagram 4.14. Andel av de som går till internet via sin mobil som någon gång geotaggar.

använda surfplattan för att koppla upp sig på de sociala nätverken eller för skola och arbete (Svenskarna och Internet 2011).

Allt fler geotaggar

Möjligheten att publicera var man befinner sig utnyttjas av allt fler när tillgången på smarta telefoner blivit vanligare. Särskilda tjänster som Facebook places, Foursquare och Gowalla gör detta möjligt. Nästan en tredjedel (30%) av de som har en smart telefon använder denna möjlighet och nästan hälften av de unga (43%). Men det är fortfarande bara 8 respektive 20 procent som gör det mer regelbundet, åtminstone någon gång i veckan. Kvinnor geotaggar oftare än män

Utslaget på befolkningen som helhet är det 17 procent som publicerar var de är och 3 procent gör det dagligen. ■



Hur många använder internet för att lyssna på musik och se på video?

Diagram 5.1. Andel av internetanvändarna (16+ år) som någon gång lyssnar på musik och ser på video på internet.

Musik och video

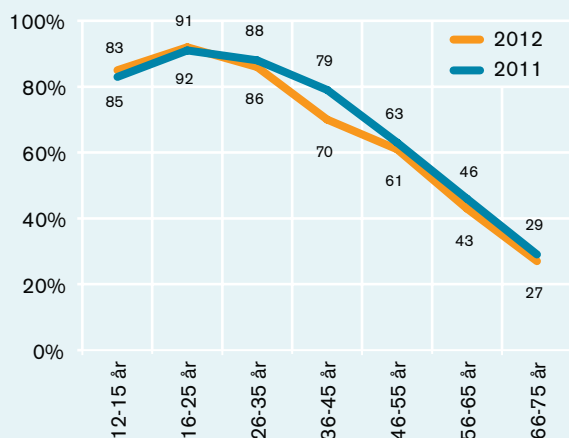
Musik och video har visat sig vara innehåll som passar väldigt väl att lagras, distribueras och konsumeras på internet. Det digitala formatet har gjort detta möjligt. Först kom musikens mp3-filer som i sin komprimerade form inte tog mycket utrymme och inte heller var beroende av avancerade system. Idag ställer inte heller videoklippen till med några problem.

Musiklyssnande och videotittande på internet har stabiliserats på en hög nivå

För varje år har allt fler användare av internet börjat utnyttja möjligheten att lyssna på musik och se på video via internet (5.1). Det är en utveckling som pågått också under de senaste fem åren, och som fick särskild fart under 2011 då musiktjänsten Spotify fick sitt stora genomsåg. Två av tre i åldrarna 12-35 år lyssnade åtminstone någon gång i veckan på Spotify och 85-90 procent gjorde det någon gång ibland ((Svenskarna och Internet 2011). Senaste året har den utvecklingen planat ut. Utplaningen gäller även för videotittandet på internet. Det var sålunda lika många förra året som i år, som använde internet för att lyssna på musik och se på video (5.2).

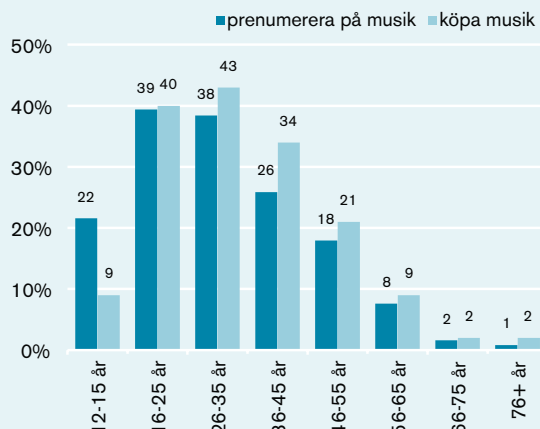
Abonnemang dominerar bland yngre och köp bland de äldre

Två av tre i befolkningen lyssnar på musik via internet. En hel del musik går att lyssna på gratis, annat kan man köpa och åter annat kan man lyssna på om man betalar en fast avgift i månaden. Bland de yngsta, 12-15 år, som inte har så mycket pengar att röra sig med, betalar inte så många för musiken på internet. Bland de som betalar dominerar abonnemangen. Det är vanligare att prenumerera på musik (till exempel på Spotify) framför att köpa. I åldrarna 16-35 år betalar nästan hälften för musik och



Hur många använder internet för att lyssna på och ladda ner musik

Diagram 5.2. Andel av internetanvändarna (12+ år) som åtminstone någon gång lyssnar/laddar ner musik på internet.

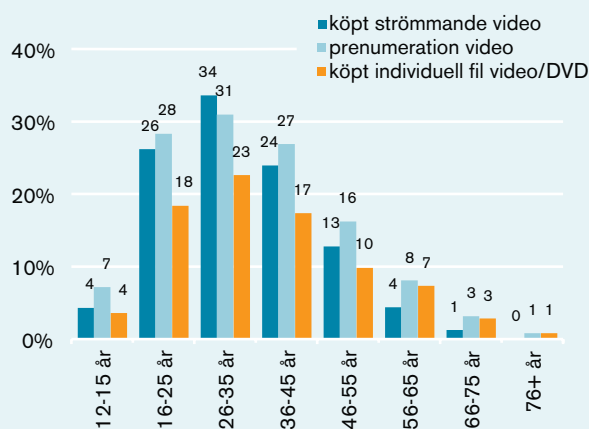


Hur många abonnenter och hur många köper musik?

Diagram 5.3. Andel av befolkningen i olika åldersgrupper som åtminstone någon gång har köpt musik respektive prenumererat på musik på internet.

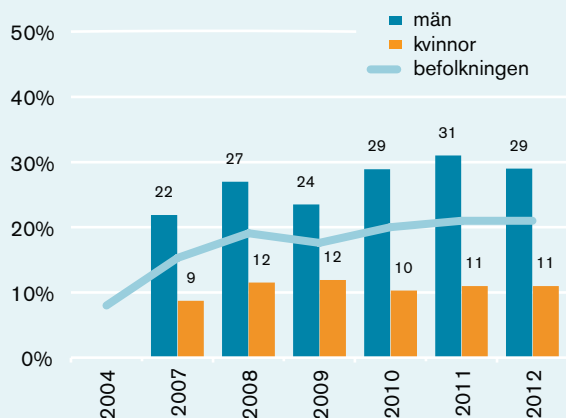
här är det lika vanligt att prenumerera som att köpa. Bland de äldre dominerar de som köper musik.

DVD/video kan man köpa och ladda ner som en individuell fil, eller få tillgång till strömmande under en tid. Man kan också betala för ett abonnemang och se så mycket film och video man vill under en månad. En prenumeration har visat sig populärast i alla åldrar följt av den strömmande varianten (5.4).



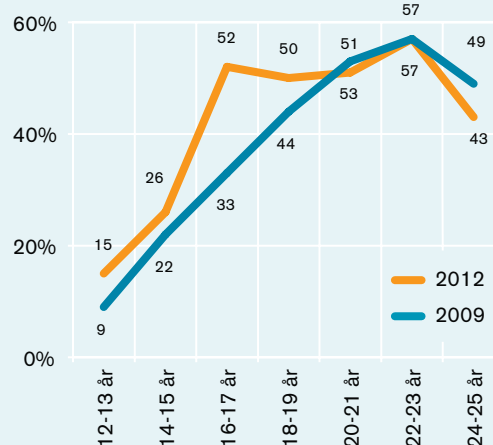
Hur många betalar för video och på vilket sätt

Diagram 5.4. Andel av befolkningen i olika åldersgrupper som åtminstone någon gång på olika sätt betalt för video/DVD på internet.



Hur har andelen fildelare varierat under perioden 2004 – 2012?

Diagram 5.5. Andelen män och kvinnor i befolkningen (16+ år) som någon gång fildelar.



Hur stor är skillnaden i andelen fildelare mellan 2009 och 2012?

Diagram 5.6. Andelen som 2009 resp. 2012 någon gång fildelar i befolkningen.

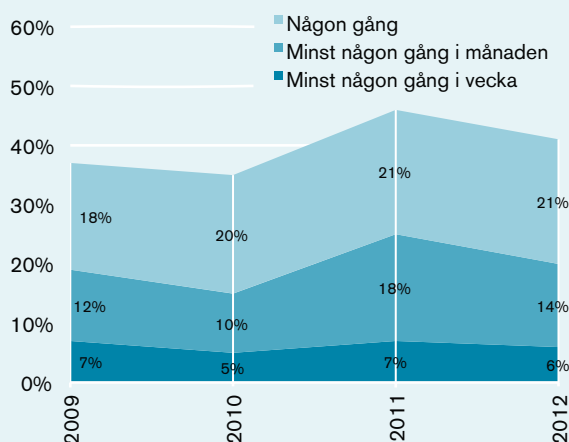
Fildelningen är fortfarande omfattande

Andelen fildelare ligger kvar på samma höga nivå som förra året (5.5). Det är framför allt männen som fildelar. Andelen som någon gång fildelar har inte visat sig minska trots den ökande användningen av strömmande musik via bland annat Spotify. Det gäller framför allt i de övre tonåren (16-19 år) där det skett en markant ökning av andelen som fildelar om vi ser tre år tillbaka i tiden och jämför 2012 med 2009 (5.6)

Men kanske fildelar man inte lika ofta som tidigare, även om andelen fildelare inte minskat? Svaret är nej. Andelen som fildelar minst någon gång i veckan har legat på ungefär samma nivå sedan 2009 och sett i ett något längre perspektiv har frekvensen i fildelningen snarast ökat (5.7).

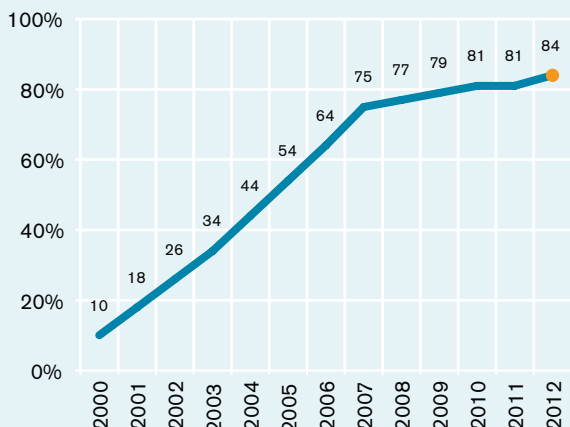
Fildelare prenumererar på musik oftare än andra

Förra året visade det sig att det var vanligare att de som fildelar också prenumererar på musik, jämfört med de som ej fildelar (SOI 2011). Förhållandet är detsamma 2012. Däremot finns det inget samband, varken positivt eller negativt, mellan fildelning och köp av musik. Det finns inte i år och det fanns inte heller förra året. De som fildelar köper varken mindre eller mer musik än de som inte fildelar. (Se också Findahl 2006)



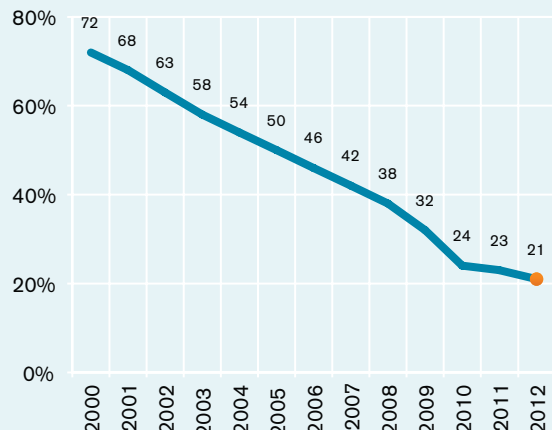
Har frekvensen i fildelningen förändrats under de senaste fyra åren?

Diagram 5.7. Andelen i befolkningen (16+ år) som fildelar med olika frekvens under de senaste fyra åren.



E-handels utveckling 2000 - 2012

Diagram 6.1. Andel av internetanvändarna (18+ år) som någon gång köper och betalar för varor/tjänster via internet.



Oron för kreditkortsbedrägerier minskar

Diagram 6.2. Andel av internetanvändarna som säger sig vara "mycket" eller "ganska mycket" oroad av kreditkortsbedrägerier.

06

E-handeln ökar något

E-handeln har stadigt utvecklats fram till idag. Från 10 procent år 2000 fram till de 84 procent av internetanvändarna som någon gång e-handlar idag (72% av befolkningen). Från år 2000 tillkom ungefär 10 procent nya e-handlare varje år, fram till 2007. Därefter, under de senaste sex åren, har utvecklingen gått långsammare (6.1).

En bidragande orsak till denna successiva ökning är att oron, särskilt bland äldre, för bedrägerier i samband med betalningar med kreditkort har minskat (6.2).

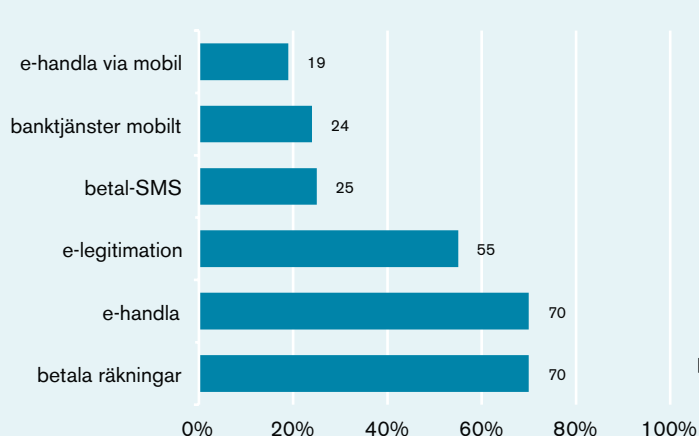
Idag finns en rad olika möjligheter att e-handla. Inte bara via datorn utan också via en vanlig mobil och en smart telefon. Fortfarande dominerar dock datorn (6.3).

De mest aktiva att e-handla finns bland unga medelålders, 26–45 år. Med stigande ålder minskar intresset och bland pensionärerna är det ungefär hälften som någon gång e-handlar (6.4). Den andra hälften e-handlar inte.

En jämförelse med förra året visar att det genomgående i nästan alla åldersgrupper finns fler som e-handlar 2012 jämfört med förra året. Ökningen är störst bland de pensionärer som använder internet.

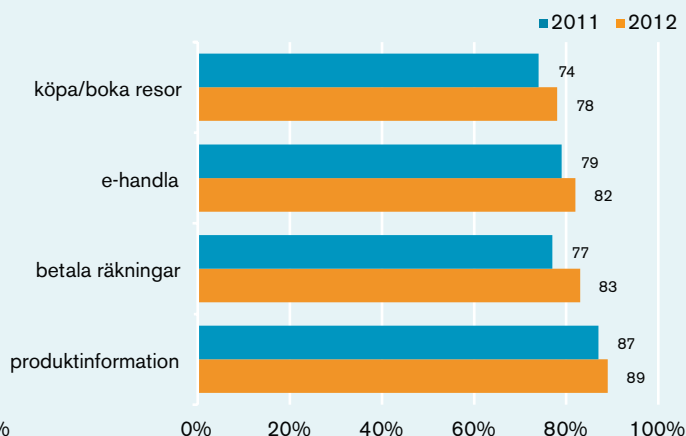
Ser vi till enskilda aktiviteter syns en viss ökad aktivitet, förutom att e-handla, när det gäller att söka produktinformation, köpa/boka resor och att betala räkningar (6.5). Det är fler som ägnar sig åt detta 2012 än tidigare år.

Många äldre använder inte internet och därför blir andelen som e-handlar betydligt mindre i åldersgruppen som helhet (6.6).



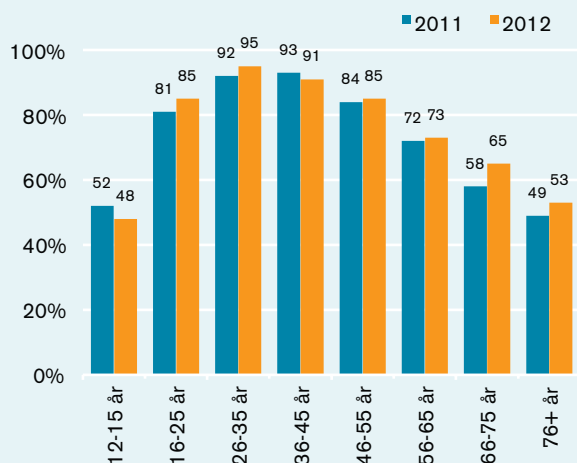
Hur många i befolkningen använder internet för olika finansiella tjänster

Diagram 6.3. Andel av befolkningen (12+ år) som använder internet för olika finansiella tjänster.



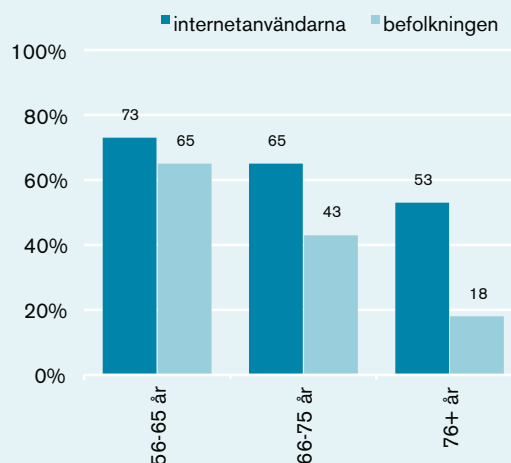
Förändringar i e-handeln under det senaste året

Diagram 6.4. Andel av internetanvändarna (12+ år) som 2011 och 2012 använder internet för olika finansiella tjänster.



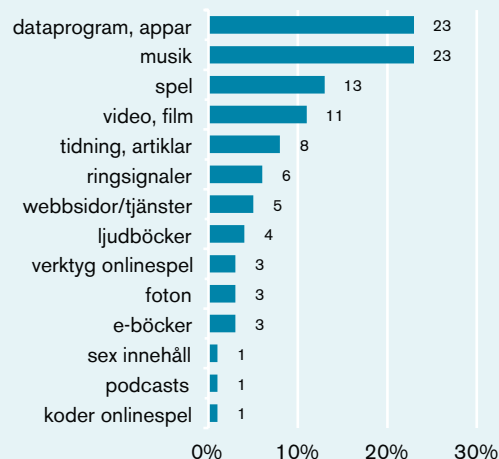
Hur många i olika åldrar e-handlar?

Diagram 6.5. Andel internetanvändare i olika åldersgrupper som någon gång köper och betalar för varor/tjänster via internet.



Många äldre e-handlar inte

Diagram 6.6. Andel av internetanvändarna respektive befolkningen som någon gång köper och betalar för varor/tjänster via internet.



Vad är det man betalar för på internet?

Diagram 6.7. Andel av internetanvändarna (12+ år) som uppger att de har betalt för olika produkter på internet.

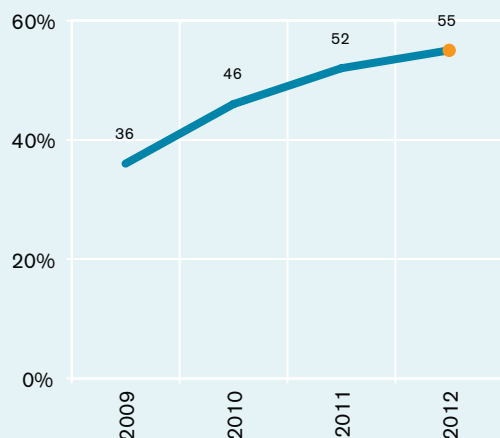
Appar och musik i den digitala försäljningstoppen

Resor, hemelektronik, böcker, kläder, biljetter, musik och film är det som e-handeln omfattat sedan många år tillbaka (Svenskarna och Internet 2008, HUI 2012). Det är i de flesta fall produkter där köpet sker över internet men produkterna skickas med posten. E-handeln idag omfattar också digitala produkter där både köpet och distributionen av digitala filer sker via internet. Hit hör tidningar, artiklar, e-böcker, ljudböcker och podcasts som man kan lyssna till var och när man vill. Hit

hör också spel och olika tillbehör till spel, ringsignaler och foton. Musik, video och film finns också tillgängliga som digitala filer, men det utmärkande för det senaste året är den omfattande handeln med appar som vuxit fram i takt med att allt fler skaffat sig smarta telefoner och surfplattor. Det är frågan om små program med specifika funktioner som i många fall kan köpas för en billig penning (20-30 kronor). I alla åldersgrupper över 26 år är det också appar som flest betalar för. En närmare analys av hur musik och video används på internet återfinns i ett särskilt kapitel.

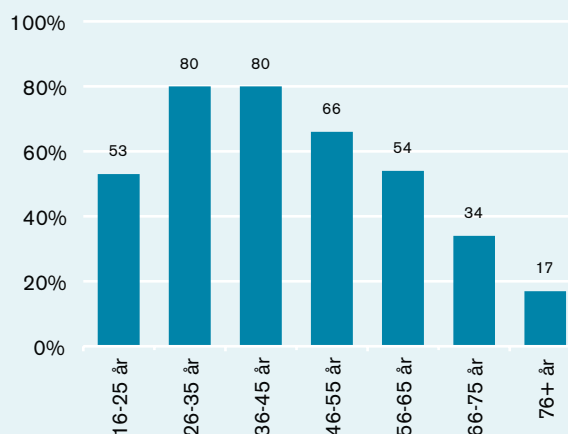
	Populäraste digitala produkterna
12-15 år	Spel, musik, appar
16-25 år	Musik, appar, spel, video
26-35 år	Appar, musik, spel, video, ringsignaler
36-45 år	Appar, musik, spel, video, ringsignaler
46-55 år	Appar, musik, tidning, video, spel
56-65 år	Appar, musik, tidning, video
66-75 år	Appar, tidning

Tabell 6.1. Rangordning av de produkter som flest betalt för i olika åldersgrupper.



Hur många har en e-legitimation?

Diagram 6.8. Andel av befolkningen som har en egen e-legitimation.



Hur vanligt är det med e-legitimation i olika åldrar?

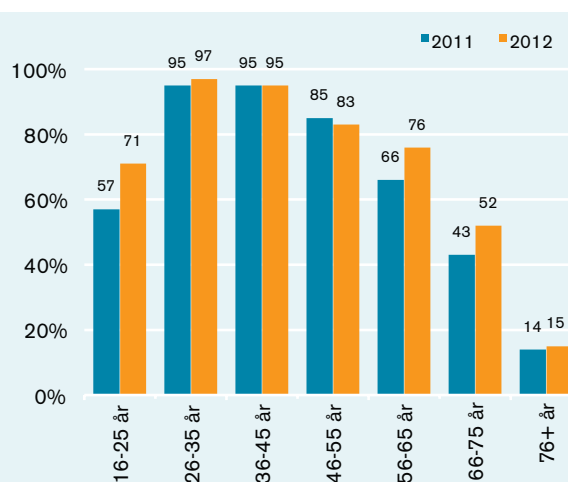
Diagram 6.9. Andel av befolkningen som har en egen e-legitimation.

Fortfarande har halva befolkningen ingen e-legitimation

Ett viktigt verktyg för att, via internet, komma i kontakt med myndigheter och banker är e-legitimationen. Har man en sådan underlättas kontakterna väsentligt. E-legitimationen har emellertid inte varit vida spridd utan främst innehavts av de med hög utbildning och inkomst (Svenskarna och internet 2009). Så är det fortfarande. Mycket litet har hänt under de senaste åren. 19 procent av äldre, över 65 år, med låg utbildning eller låg inkomst har en e-legitimation, jämfört med 90 procent av de högtbildade i åldrarna 26-45 år.

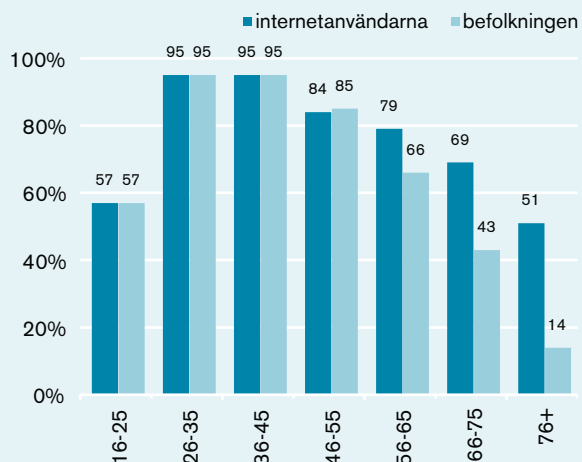
Många äldre betalar inte sina räkningar via internet

30 procent av befolkningen e-handlar inte. Det gäller framför allt de äldre där en majoritet inte heller betalar räkningar online. Totalt är det 28 procent av befolkningen som inte betalar sina räkningar över internet och andelen blir större med ökad ålder. Ungefär hälften av de yngre pensionärerna betalar inte räkningar via internet och det gör inte heller 85 procent av de över 75 år (6.10).



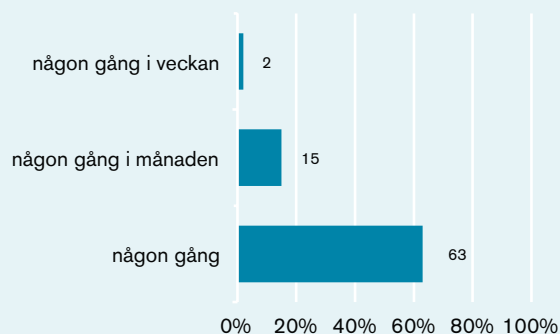
Vilka betalar sina räkningar via internet? En jämförelse mellan 2011 och 2012.

Diagram 6.10. Andel av befolkningen (16+ år) i olika åldersgrupper som betalar räkningar via internet.



Vilka betalar sina räkningar via internet?
En jämförelse mellan internetanvändarna och befolkningen som helhet.

Diagram 6.11. Andel av internetanvändarna och befolkningen i olika åldersgrupper som betalar räkningar via internet.



Hur många besöker ett bankkontor?

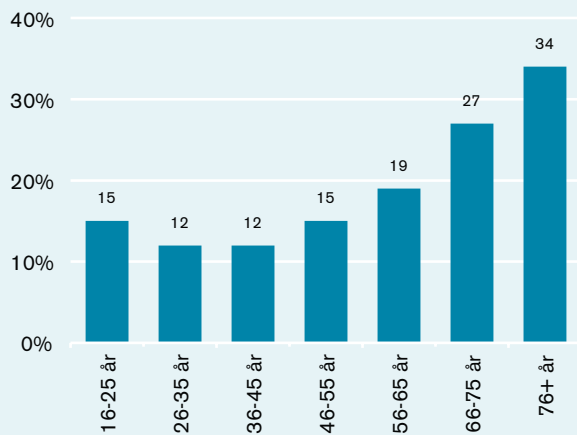
Diagram 6.12. Andel av befolkningen (12+ år) som någon gång besöker ett bankkontor.

Många uppsöker

fortfarande ett bankkontor

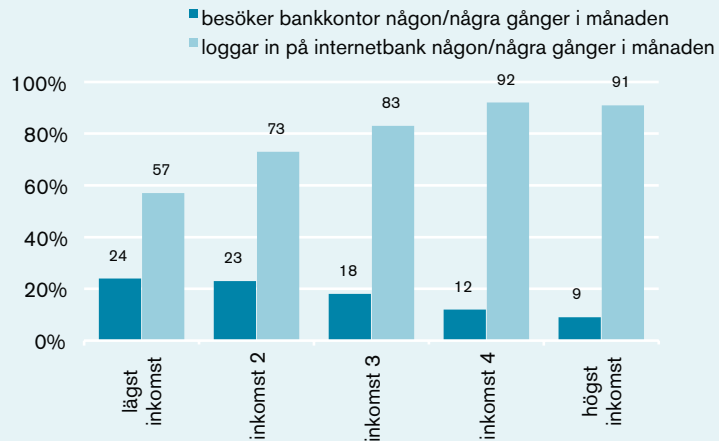
80 procent av befolkningen besöker fortfarande någon gång ett bankkontor. De flesta gör det inte så ofta, men ju äldre man är desto oftare går man till banken. En tredjedel av de äldre (76+ år) går till en bank åtminstone någon gång i månaden.

Många äldre handlar sålunda inte via internet och betalar inte heller sina räkningar online. De har istället ett behov av att söka upp ett bankkontor. Och ju lägre inkomst man har desto vanligare är det att man besöker ett bankkontor (6.13). De mer välbeställda går inte så ofta till banken, utan de betalar räkningar online och loggar in på sin internetbank. Ju rikare man är desto vanligare är det att använda sig av internetbanken och desto ovanligare är det att besöka det traditionella bankkontoret. ■



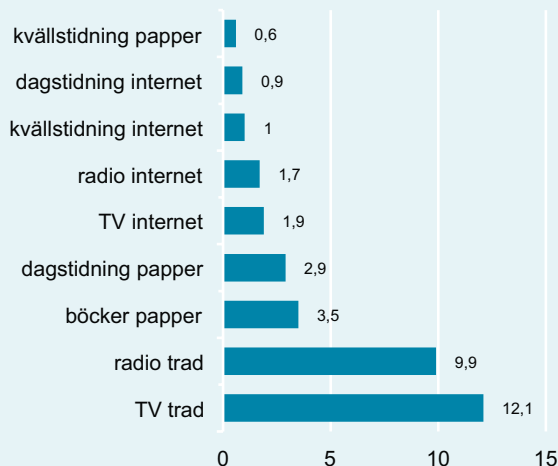
Hur många besöker ett bankkontor
åtminstone någon gång i månaden?

Diagram 6.13. Andel av befolkningen (16+ år) som besöker ett bankkontor åtminstone någon gång i månaden.



Fattiga går till bankkontoret och
de rika loggar in på sin internetbank

Diagram 6.14. Andel av befolkningen som loggar in till en internetbank respektive besöker ett bankkontor, uppdelat efter inkomstgrupp (5 lika stora grupper).



Traditionella plattform
dominerar fortfarande

Diagram 7.1. Antal timmar i veckan som befolkningen (12+ år) ägnar de traditionella medierna på olika plattformar.

07

Internet och traditionella medier

Många söker upp traditionella medier på internet, men inte så frekvent.

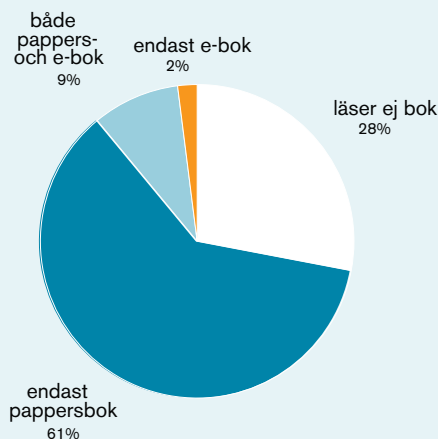
Allt fler använder någon gång internet för att ta del av traditionella medier: 66 procent lyssnar någon gång på musik via internet, 57 procent ser på tv och 45 procent lyssnar på radio och 80 procent läser någon gång en tidning på nätet.

Hur påverkar detta det traditionella läsandet av papperstidningen, det traditionella tv-tittandet, radiolyssnandet och läsandet av pappersböcker? Ja, ännu så länge dominerar de traditionella plattformarna, det vill säga den vanliga tv-apparaten och radio-apparaten och pappersversionerna av tidningen och boken. Undantaget gäller kvällstidningarna där idag fler läser webbversionen än pappersversionen.

En hel del tid ägnas sålunda de traditionella medierna på internet, även om de traditionella plattformarna fortfarande dominerar. Frågan är hur internet samverkar med de traditionella medierna: ersätter de till en del den vanliga användningen av tv, radio och tidningar eller utgör här internet mer av ett komplement?

E-boken

E-böcker har funnits i många år men det är först under de allra senaste åren som de vunnit en vidare spridning, framför allt i USA. I Sverige har idag 12 procent någon gång läst en e-bok (10% 2011), medan läsandet en genomsnittlig dag ligger på 0,5 procent.



Hur många läser pappersbok och/eller e-bok?

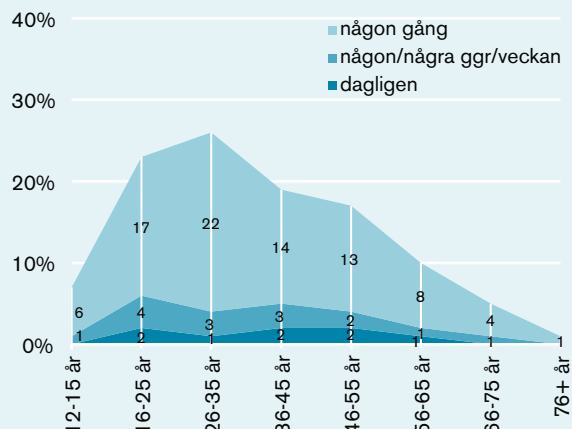
Diagram 7.2. Andel av befolkningen (12+ år) som läser böcker, e-böcker eller en kombination av dessa under en genomsnittlig vecka.

Utgår vi från svenska folkets bokläsning under en vecka är det 61 procent som läst en pappersbok, 9 procent som läst både en pappers- och en e-bok och 2 procent som endast har läst en e-bok. De flesta som läst en e-bok har sålunda också läst en vanlig bok. Men läser e-bokläsarna färre vanliga böcker? Nej, de lägger ner ungefär lika mycket tid på pappersböcker som de som inte läser e-böcker, med ett undantag. Det gäller en del av de få som läser e-böcker varje dag. De läser betydligt mindre pappersböcker än andra, men det rör sig bara om 0,5 procent av befolkningen. E-boken kan därför inte sägas ersätta den vanliga boken.¹

Störst andel e-bokläsare finns i åldern 26-35 år. Nästan en av fyra har någon gång läst en e-bok, men här liksom i andra åldersgrupper ligger andelen dagliga läsare kring 1 procent (7.3).

Tidningsläsning

En majoritet av internetanvändarna läser någon gång en nättidning. I år är det 80 procent som gör det ibland och så har det varit de senaste fem åren. När det gäller webbtidningar är också det dagliga läsandet högt, omkring en tredjedel läser en tidning på nätet varje dag. Det är också en situation som är oförändrad sedan flera år. Här måste vi skilja mellan morgon- och kvällstidningar. Det är framför allt kvällstidningarna som läses på nätet.

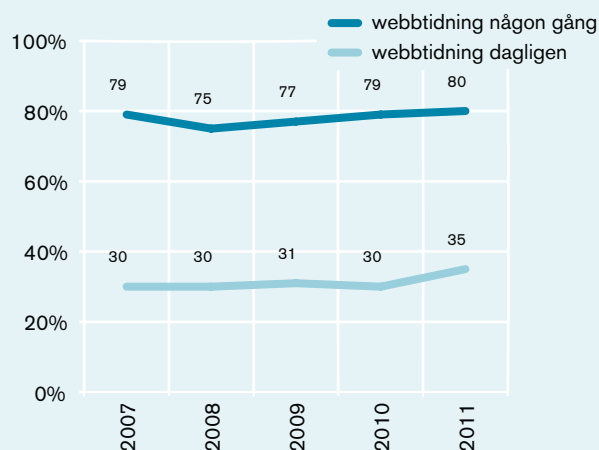


Hur många och hur ofta läser man en e-bok?

Diagram 7.3. Andel i olika åldersgrupper i befolkningen (12+ år) som med olika frekvens läser e-böcker.

Slår vi ihop all läsning av morgontidningar under en vecka, både i papper- och webbversion, sker en fjärdedel (24%) av läsningen på webben. För kvällstidningar sker två tredjedelar (63%) av läsningen på webben.

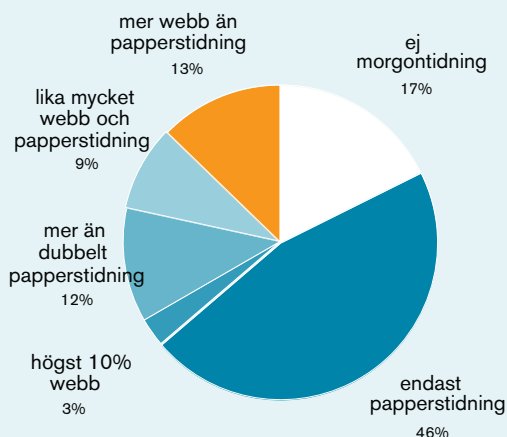
För morgontidningen dominerar pappers-tidningen, ensam eller i kombinationer med webben. För 13 procent av befolkningen är webbläsandet mer omfattande, men det



Har läsandet av webbtidningar förändrats? En jämförelse mellan 2007 – 2012.

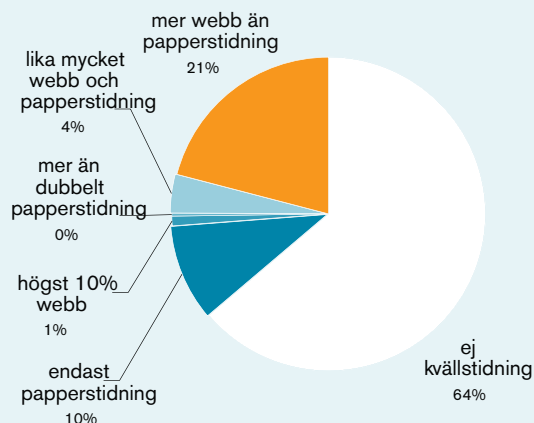
Diagram 7.4. Andel av internetanvändarna som med olika frekvens läser en webbtidning.

¹ Se också Carlsson 2012, Höglund 2012



**Morgontidningsläsning
på papper och/eller webb**

Diagram 7.5. Andel av befolkningen (12+ år) som läser morgontidning i pappers- eller webbversion eller en kombination av dessa under en genomsnittlig vecka.



**Kvällstidningsläsning
på papper och/eller webb**

Diagram 7.6. Andel av befolkningen (12+ år) som läser kvällstidning i pappers- eller webbversion eller en kombination av dessa under en genomsnittlig vecka.

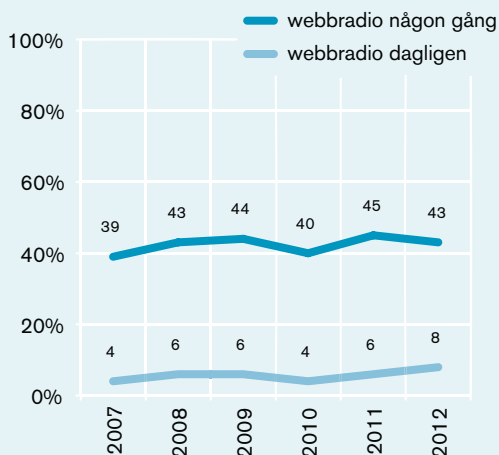
är ovanligt att bara läsa webbtidningar (7% av bef.). (7.5) Annorlunda förhåller det sig för kvällstidningarna. Här dominerar webbläsandet, ofta ensamt eller ibland i kombinationer med papperstidningen (7.6).

Radiolyssnande

Lyssnandet på webbradio har liksom tidningsläsandet hållit sig på samma nivå

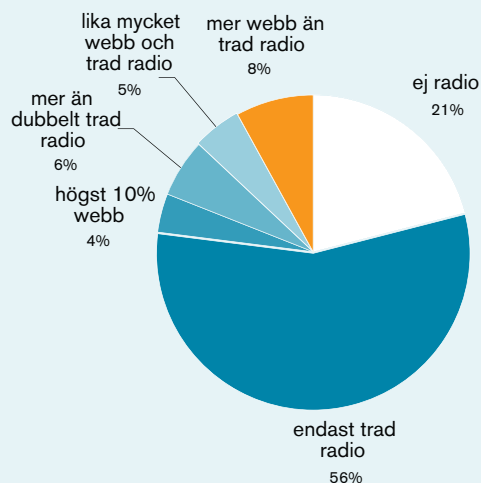
under flera år. Nästan hälften av de som använder internet har lyssnat på radio någon gång via internet. Det dagliga webbläsandet är emellertid ganska lågt (7.7).

Tre av fyra (72%) lyssnar huvudsakligen på den traditionella radion, medan 8 procent lyssnar mest på webbradion och 5 procent ungefär lika mycket på båda (7.8).



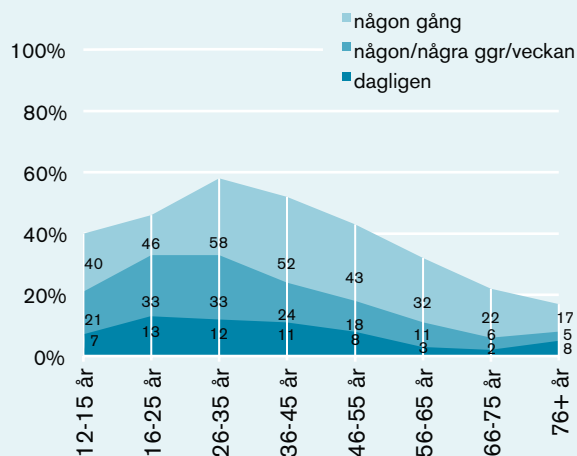
**Har lyssnandet på webbradio förändrats?
En jämförelse mellan 2007 – 2012.**

Diagram 7.7. Andel av internetanvändarna som med olika frekvens lyssnar på webbradio.



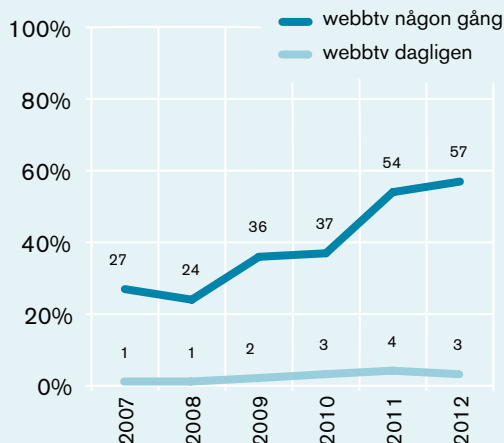
**Radiolyssnande traditionellt
och/eller på webb**

Diagram 7.8. Andel av befolkningen (12+ år) som lyssnar på radio traditionellt eller via internet eller en kombination av dessa under en genomsnittlig vecka.



Hur många och hur ofta lyssnar man på webb-radio?

Diagram 7.9. Andel i olika åldersgrupper i befolkningen (12+ år) som med olika frekvens lyssnar på webb-radio



Har tittandet på webb-tv förändrats? En jämförelse mellan 2007 – 2012.

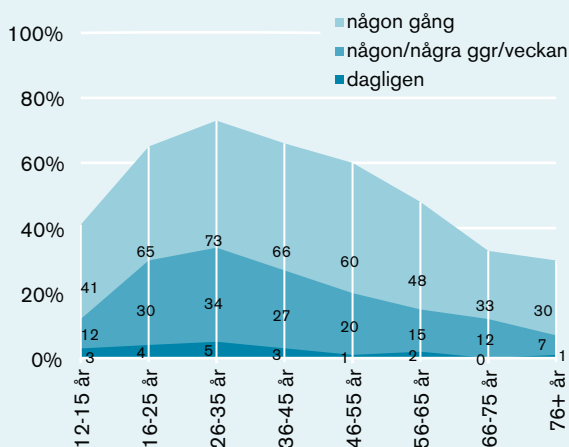
Diagram 7.10. Andel av internetanvändarna som med olika frekvens ser på webb-tv.

TV-tittande

TV-tittandet på webben har successivt ökat under de senaste åren genom de play-tjänster som tv-kanalerna har introducerat. Andelen som provat på webb-tv har dubblats under de senaste fem åren. Däremot har det dagliga webb-tv-tittandet inte ökat (7.10). Jämfört med radio och i synnerhet tidningarna

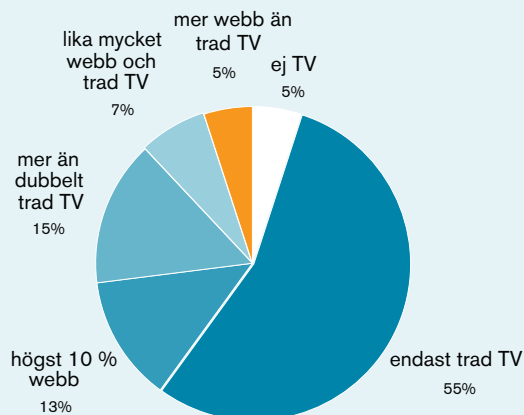
spelar televisionen en underordnad roll i den dagliga internetanvändningen.

Den traditionella televisionen dominerar fortfarande helt och 83 procent av befolkningen ser huvudsakligen tv via tv-apparaten, 5 procent mer på webben och 7 procent lika mycket på båda (7.12).



Hur många och hur ofta ser man på webb-tv?

Diagram 7.11. Andel i olika åldersgrupper i befolkningen (12+ år) som med olika frekvens ser på webb-tv.



Tv-tittande traditionellt och/eller på webb

Diagram 7.12. Andel av befolkningen (12+ år) som på tv på traditionellt sätt eller via internet eller en kombination av dessa under en genomsnittlig vecka.

Fortfarande har 95 procent av Sveriges befolkning tillgång till en tv-apparat och i det dagliga tv-tittandet spelar webb-tv en mycket underordnad roll och det är ytterst få av de som ser på webb-tv som inte också ser på vanlig traditionell tv (Mediebarometern 2011).

Ungdomar och traditionella medier via internet

Ungdomar idag använder inte traditionella medier lika mycket som tidigare (Findahl 2012). Frågan är om de istället letar upp de traditionella medierna på internet? För att utröna detta är det viktigt att skilja mellan daglig användning och användning någon gång i veckan eller i månaden. Traditionell mediestatistik riktar in sig på daglig användning, till exempel hur många som läser en dagstidning eller ser på TV en genomsnittlig dag. Men, även om många kopplar upp sig till internet varje dag, är inte användningen av traditionella medier i dess digitala former lika frekvent. Det innebär att internet, när det gäller traditionella medier, blivit mer av ett komplement än en direkt konkurrent. Med hjälp av Nordicoms Mediebarometer 2011 kan vi konstatera följande:

93 procent av de yngsta i åldern 9-14 år ser på TV dagligen. Det är den åldersgrupp som ser mest på TV, men bara 1 procent ser

uteslutande på webb-TV. Bland de äldre ungdomarna är det vanligare att se på TV via internet; 13 procent (15-24 år) respektive 15 procent (25-44 år) gör det dagligen. Men majoriteten av dessa ser också på vanlig TV. Detta innebär att tillskottet TV-tittare som endast ser på webb-TV inte är stort: 1% (9-14 år), 4% (15-24 år) och 4% (25-44 år).

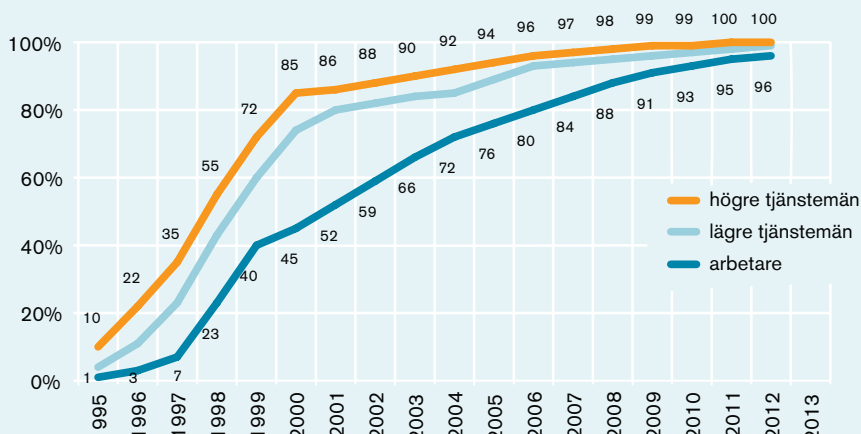
Webb-TV inbegriper här i huvudsak olika Play-tjänster, och att se på webb-tv via datorn är tio gånger vanligare än att se på webb-tv via mobilen, som i sin tur är dubbelt så vanligt som att se på webb-tv via en surfplatta (Mediebarometern 2011).

Basen för de traditionella medierna är fortfarande de traditionella apparaterna och det traditionella pappret.

Grunden för radiolyssnandet, tv-tittandet och tidningsläsandet är fortfarande efter 17 år med internet de traditionella plattformarna. Det är papperstidningen, tv-apparaten och radioapparaten i hemmet eller bilen som används för den dagliga mediekonsumtionen. Som komplement används nu också internet för att se på tv-program, läsa webbtidningar och lyssna på webbradio. Men det är mycket få som enbart använder sig av internet för att ta del av radio, tv eller tidningar. Undantaget är kvällstidningar där webbversionen används mer än papperstidningen. ■



©iStockphoto.com/fotosipsak



Spridningen av internet i den förvärvsarbetande befolkningen 1995-2012

Diagram 8.1. Andel av de förvärvsarbetande med tillgång till internet i hemmet. Källa: Internetbarometer 2007, Mediebarometern 2008, Svenskarna och Internet 2009-2012.

08

Internet i arbetslivet

Arbetslivet spelade en viktig roll i mitten på 90-talet då internet började sprida sig till en bredare allmänhet. Men det var intresset för den privata användningen som fick internet att sprida sig till hela befolkningen. Tjänstemännen och de som arbetade på kontor var redan vana att arbeta med datorer och tog snabbt till sig den nya tekniken. På fem år hade 85 procent av de högre tjänstemännen fått tillgång till internet. Det tog nio år för de lägre tjänstemännen och efter 13 år hade 85 procent av arbetarna tillgång till internet (Findahl 2009). Idag har så gott som alla i den arbetande befolkningen tillgång till internet i hemmet, men på arbetet är skillnader fortfarande stora beroende på de skilda arbetsuppgifterna.

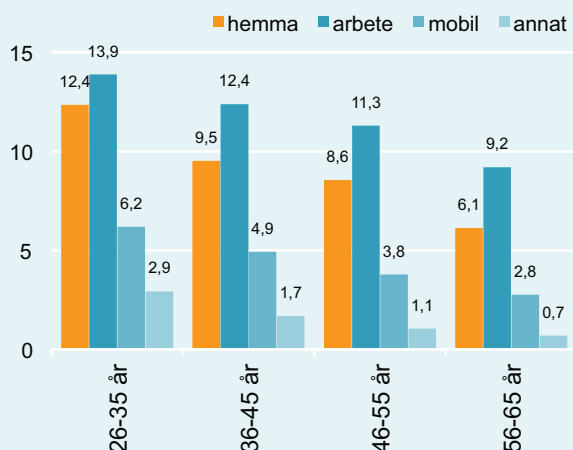
Mer internettid på arbetet än hemma

Internet används både privat hemma och på arbetet. I den förvärvsarbetande befolkningen använder man i genomsnitt mer tid med internet på arbetet än vad man gör hemma. Det gäller i alla åldrar, även om skillnaden mellan arbete och fritid är minst bland de unga (26-35 år). De unga lägger ner mest tid på internet, jämfört med andra åldersgrupper, både på arbetet, hemma och med mobilen. Mönstret är dock detsamma.

De sociala nätverken är i huvudsak privata.

Majoriteten (80%) av de som arbetar och samtidigt är medlemmar av ett socialt nätverk, som Facebook, använder nätverket för i huvudsak privata ändamål. Innehållet är privat och där upprätthålls kontakter med familj och vänner. Men 18 procent blandar in kontakter även från arbetslivet och 2 procent använder det sociala nätverket enbart för arbetskontakter.

Undantaget utgör således de få som använder Facebook enbart med tanke på arbetet. De har yrken som arbetsledare, chef, administratör, kanslistateg, lärare, manlig



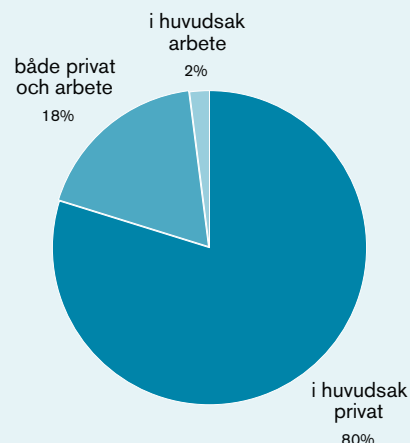
Hur fördelar sig internettiden för den arbetande befolkningen i olika åldrar?

Diagram 8.2. Genomsnittlig tid (tim/vecka) bland den arbetande befolkningen för internet i hemmet, på arbetet, mobilt och på andra platser.

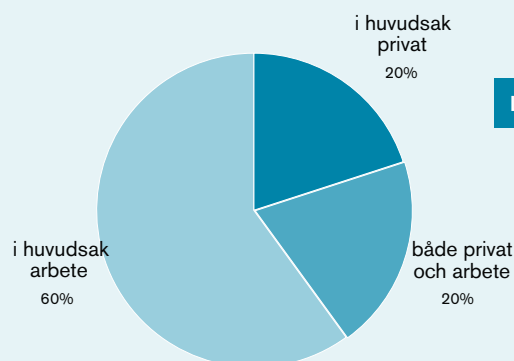
sjuksköterska, mekaniker, receptionist, reprotkniker, upphandlare. De flesta är tjänstemän men där finns också arbetare.

Betydligt fler av användarna av mikrobloggar som Twitter blandar kontakter från arbetsliv och det privata, men även här riktar sig majoriteten (59%) mot det privata. De som använder Twitter i huvudsak i sin professionella roll (16%) har ofta arbetsledande funktioner som VD, chef, projektledare, arbetsledare, rektor, koordinator. Men där finns även konsulter, lärare, tandläkare.

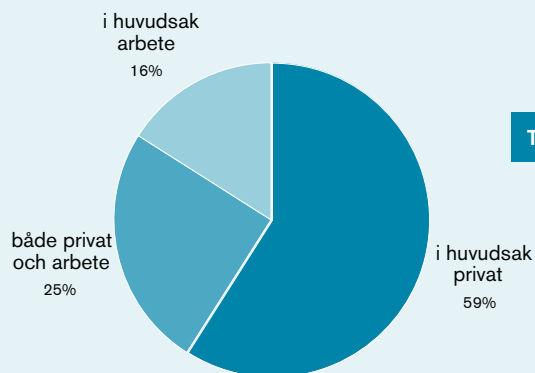
Annorlunda förhåller det sig med LinkedIn som marknadsförs som ett yrkesnätverk där man kan bygga upp sin yrkesidentitet. Det domineras av yrkesinnehåll och professionella kontakter. För 60 procent av användarna är det i huvudsak frågan om yrkeskontakter och ett innehåll som är yrkesrelaterat. Men här finns också 20 procent av LinkedIn-medlemmarna som blandar privat och yrkesrelaterat innehåll och kontakter och där finns en lika stor grupp (20%) som i huvudsak använder LinkedIn för privata syften. (Se också Selg 2011)



Facebook



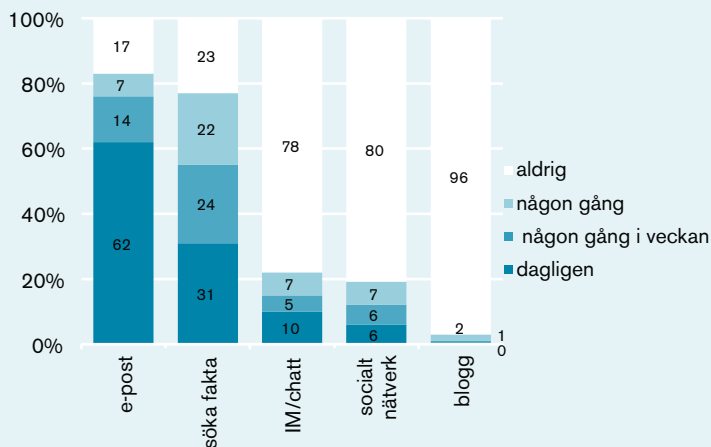
LinkedIn



Twitter

Hur används de sociala medierna?

Diagram 8.3. Andel av medlemmarna på Facebook, Twitter och LinkedIn som använder det sociala nätverket för privata och/eller yrkesmässiga kontakter och innehåll.



Hur ofta används olika internetjänster i arbetet?

Diagram 8.4. Andel av de förvärvsarbetande som använder sig med olika frekvens av olika internetjänster.



Kan allt fler arbeta hemifrån?

Diagram 8.5. Andel av de förvärvsarbetande som med hjälp av internet arbetar hemifrån respektive kan stanna hemma mer regelbundet.

E-posten dominerar internetanvändningen på arbetet

På frågan vilka internetjänster man använder sig av för jobbändamål svarar nästan två av tre att de dagligen använder sig av e-posten. Hälften söker också efter fakta på internet åtminstone någon eller några gånger i veckan. Betydligt färre är det som använder IM/chatt, sociala nätverk eller bloggar för jobbändamål.

Här finns det dock betydande skillnader mellan generationerna. De yngre (26-35 år) använder internet också mer på jobbet. 17 procent chattar dagligen jämfört med 3 procent av de äldre (56-65 år). 10 procent besöker dagligen ett socialt nätverk för jobbändamål jämfört med 3 procent av de äldre.

Allt fler arbetar hemifrån med hjälp av internet men åker ändå till arbetet lika mycket.

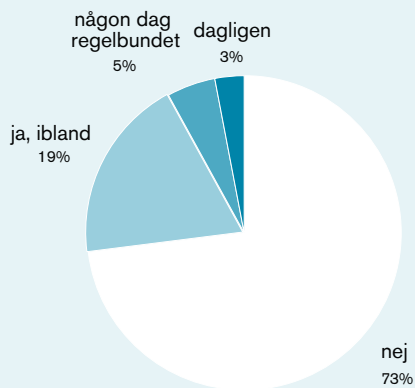
Internet har gjort det möjligt för många att arbeta tillsammans utan att för den skull befinna sig på samma geografiska plats. En tidig vision var att ju fler som använde

sig av internet, desto fler skulle kunna distansarbete och därmed skulle många inte behöva åka till arbetsplatsen varje dag.

Allt fler arbetar också hemifrån med hjälp av internet åtminstone någon dag ibland. Med dator och internet kan många ta med sig arbete hem. Men det har inte, för de flesta, medfört att de regelbundet kan vara mindre på sin arbetsplats. Flexibiliteten har visserligen ökat och skiljelinjen mellan arbete och fritid har blivit mer otydlig. Ibland, någon gång, kan en ökande andel av de förvärvsarbetande arbeta hemifrån, men få har arbeten som gör det möjligt att mer regelbundet arbeta hemifrån.

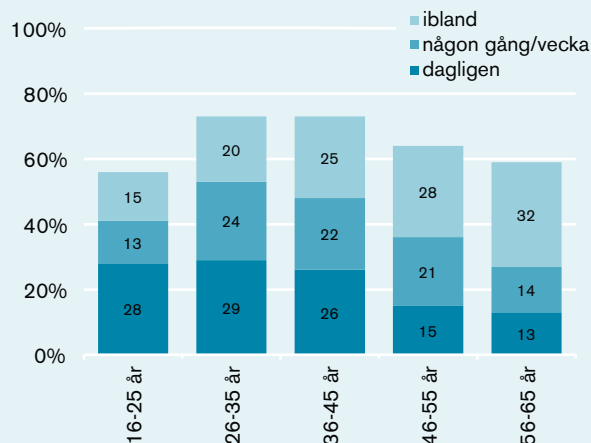
Hur viktigt är internet för arbetet?

För två av tre (69%) i den arbetande befolkningen är internet viktigt eller mycket viktigt för arbetet. Det är samma viktighetsgrad som ges internet för det privata. Medan internet är ungefär lika viktigt i det privata livet oberoende om man är arbetare eller tjänsteman, så spelar internet en viktigare roll för tjänstemännens arbete och ju högre position desto viktigare



Medför arbetet med internet hemma att man kan vara mindre på arbetsplatsen?

Diagram 8.6. Andel av de förvärvsarbetande som med hjälp av internet kan stanna hemma och vara mindre på arbetsplatsen.



Internet används för privata ändamål

Diagram 8.7. Andel av de förvärvsarbetande som uppger att de med olika frekvens använder internet på arbetet för privata ändamål.

bedöms internets roll vara. Av tjänstemän i arbetsledande positioner säger 91 procent att internet är viktigt eller mycket viktigt för deras arbete.

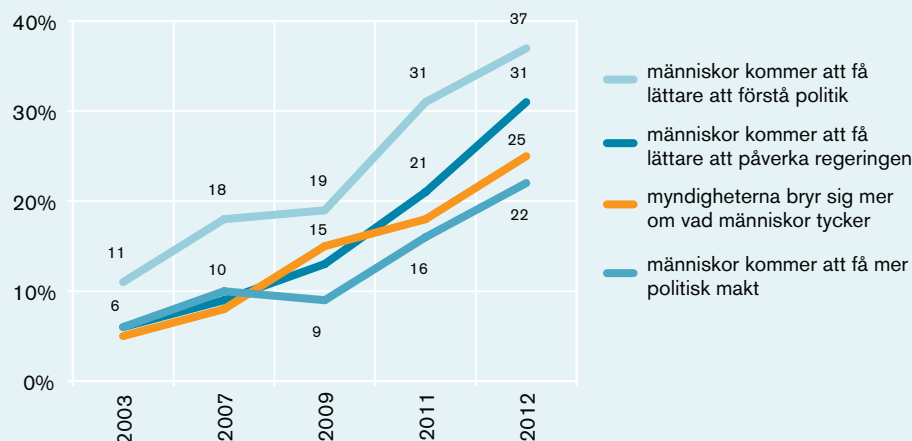
Produktivitet 2011

Hälften av de som förvärvsarbetar säger att produktiviteten i deras arbete har ökat genom internet. Den andra hälften säger att internet inte har haft någon betydelse. Mycket få säger att produktiviteten har minskat. Bedömningarna är likartade i alla åldersgrupper. Skillnaden är stor i bedömningarna mellan arbetare och tjänstemän.

Ju högre position desto viktigare är internet

Det är också dubbelt så vanligt bland tjänstemännen, jämfört med arbetarna, att de upplever inte bara att internet är mycket viktigt för dem, utan också att internet har lett till ökade kontakter i yrkeslivet. 52 procent av tjänstemännen säger att kontakterna har ökat, och 65 procent av tjänstemännen i arbetsledande ställning, jämfört med 26 procent av arbetarna. ■

Flexibiliteten har visserligen ökat men skiljelinjen mellan arbete och fritid har för många också blivit mer otydlig.



Hur har svenskarnas syn på internet och demokrati utvecklats?

Diagram 9.1. Andel av befolkningen som instämmer (till stor del + helt och fullt) i en rad påståenden.

09

Synen på internet

Internet har idag för många blivit en del av vardagslivet både hemma och på arbetet. I genomsnitt har de svenska internetanvändarna använt internet i 14 år. Redan i slutet av 90-talet hade hälften av svenskarna skaffat sig tillgång till internet. Hur ser man på internet idag? Hur viktig har internet blivit och vilka förhoppningar knyter man till den nya kommunikationsteknologin?

Positivare syn på internets roll för demokratin

Under många år hade svenskarna en avvaktande och i många avseenden skeptisk syn på internet och dess möjligheter att förändra samhället. Denna skeptiska attityd skiljde svenskarna från invånarna i många andra länder. Det var ett förhållande som varade fram till 2009. Därefter har attityden blivit mer positiv och många fler instämmer idag i påståenden om att internet kommer att fördjupa demokratin.

År 2003 var det bara 6 procent som instämde i påståendet att internet kommer att medföra att människor kommer att få lättare att påverka regeringen. Idag är det 31 procent som instämmer. 11 procent höll med om att internet kommer att göra att människor kommer att få lättare att förstå politik. Idag är det 37 procent som håller med. En liknande utveckling har skett kring påståenden om att internet kommer att medföra att myndigheterna bryr sig mer om vad människor tycker och att människor kommer att få mer politisk makt.



Hur har bedömningen av olika mediers viktighet som informationskälla förändrats under 10 år?

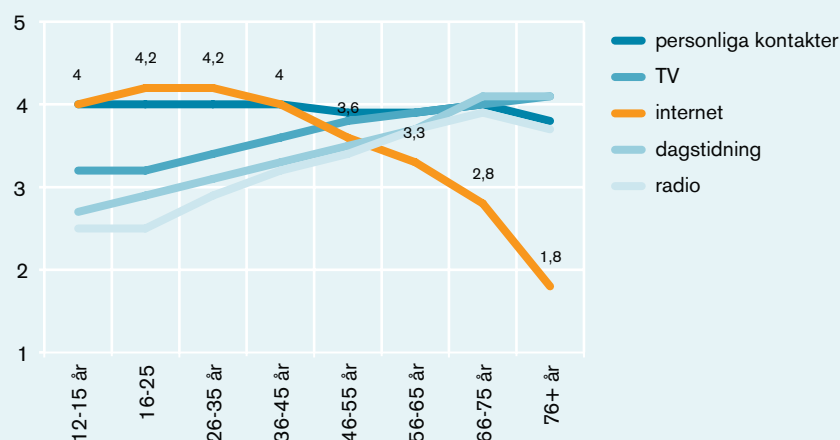
Diagram 9.2. Genomsnittlig bedömning i befolkningen år 2002 och 2012 av internets viktighet på en femgradig skala.

Internet har blivit allt viktigare som informationskälla men de traditionella mediernas viktighet består

För tio år sedan betraktades inte internet som någon viktig informationskälla. Inte ens bland de som använde sig av internet. Dagstidningen var fortfarande viktigast tillsammans med televisionen. Idag är televisionen fortfarande viktigast men internet har blivit lika viktig som informationskälla. Och dagstidningen och radion har visserligen tappat något i viktighet men finns fortfarande kvar på en hög nivå. Allra viktigast är dock fortfarande de personliga kontakterna, vilket kan tyckas paradoxalt i en allt mer medierad värld.

Bakom denna stabilitet på ytan döljer sig förändringar. Det gäller i första hand hos de unga (12-25 år). Hos dem har internets intåg kommit att spela en stor roll. Personliga kontakter och internet är betydligt viktigare som informationskällor än allt annat. Med ökad ålder blir de olika informationskällorna mer likvärdiga i betydelse. I medelåldern, 46-55 år, bedöms alla medier vara viktiga. Det gäller också bland pensionärerna, där televisionens, dagstidningens och

radions viktighet är större än i andra åldersgrupper. Undantaget gäller internet, som förlorar i betydelse ju äldre man blir och som har mycket liten betydelse som informationskälla bland de äldsta.



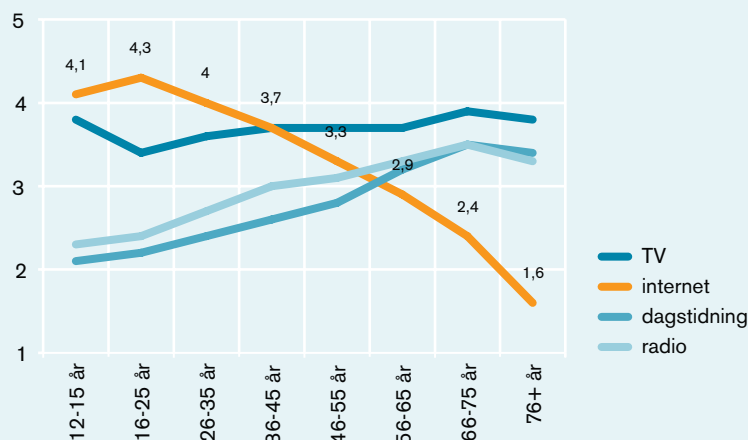
Olika mediers viktighet som informationskälla 2012

Diagram 9.3. Genomsnittlig bedömning i olika åldersgrupper i befolkningen av internets viktighet som informationskälla på en femgradig skala.



Hur har bedömningen av olika mediers viktighet som källa till underhållning förändrats under 10 år?

Diagram 9.4. Genomsnittlig bedömning i befolkningen år 2000 och 2012 av internets viktighet som underhållningskälla på en femgradig skala.



Olika mediers viktighet som underhållningskälla 2012

Diagram 9.5. Genomsnittlig bedömning i olika åldersgrupper i befolkningen av internets viktighet som underhållningskälla på en femgradig skala.

Internet har också blivit en viktig källa för underhållning

På underhållningssidan dominerade televisionen år 2000, för tolv år sedan, och gör så än idag. Internet har ökat i betydelse som källa för underhållning medan radion och dagstidningen har minskat något. Men fortfarande spelar de en viktig roll för de som är äldre än 35 år. Internet är den viktigaste underhållningskällan för de som yngre än 25 år, även om televisionen också är viktig. Däremot spelar radion och dagstidningen, i detta sammanhang, en undanskymd roll för ungdomar.

Känslan av att inte vara delaktig i informationssamhället kvarstår hos många

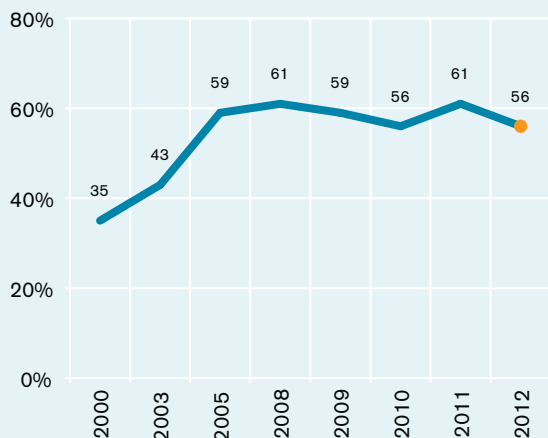
Detta hör också ihop med att de äldre inte känner någon större delaktighet med det framväxande "informationssamhället". Det är ett förhållande som inte förändrats under de senaste sju åren. Trots att allt fler har börjat använda internet dagligen är det många som inte känner sig hemma i "det nya informationssamhället". Det finns ett starkt samband mellan hur mycket tid man använder internet i hemmet och på arbetet med känslan av delaktighet. Ju mer man använder internet desto större är känslan av delaktighet i det nya informationssamhället.

Visserligen är delaktigheten som minst bland de äldre men även i åldrarna 16 till 45 år, där känslan av delaktighet är som störst, är det en fjärdedel som känner sig lite eller inte alls delaktiga. Från 56 år och uppåt utgör denna grupp som känner sig utanför en majoritet. Någon förändring har inte skett under de senaste åren och sannolikt kommer denna känsla av utanförskap att bestå.

Oron för internet både minskar och finns kvar

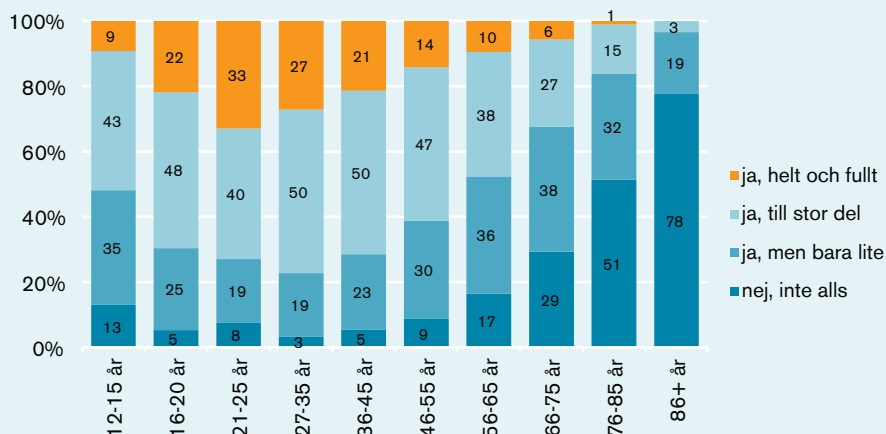
För tolv år sedan uttryckte många (57%) en oro för de ökade möjligheter till övervakning och kontroll som internet kan erbjuda (Svenskarna och Internet 2000). Det är en oro som har minskat väsentligt idag. Endast 11 procent av internetanvändarna uttrycker en oro för att regeringen skall kolla vad de gör på internet och endast 14 procent är oroadade att företag skall göra samma sak.

Däremot är fortfarande många oroadade för att barn har tillgång till innehåll på internet som är olämpligt. För tolv år sedan uttryckte 86 procent en oro över att sådant olämpligt innehåll var tillgängligt för barn. Idag är det 76 procent som uttrycker samma oro över vad som finns tillgängligt på internet. En oro som finns i alla åldersgrupper, men starkast i föräldrar-generationerna 36 till 65 år.



Känslan av delaktighet i det nya informationssamhället i befolkningen år 2000 – 2012.

Diagram 9.6. Andel i befolkningen som upplever att de till stor del eller helt och fullt känner sig delaktiga i det nya informationssamhället.



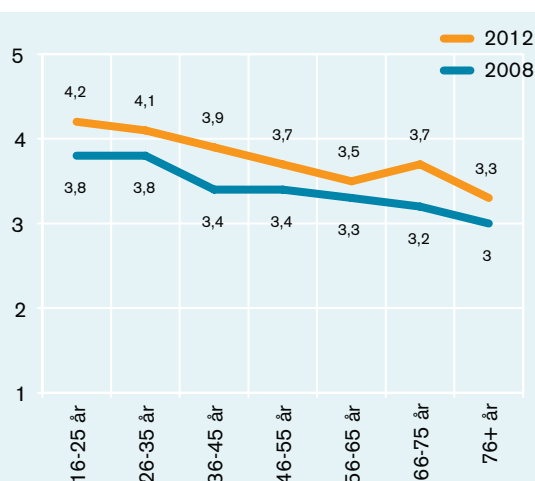
Hur varierar känslan av delaktighet mellan olika åldersgrupper?

Diagram 9.7. Andel i befolkningen som upplever att de i olika grad känner sig delaktiga i det nya informationssamhället.

Internet har blivit viktigare både för arbetet och för privatlivet.

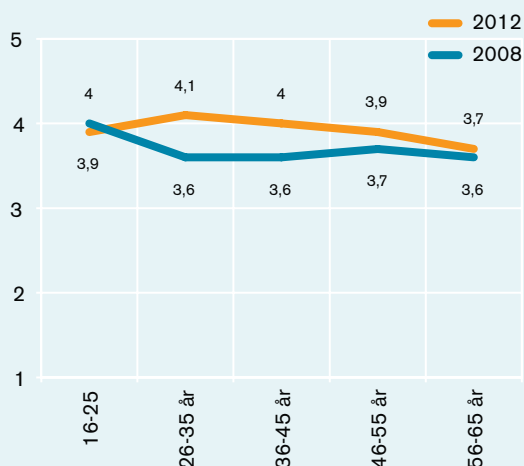
För de som använder internet har internet blivit till något viktigt både privat i vardagslivet och i skolan och på arbetet. Det gäller i genomsnitt för alla åldrar. Värdet 4 på den 5-gradiga skalan står för att internet bedömts vara viktigt. Unga ger internet högre värden än äldre men även de äldre internetanvändarna upplever internet som viktigt för dem. (9.8)

En jämförelse med 2008, fyra år tillbaka i tiden, visar att internet upplevs som viktigare idag. Det gäller genomgående för den privata användningen i alla åldrar och det gäller också i arbetslivet. Undantaget är studenter och skolorbete som 2008 upplevde att internet var lite viktigare för deras skolarbete då än vad det är idag. (9.9 nästa sida)



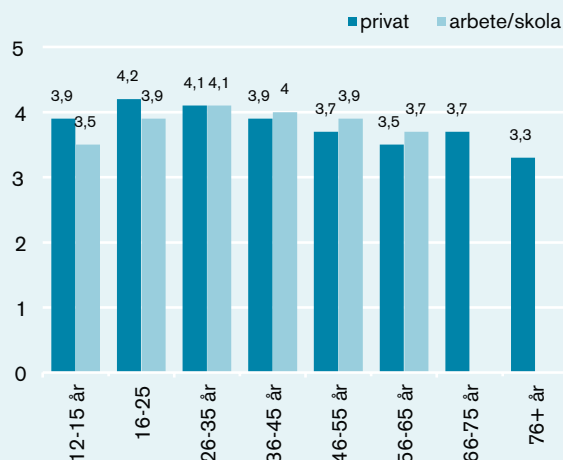
Har internets viktighet för privatlivet förändrats under de senaste fyra åren? En jämförelse 2008 – 2012.

Diagram 9.8. Genomsnittlig bedömning i olika åldersgrupper av internets viktighet privat i vardagslivet (5-gradig skala).



Hur viktigt är internet för arbetslivet i olika åldrar? En jämförelse 2008 – 2012.

Diagram 9.9. Genomsnittlig bedömning i olika åldersgrupper av internets viktighet för arbetslivet (5-gradig skala).



Hur viktigt är internet för privatliv respektive arbetsliv?

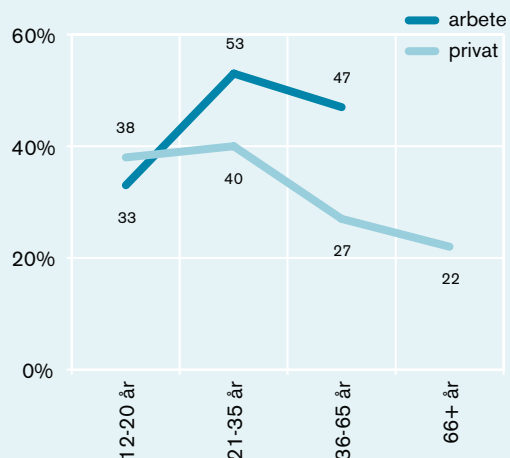
Diagram 9.10. Genomsnittlig bedömning på en femgradig skala av internets viktighet för privat- och arbetsliv.

För de unga, 12-25 år, spelar internet en viktigare roll privat än i skolan. 78 procent säger att internet är viktigt (39%) eller mycket viktigt (39%) för dem.

För de yrkesverksamma, 36-65 år, är internet något viktigare i arbetslivet än privat. Och här är det hälften (50%) som säger att internet är mycket viktigt för dem i deras arbete. En stor grupp av de yrkesverksamma ger sålunda internet en femma av fem möjliga, när de bedömer internets viktighet för dem i arbetslivet.

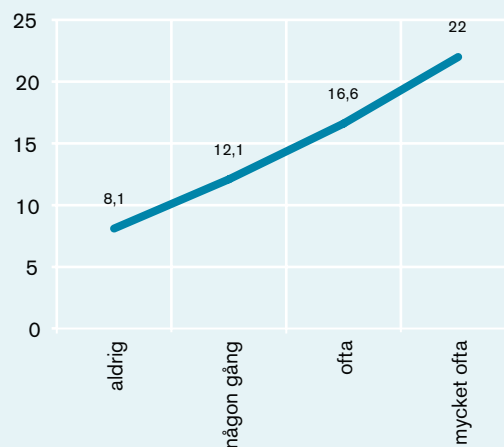
Det kan bli för mycket av internet

Den dagliga användningen av internet har spridit sig till en allt större del av befolkningen. Internet upplevs som viktigare både privat och i arbetslivet. Betyder det att också allt fler människor upplever ett slags beroende av internet? Att de tillbringar mer tid med internet än vad de egentligen skulle vilja? Under flera år har vi ställt frågan om de som använder internet upplever att de tillbringar alltför mycket tid med internet? Och det visar sig att en förändring är på gång. Det är fler (22%) idag än 2008 (14%) som upplever att de tillbringar för mycket tid med internet. Det kan knappast bedömas vara ett beroende i psykiatrisk mening, men en upplevelse att internet tar allt mer tid.



Var finns de som säger att internet är mycket viktigt?

Diagram 9.11. Andel av internetanvändarna i fyra åldersgrupper som säger att internet är mycket viktigt (5 på 5-gradig skala) för dem privat i vardagslivet och i arbetslivet.



Vad är internettiden (tim/vecka) hos de som upplever att de aldrig, någon gång, ofta eller mycket ofta, tillbringar för mycket tid på internet?

Diagram 9.12. Genomsnittlig internettid hemma (tim/vecka) hos de som upplever/inte upplever att de tillbringar för mycket tid med internet

Hälften av alla ungdomar upplever att de tillbringar för mycket tid med internet

Nästan hälften (40%) av alla i åldrarna 12-25 år säger att de ofta eller mycket ofta upplever att de tillbringar för mycket tid med internet. 13 procent säger mycket ofta.

Det finns här ett mycket starkt samband mellan upplevelsen av att tillbringa för mycket tid på internet och den verkliga internettiden. Genomsnittstiden för de som upplever detta mycket ofta är 22 timmar i veckan. Bland de yngre (12-35 år) som svarar "mycket ofta" är genomsnittstiden 30 timmar i veckan vilket motsvarar 4 timmar om dagen. ■

Hur ofta tillbringar du alltför mycket tid med internet?

	aldrig	någon gång	ofta	mycket ofta
2008	55%	30%	12%	2%
2012	44%	33%	16%	6%

Tabell 9.1. Andel av internetanvändarna (12+ år)

Internetutvecklingen kan delas in i tre faser. Den första inträffade i mitten på 90-talet då det blev möjligt att via telefonnätet koppla upp sig till internet. Denna inledande fas varade i tio år. Under den tiden skaffade sig en majoritet av svenskarna tillgång till internet.

Den andra fasen inleddes i mitten av 2000-talet i och med att bredbandsutbyggnaden tog fart. Bredbandet förändrade från och med 2005 användningen av internet i grunden. Ett innehåll som inte varit tillgängligt tidigare blev nu nåbart. Nya internettjänster introducerades. Tiden som ägnades åt internet fördubblades.

Den tredje fasen, som vi nu är mitt inne i, är den mobila fasen. Via smarta telefoner och surfplattor är internet nåbart överallt. Denna mobila fas inleddes med de bärbara datorerna men fick inte någon större spridning förrän de nya billigare smarta telefonerna kom 2011. Det är en utveckling som fortsatt i år med extra hjälp av surfplattorna. Här börjar det nu ske en omfördelning mellan plattformarna. Vissa internetaktiviteter passar bättre att göra via den smarta mobilen än via datorn och de kan lätt passas in i de luckor och pauser som hela tiden uppstår i de dagliga rutinerna.

Vi kan således tala om spridningsfasen, bredbandsfasen och den mobila fasen.

Efter en ständig uppgång år efter år har internetutvecklingen samtidigt gått in i en stabiliseringsfas. Det är många tecken som

tyder på det. De stora årliga ökningarna som kännetecknat internetutvecklingen är till stor del borta. Spridningen till nya grupper har nästan avstannat. Tiden som användarna ägnar sig åt internet ligger på ungefär samma nivå i år som förra året. Det gör också andelen som besöker sociala nätverk som Facebook, eller mikroblogger som Twitter. Detsamma gäller andelen som fildelar eller som ser på videowebsplatser som Youtube. I många avseenden ser det likadant ut idag som det gjorde för ett år sedan.

Andelen som läser nättidningar har legat på samma nivå de senaste åren liksom lyssnandet på webbradio. Däremot är det fler idag än tidigare som någon gång ser på video och webb-tv även om det dagliga tv-tittandet på nätet fortfarande bara ligger på någon procent.

Det är något fler som e-handlar och betalar räkningar via internet men fortfarande är det stora grupper bland de äldre som inte gör det. De har inte heller, liksom halva svenska folket, någon e-legitimation.

Ser vi däremot på vad som händer bland de unga är det där som det skett förändringar under det senaste året. Inte bland tonåringarna utan bland de ännu yngre, de i åldrarna 8-11 år som nyss börjat skolan. De använder internet mer i dag och aktiviteter som tidigare var vanliga bland äldre ungdomar börjar nu också bli vanliga bland de yngre, särskilt bland flickorna. Det

Avslutning

är en utveckling som pågått i flera år och som fortsätter. Internet kryper allt längre ner i åldrarna.

Den stora förändringen har dock skett i och med den kraftiga ökningen av mobilt internet. Genombrottet för de smarta telefonerna skedde redan förra året men det är en utveckling som fortsatt, särskilt bland de yngre. Där skedde mer än en fördubbling av användandet 2011 och sedan ytterligare en fördubbling under 2012. Här har Japan och länderna i sydostasien gått före men i jämförelse med USA är andelen med smarta telefoner idag större i Sverige (Pew 2012). Och till skillnad från Japan, där många endast har en mobil för att koppla upp sig på internet, är det mycket få i Sverige (1%) som inte också har en dator.

Över huvud taget har internet i Sverige mer kommit att spela rollen som ett komplement än som konkurrent. Det finns överlag ett positivt samband mellan traditionell medieanvändning och att ta del av traditionella medier på nätet. De som läser mycket pappers-morgontidningar tenderar att också läsa webbtidningar. Det gäller även televisionen som allt fler har upptäckt också finns på internet. Men det är mycket få som endast ser på tv via internet och 95 procent av svenska folket har fortfarande tillgång till en vanlig tv-apparat (Mediebarometer 2011).

Slår man ihop den tid som ägnas morgontidningar på papper och på internet under en vecka överstiger den

sammanlagda lästiden vad som var vanligt för tio år sedan. Detsamma gäller för tv-tittandet och kvällstidningsläsandet. Användningen av traditionella medier har på detta sätt ökat med internet. För kvällstidningarna har webbläsandet helt gått om papperstidningsläsandet, och många läser kvällstidningar bara på nätet. Där kan man tala om direkt konkurrens mellan plattformarna. Men kvällstidningarna utgör ett undantag. För morgontidningen dominerar fortfarande pappersversionen, även bland de unga, och för televisionen tv-apparaten om än i en plattare version än tidigare.

Med allt tal om smarta telefoner och surfplattor är det lätt att glömma att halva befolkningen inte har en smart telefon. Halva befolkningen är inte heller med i något socialt nätverk, och många som är med på Facebook statusuppdaterar aldrig. Men de använder internet och som de flesta som använder internet är de mycket nöjda med det. Två av tre i befolkningen använder åtminstone någon gång internet för att informera sig om kultur, vetenskap och litteratur. Åtta av tio använder internet för att slå upp ord och ännu fler söker efter fakta. Internet och internetanvändarna har mognat. ■

Referenser

Akamai (2012). First Quarter, 2012 State of the Internet Report.

Carlsson, U. (2012). Några inledande ord i spåren av tidigare utredningar om förändrade medielandskap, läsning och kulturpolitik. Ingår i U. Carlsson & J. Johannisson (red.), Läsarnas marknad, marknadens läsare. Nordicom, Göteborgs universitet.

CRL (2003). Internet Usage Trends in Japan. Tokyo: Communications Research Laboratory, The University of Tokyo.

Economist Intelligence Unit (2012). Full Speed Ahead. Government Broadband Report, Q1 2012.

Findahl, O. (2012). Barn och ungas medieanvändning i Internet-världen. Göteborg: Nordicom, Göteborgs universitet.

Findahl, O. (2011). Svenskarna och Internet 2011, Stockholm: .SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur).

Findahl, O. (2010). Svenskarna och Internet 2011, Stockholm: .SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur).

Findahl, O. (2009). Svenskarna och Internet 2011, Stockholm: .SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur).

Findahl, O. (2009). Is the Internet a competitor or a complement to the traditional media. In Cardoso, G., Cheong, A., & Cole, J. (eds.) World Wide Internet: Changing Societies, Economies and Cultures. University of Macao (July 2009).

Findahl, O. (2008). Svenskarna och Internet 2011, Stockholm: .SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur).

Findahl, O. (2006). Trends in downloading and filesharing of music. Deliverable 5, av Musiclessons: Broadband technologies transforming business models and challenging regulatory frameworks – lessons from the music industry. Stockholm: KTH. Update August 2006.

Höglund, L. (2012). Bokläsning i skiftet mellan traditionella och digitala medier. Ingår i U. Carlsson & J. Johannisson (red.), Läsarnas marknad, marknadens läsare. Nordicom, Göteborgs universitet.

Nordicom (2012) Mediebarometer 2011, Göteborg: Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet.

Nordicom (2011) Mediebarometer 2010, Göteborg: Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet

HUI (2012). E-barometern Q2 2012. Handelns utredningsinstitut.

Pew (2012). The rise of e-reading. Pew Internet & American Life Project.

Pew (2012). Our Smartphone Habits. Pew Research Center's Internet & American Life Project., Sep 17 2012

Selg, H. (2011). Om nya kontaktmönster i arbetslivet: Facebook, LinkedIn, Twitter. Department of Information Technology, Uppsala universitet.

World Economic Forum (2012). Network readiness index 2012.

WWW Foundation (2012). Webindex 2012. World Wide Web Foundation September 2012.

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 studien "Svenskarna och Internet", en panelstudie som omfattar 2000 telefonintervjuer baserat på ett slumpvis urval av befolkningen från 16 år och uppåt (före 2007 från 18 år). Från år 2010 är .SE huvudman för studien.

Telefonintervjuerna är omfattande och innehåller frågor om de intervjuades personernas bakgrundsdata, tillgång till teknik, användning av traditionella medier och framförallt attityder till och användning av Internet i olika former. Till föräldrar med hemmavarande barn mellan 3 och 13 år ställs frågor om barnens användning av Internet. Till ungdomar mellan 12 och 15 år ställs också frågor till deras föräldrar.

Svenskarna och Internet är den svenska delen av World Internet Project, ett internationellt forskningsprojekt med ett tjugotal länder, som följer Internets spridning och användning runt om i världen. 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 exakt lika formulerade i varje land för att skapa jämförbara resultat. Till de gemensamma frågorna har sedan varje land möjlighet att lägga till sina egna frågor. I den svenska

delen tillkommer drygt 200 nationella frågor, varav en del är permanenta medan andra är nya för att kunna följa Internets utveckling. År 2000 genomfördes de första panelstudierna i USA, Sverige, Italien och Singapore.

Vad är unikt med projektet?

Projektet är utformat som en panelstudie vilket ger möjlighet att följa enskilda människor under längre tid. De flesta andra Internetundersökningar är stickprovsundersökningar. Hela befolkningen, även de äldsta intervjuas. I många Internetundersökningar finns inte personer över 75 år med. Både användare och icke användare är med. Internet ses i ett mycket brett sammanhang. Både tillgång, användning och effekter studeras. Internationella jämförelser är möjliga.

Metodbeskrivning

Svenskarna och Internet

Svenskarna och Internet är upplagd efter en s.k. revolving panel design. Det innebär att grunden utgörs av en panel av människor som intervjuas år efter år. En del i panelen faller ifrån av olika skäl. De vill inte vara med längre, eller de har flyttat, bytt namn eller är av andra anledningar svåra att få tag på igen. Därför tillkommer ett nytt urval människor varje år som skall 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 skall vara representativt för befolkningen.

Metod

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 panelen konstant skall hålla ca 2000 personer. Vanligtvis måste ca 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 på ålder och kön för att säkerställa en jämn representativitet på dessa variabler.

51 procent män och 49 procent kvinnor
62 procent bor i stad och 37 procent på landsbygden

Sysselsättning (16+)	
Arbete	53%
Studerande	16%
Hemma med barn	2%
Arbetslös	3%
Sjukskriven/förtidspensionerad	3%
Pensionär	23%

Vuxenundersökning.

Svenskarna och Internet

Intervjuundersökning av ett urval av befolkningen 16+år (ingen övre gräns)
(Antal intervjuade: 2744)

Föräldrarundersökning.

Tilläggsfrågor i vuxenundersökningen till de föräldrar som har barn mellan 2-13 år, om barnens användning av mobil och Internet
(516 intervjuade föräldrar om 881 barn)

Ungdomsundersökning.

Intervjuundersökning av ett urval ungdomar mellan 12-15 år och deras föräldrar
(128 ungdomar och 128 föräldrar)

Urval 2012			Sv. Folkets Åldersfördelning enl SCB	
	Antal	Procent	Ålder	Procent
12-15 år	139	5%	12-15 år	6%
16-25 år	424	15%	16-25 år	15%
26-35 år	336	12%	26-35 år	14%
36-45 år	472	17%	36-45 år	16%
46-55 år	407	15%	46-55 år	15%
56-65 år	402	15%	56-65 år	15%
66-75 år	316	12%	66-75 år	11%
76+ år	242	9%	76+ år	9%
Totalt	2744	100%		100%

Diagram 1.3

	dagligen 2009	dagligen 2010	dagligen 2011	dagligen 2012
3-5 år	3%	12%	13%	16%
6-8 år	10%	14%	26%	32%
9-11 år	45%	46%	52%	64%
12-15 år	76%	81%	86%	90%
16-24 år	88%	92%	91%	92%
25-34 år	81%	90%	88%	90%
35-44 år	67%	79%	83%	85%
45-54 år	64%	67%	72%	75%
55-64 år	53%	57%	64%	66%
65-74 år	37%	43%	51%	47%
75- år	12%	16%	22%	20%

Diagram 3.2

	någon gång	minst någon gång	dagligen
2 år	40%	27%	16%
3 år	56%	28%	16%
4 år	60%	38%	15%
5 år	78%	41%	17%
6 år	80%	43%	27%
7 år	83%	59%	28%
8 år	90%	62%	42%
9 år	96%	61%	48%
10 år	99%	72%	69%
11 år	99%	81%	76%
12 år	99%	84%	80%
13 år	100%	87%	86%
14 år	100%	100%	90%
15 år	100%	100%	97%
16 år	100%	100%	100%
17 år	100%	100%	94%
18 år	100%	97%	97%
19 år	100%	98%	95%
20 år	100%	96%	93%
21 år	100%	100%	98%

Diagram 1.1

	dator	internet	bredband
1995	25%	2%	
1996	27%	5%	
1997	30%	10%	
1998	40%	15%	
1999	55%	30%	
2000	62%	51%	3%
2001	65%	53%	9%
2002	67%	56%	15%
2003	74%	65%	23%
2004	75%	68%	27%
2005	79%	72%	43%
2006	82%	75%	54%
2007	84%	78%	65%
2008	86%	81%	75%
2009	86%	83%	78%
2010	88%	85%	84%
2011	89%	88%	85%
2012	89%	88%	85%

Diagram 1.9

	2009	2011	2012
12-15 år	12,6	13,8	17,0
16-24 år	16	18,4	19,0
25-34 år	12	14,5	13,6
35-44 år	8,5	10,3	10,1
45-54 år	8,1	10	9,1
55-64 år	7,1	7,8	7,6
65-74 år	7,7	7,8	8,3
75- år	6	8,7	6,2

Diagram 5.5

	befolkningen	män	kvinnor
2004	8,0%		
2007	15,3%	21,9%	8,7%
2008	19,1%	27,0%	11,5%
2009	17,6%	23,5%	11,9%
2010	20,0%	28,9%	10,3%
2011	21,0%	31,0%	11,0%
2012	21,0%	29,0%	11,0%

Diagram 8.1

	arbetare	lägre tjänstemän	högre tjänstemän
1995	1%	4%	10%
1996	3%	11%	22%
1997	7%	23%	35%
1998	23%	43%	55%
1999	40%	60%	72%
2000	45%	74%	85%
2001	52%	80%	86%
2002	59%	82%	88%
2003	66%	84%	90%
2004	72%	85%	92%
2005	76%	89%	94%
2006	80%	93%	96%
2007	84%	94%	97%
2008	88%	95%	98%
2009	91%	96%	99%
2010	93%	97%	99%
2011	95%	98%	100%
2012	96%	99%	100%

Tabeller

Diagram 9.1

	2003	2007	2009	2011	2012
Människor kommer att få lättare att påverka regeringen	11%	18%	19%	31%	37%
Människor kommer att få lättare att förstå politik	6%	9%	13%	21%	31%
Myndigheterna bryr sig mer om vad människor tycker	5%	8%	15%	18%	25%
Människor kommer att få mer politisk makt	6%	10%	9%	16%	22%

Diagram 9.3

	2002	2009	2010	2012
Personliga kontakter			4	4
TV	3,7	3,8	3,9	3,6
Internet	2,6	3,2	3,4	3,6
Dagstidningen	3,8	3,6	3,6	3,4
Radion	3,5	3,4	3,5	3,3

Diagram 9.5

	TV	internet	dagstidning	radio
12-15 år	3,8	4,1	2,1	2,3
16-25 år	3,4	4,3	2,2	2,4
26-35 år	3,6	4	2,4	2,7
36-45 år	3,7	3,7	2,6	3
46-55 år	3,7	3,3	2,8	3,1
56-65 år	3,7	2,9	3,2	3,3
66-75 år	3,9	2,4	3,5	3,5
76+ år	3,8	1,6	3,4	3,3

Index

abonnemang	30, 31	MMS	17, 20
appar	7, 36	mobila uppkopplingar	8
arbeta hemma	47	mobilt internet	6, 24, 25
arbetare	46, 49	morgontidning	40, 42, 44
arbete	10, 46, 47, 49, 54	musik	30-32, 36
bankkontor	7, 38, 39	mörkertal	13
barn	18, 26, 27, 52	pensionär	10, 36
beroende	55	radio	40, 42, 43, 51
betala räkningar	7, 34, 38	skola	10
blogga	3, 15, 20, 21, 22	skolbarn	18, 19
bredband	8	slå upp ord	17, 57
böcker	40	smart mobil	9, 19-21, 26-28, 35, 56
dator	8, 9	SMS	17, 21, 22
delaktighet	52, 53	småbarnsföräldrar	18
demokrati	50	socialt nätverk	14-17, 22, 25
e-bok	40, 41	spel	17, 20
e-legitimation	6, 37, 56	spelkonsol	9
e-post	14, 15, 25	Spotify	6
Facebook	16, 46, 47	stationär dator	9
fildelning	17, 32	statusuppdatering	16, 17
flickor/pojkar	20-22	surfplatta	6, 8, 9, 19, 20, 25-28
funktionshinder	12	synproblem	12
geotaggar	29	sällan-användare	12
humor	15, 17	söka fakta	15, 17, 25
hälsoinformation	15	telefon	6, 16
icke-användare	12	tidningsläsning	41, 44, 57
informationskälla	51	tjänstemän	46, 48, 49
inkomst	28, 28, 39	traditionella medier	44, 51, 57
instant messaging	14, 15	TV	25, 40, 43, 51, 57
internationell jämförelse	13	Twitter	3, 15, 17, 47
internetaktiviteter	15-17	underhållning	51, 52
internetanvändning	8-10, 15, 19	unga	10, 11, 17, 18, 44, 46, 55
internetbank	39	urval	61
ip-telefoni	17	utanför	11
kreditkort	34	varför inte?	12
kultur	15, 57	video	30, 31
kvinnor/män	11, 21, 26, 29	viktighet	48, 51, 53-55
kvällstidning	40, 42, 44	Wikipedia	15
Linkedin	15, 47	äldre	11, 35, 37
metod	61		



.SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur) ansvarar för Internets svenska toppdomän, .se. Kärnverksamheten är registrering av domännamn samt administration och teknisk drift av det nationella domännamnsregistret, samtidigt som .SE verkar för en positiv utveckling av Internet i Sverige. Överskottet från registreringen av domännamn finansierar projekt som bidrar till Internets utveckling i Sverige. .SE satsar intensivt på att vara en aktiv forsknings- och utvecklingsfinansiär och -aktör inom Internetutveckling.

En viktig del i arbetet med utveckling av Internet i Sverige är att ta fram relevant information om hur nätet förändrar samhället och människors liv. Många känner sig kallade att tolka och peka ut faror och möjligheter. För att förstå hur Internets tillväxt påverkar oss alla behövs tillgång till rapporter, undersökningar och analyser från tillförlitliga källor. Därför samlar och presenterar .SE sådant material på webbplatsen Internetstatistik.se. Vi tar även fram den här årliga rapporten om svenskarnas Internetvanor.

"Svenskarna och Internet" är idag Sveriges viktigaste individundersökning om Internetanvändning. Rapporten ges ut årligen i samband med konferensen Internetdagarna i oktober–november. Utöver den här rapporten, som är den mest omfattande och uppmärksammade, ger vi även ut fördjupande rapporter på olika teman, till exempel "Unga och Internet 2009" och "Äldre svenskar och Internet 2010".

Rapporten görs i samarbete med World Internet Institute och har sammanställts årligen sedan år 2000. Det ger en unik möjlighet att visa på hur utvecklingen ser ut över tid. .SE är även delaktiga i ett internationellt samarbete via World Internet Project, vilket bland annat ger oss möjlighet att jämföra våra data med övriga 30 medlemsländers.

Rapporterna är kostnadsfria och finns att beställa i tryckt format eller går att läsa online eller ladda ned som pdf på webbplatserna **[www. internetstatistik.se](http://www.internetstatistik.se)** och **www.iis.se**

.se