Svenskarna och internet 2020

www.svenskarnaochinternet.se

INTERNET STIFTELSEN

Innehåll

Inledning		3–6
Kapitel 1	Internetanvändande och digital skärmtid	7–18
Kapitel 2	Arbeta hemifrån	19–35
Kapitel 3	Digitala vårdtjänster	36–43
Kapitel 4	E-handel och digitala betalningslösningar	44–55
Kapitel 5	Digital integritet och nätbedrägerier	56–72
Kapitel 6	Mediekonsumtion – Titta, lyssna och läsa	73–101
Kapitel 7	Sociala medier	102–126
Kapitel 8	Digitala kommunikationstjänster	127–143
Kapitel 9	Digital utbildning	144–156
Kapitel 10	Digitala beteenden	157–174
Fakta om Svenskarna och internet 2020		175–180

Det digitala livet under coronapandemin

I Sverige år 2020 har digitaliseringen fått visa vad den går för, och internet har varit en ovärderlig hjälp under pandemin. Tack vare nätet har vi kunnat hålla kontakten under social distansering, handla mat och uppleva kulturella evenemang utan smittorisk. Vi har jobbat och studerat på distans, men det digitala livet har inte varit lika för alla.

Under år 2020 har coronaviruset påverkat alla aspekter av våra liv. För att bromsa smittspridningen har sociala evenemang ställts in, affärer har begränsat antalet besökare, sommarfestivaler har tagit paus och bröllopsfester skjutits på framtiden. Arbetsplatser har skickat hem sina anställda och många skolor har på kort tid övergått till distansundervisning, och äldreboenden har infört besöksförbud. Vi har blivit uppmanade att begränsa våra sociala kontakter, och inte alls träffa äldre familjemedlemmar och andra som tillhör en riskgrupp.

För många svenskar har internet då varit ett sätt att behålla kontakten med nära och kära, liksom en möjlighet att handla mat utan att behöva gå till livsmedelsbutiken. Jobbmöten och lektioner har skett via videosamtal över nätet, operaföreställningar och konserter i webbläsaren och samspråk mellan kollegor via chatt. Digitaliseringen av samhället är inget nytt, men under pandemin har de digitala verktygen och internets möjligheter verkligen satts på prov.

En unik undersökning i en unik tid

Årets upplaga av *Svenskarna och internet* är därför speciell. I vanliga fall följer vi svenskarnas internetanvändande och samhällets digitalisering över ett år, där intervjuer utförs i årets första kvartal. I år har vi för första gången någonsin kompletterat undersökningen med ännu en datainsamling, i årets tredje kvartal. Det gör att vi kan jämföra hur situationen såg ut precis före och i början av coronapandemin med läget efter sommaren. Detta har gett oss en unik möjlighet att mäta vilken effekt som pandemin har på svenskarnas digitala liv.

Många av frågorna i undersökningen har besvarats vid tre mätpunkter, nämligen 2019 som jämförs med 2020 Q1 (kvartal 1) och 2020 Q3 (kvartal 3).

Vi har dessutom ställt en del nya frågor i kvartal 3, som blivit aktuella i och med pandemin. Bland annat undersöker vi hur svenska internetanvändare upplevt att arbeta hemifrån och att ha distansundervisning över nätet. Vi ställer också frågor om olika sociala aktiviteter, och vilka digitala beteenden man vill ta med sig efter att pandemin är över.

För första gången har vi i år också begränsat vår undersökning till Sveriges internetanvändare. I årets första kvartal ställde vi frågor också till den del av befolkningen som inte använder internet, och dessa lyfte vi i en särskild delrapport som släpptes tidigare i år. Resultaten från kvartal 1 visade att 96 procent av Sveriges befolkning använder internet, och i den här rapporten kan vi konstatera att ännu fler har blivit internetanvändare under pandemin.

Pensionärerna tar plats i det digitala

Under året har media pratat om en chockdigitalisering av samhället som en följd av coronapandemin. När vi tittar på resultaten från vår undersökning kan vi se att det på många sätt har skett en snabb och omfattande digitalisering, där många internetanvändare börjat använda digitala tjänster mer frekvent än tidigare, eller testat dem för första gången.

Framförallt äldre har tagit klivet ut på internet, och börjat använda sociala medier mer än tidigare, e-handlat och haft videosamtal med släktingar och vänner. Pensionärerna har också använt digitala vårdtjänster mer under pandemin, och det gäller särskilt de allra äldsta. Av de internetanvändare som är 76 år eller äldre har nära 7 av 10 nyttjat någon digital vårdtjänst.

Vi kan också se att de äldre känner sig mer sociala av den ökade skärmtiden, och att de överlag är positivt inställda till digitaliseringens möjligheter.

Att arbeta hemma fungerar bra, tycker de flesta

Att arbeta hemifrån heltid har mer än tiofaldigats under pandemin, och en stor majoritet av de hemarbetande svenskarna tycker att det har fungerat bra. De flesta som arbetat hemifrån under pandemin vill fortsätta göra det även i framtiden, åtminstone en del av sin arbetstid.

Vi kan se att det främst är tjänstemännen som haft möjlighet att arbeta hemifrån under pandemin, medan arbetare i högre grad har fortsatt att åka till jobbet, och därmed också behållit fler av sina gamla shoppingvanor.

Videosamtal har varit ett avgörande verktyg för hemarbetaren, och många av dem har också deltagit i en digital after work med kompisar eller kollegor.

Studerande mindre nöjda med distansundervisning

De studerande i vår undersökning är till största delen unga mellan 16 och 25 år. När vi tar del av deras svar kan vi se att distansundervisning inte har fungerat lika bra som distansarbete. Var tredje studerande tycker att distansundervisning

innebär en högre arbetsbörda, och en majoritet av de som studerar på högskola föredrar undervisning i ett fysiskt klassrum. Många gymnasieelever tycker att det egna lärandet blir lidande av distansundervisning, och att det har blivit lättare att fuska på prov.

Studerande har dessutom blivit mer negativa till den ökade användningen av digitala skärmar under pandemin. De känner sig utanför socialt när skärmtiden ökar, och tycker i större utsträckning att både de själva och deras närstående spenderar för mycket tid framför skärmen på fritiden.

Internet har hållit måttet

Sammantaget ser vi här bilden av ett Sverige där digitaliseringen har satts på prov, och till stora delar hållit måttet. Internet har under pandemin inneburit möjligheter, även om det digitala livet inte varit lika för alla. Vi kan se att framförallt de yngre har ett socialt behov som möten via Zoom och chattappar inte har kunnat tillfredsställa. De äldre – åtminstone de som använder internet – har varit mer positiva och på många områden kommit ikapp de yngre åldersgrupperna. Bland de arbetande har internet gjort att hemarbete kunnat fungera, om än inte för alla.

Fler höjdpunkter från rapporten

I Svenskarna och internet 2020 tar vi också en titt på hur användningen av olika digitala tjänster ser ut, och hur svenskarnas beteende på nätet har förändrats. I stora drag följer utvecklingen en tidigare trend, men i många fall har den påskyndats under pandemin.

Digitala medietjänster fortsätter att växa, och traditionella medier så som tv, radio och pappersdagstidningar minskar. Tv-kanalernas olika playtjänster har nu gått om det traditionella tv-tittandet, och även allt fler äldre använder strömmande videotjänster. För att lyssna är strömmande musiktjänster som Spotify mest populärt, men också poddlyssnandet fortsätter att öka.

Användningen av sociala medier som exempelvis Facebook, Instagram, Snapchat och Tiktok har ökat, och nu nyttjar nära 9 av 10 internetanvändare sociala medier. Även den dagliga användningen har ökat stadigt under pandemin.

Samtidigt kan vi se att allt fler internetanvändare känner sig övervakade på internet, och likaså ökar oron för att den digitala integriteten ska kränkas av storföretag eller myndigheter. Det har också under pandemin blivit svårare att avgöra om information på nätet är sann eller falsk.

Sociala aktiviteter online har blivit mer aktuellt. Många har via nätet haft en digital familjeträff, medan betydligt färre har deltagit digitalt på ett bröllop, dop eller annan högtid. Däremot har många använt internet för att uppleva kulturevenemang som sänds live.

Under pandemin har också näthandeln ökat – dels för att många har börjat handla mer frekvent, men också för att många testat att handla mat och andra varor på nätet för första gången. När vi frågar om vilka beteenden som

internetanvändarna vill ta med sig efter pandemin är näthandeln just ett sådant. Många – särskilt de äldre – vill också fortsätta ta del av livesända kulturevenemang på internet.

Om Internetstiftelsen och Svenskarna och internet

Internetstiftelsen är en oberoende, affärsdriven och allmännyttig organisation. Vi verkar för ett internet som bidrar positivt till människan och samhället. Vi ansvarar för internets svenska toppdomän .se och sköter drift och administration av toppdomänen .nu. Intäkterna från affärsverksamheten finansierar en rad satsningar i syfte att möjliggöra att människor kan nyttja internet på bästa sätt, och stimulera kunskapsdelning och innovation med inriktning på internet.

Med den här undersökningen, Svenskarna och internet, vill vi bidra med fakta och insikter om hur användningen av internet i Sverige utvecklas. Vi vill ge förutsättningar till att digitaliseringen av det svenska samhället och näringslivet sker på välinformerad grund.

Mer info om undersökningen finns att läsa om i *Fakta om Svenskarna och internet*.

Fler pensionärer har börjat använda internet, och de är mer positiva till digital skärmtid

Vi har frågat Sveriges internetanvändare om de börjat använda internet mer under coronapandemin, vad de tycker om sin egen och andras skärmtid och andra frågor om internetanvändning.

Coronapandemin har påverkat det mesta i våra liv, och den digitala sfären har blivit allt viktigare för både socialt umgänge, arbete och studier. I årets rapport fokuserar vi enbart på de som är internetanvändare – vilket är de allra flesta svenskar. Vi kan konstatera att dessa blivit ännu några fler från årets första kvartal till det tredje. Närmare en tredjedel uppger dessutom att de börjat använda internet ännu mer under pandemin än de gjort tidigare. Bara två procent svarar att de börjat använda internet mindre, och då beror det oftast på en förändrad arbetssituation. Jämsides med att internetanvändningen ökat kan vi också se att missnöjet med den tid som spenderas framför en digital skärm på fritiden har brett ut sig. Nära hälften svarar nu också att de vaknar på natten och tittar på sin mobiltelefon.

Vi ser dessutom att de äldre tagit en större plats på den digitala arenan än tidigare – de flesta nya internetanvändare är 76 år eller äldre. Pensionärer är också den grupp där flest känner sig mer sociala av att spendera tid framför en digital skärm, och de är överlag mest positiva till ökad skärmtid. Studenter däremot är visserligen de mest frekventa internetanvändarna, men också de som blivit mest negativa till skärmtid och de som i högre utsträckning känner sig utanför socialt av ökad skärmtid.

Innehåll kapitel 1

Internetanvändande

1.1 1 procent av dagens internetanvändare använde inte internet före coronapandemin
1.2 Var tredje internetanvändare har börjat använda internet mer under pandemin
1.3 Gymnasieelever är de mest frekventa internetanvändarna, men de flesta nya är 76 år eller äldre

Digital skärmtid

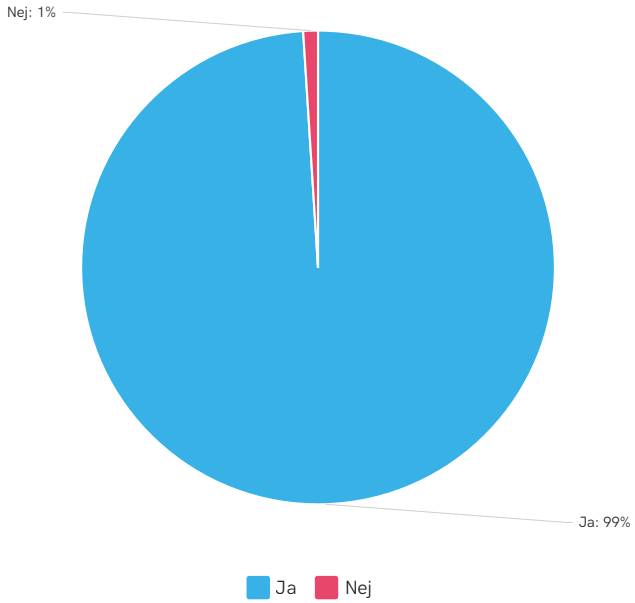
1.4 Missnöjet med både andras och egen digital skärmtid har ökat under pandemin
1.5 Kvinnor mer missnöjda med andras och sin egen digitala skärmtid, men männens missnöje har ökat mest
1.6 Allt fler tittar på sin mobiltelefon under natten
1.7 Digital skärmtid får pensionärer att känna sig mer sociala – men tvärtom för de studerande
1.8 1 av 5 internetanvändare har ändrat uppfattning om digital skärmtid under pandemin
1.9 Nära 2 av 5 studenter har ändrat uppfattning om digital skärmtid under pandemin och är mer negativa än andra

Internetanvändande

1 procent av dagens internetanvändare använde inte internet före coronapandemin

När vi i årets tredje kvartal (Q3) frågade internetanvändarna svarade 1 procent att de inte använde internet före coronapandemin. Sverige har alltså fått nya internetanvändare.

Diagram 1.1 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använde internet innan coronapandemin, år 2020 Q3.

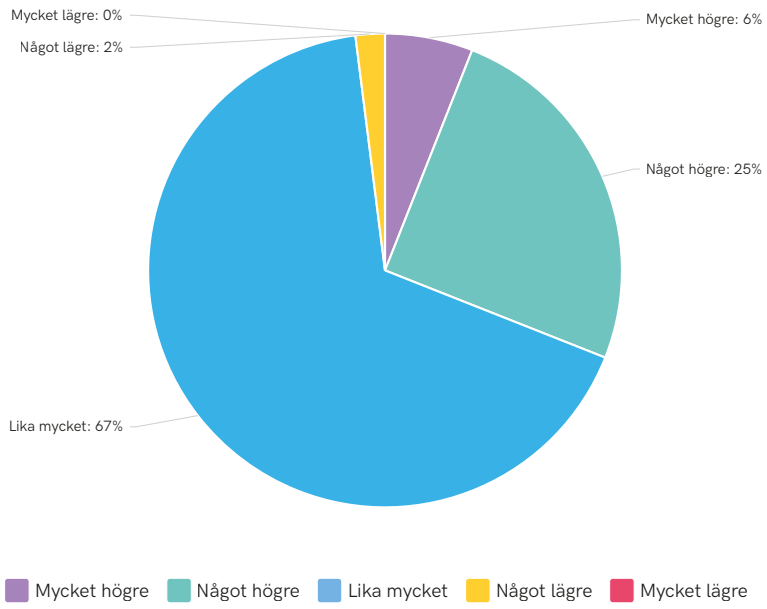


Skälen dessa nya användare uppger till att ha börjat använda internet handlar huvudsakligen om de utmaningar som pandemin medfört, men utan att gå in på detaljer. Vi ska titta närmare på denna lilla grupp nya internetanvändare i *diagram 1.3*.

Var tredje internetanvändare har börjat använda internet mer under pandemin

Nära en tredjedel (31 procent) av internetanvändarna anger att de börjat använda internet i högre utsträckning under coronapandemin än tidigare. Det är också 6 procent som anger att de börjat använda internet i mycket högre utsträckning.

Diagram 1.2 Andel av befolkningen (16+ år), Börjat använda internet i högre eller lägre utsträckning under coronapandemin, år 2020 Q3.

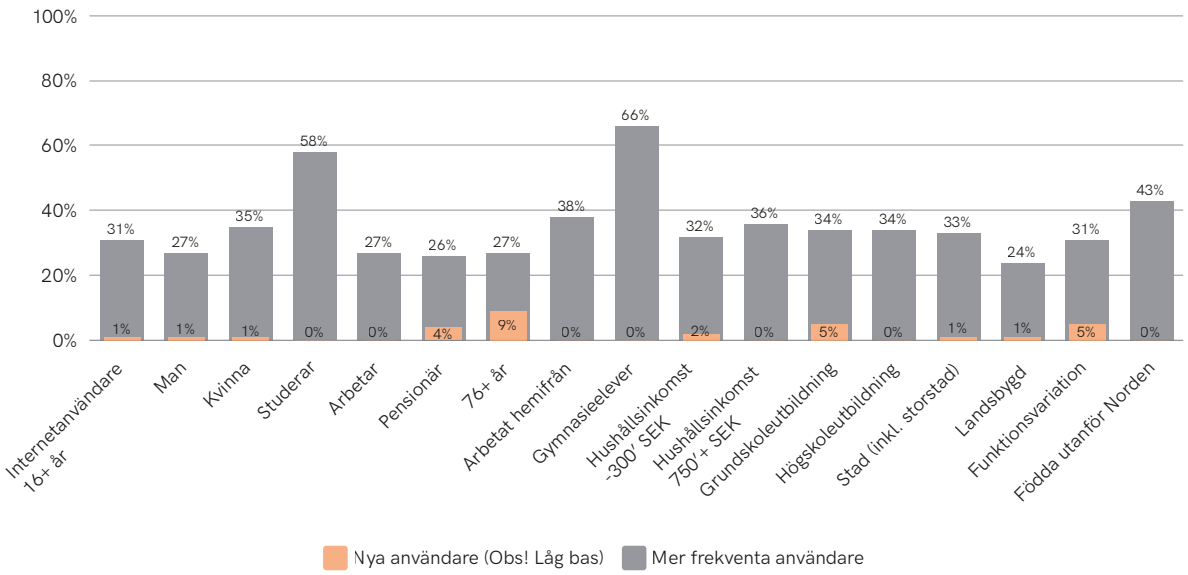


Endast 2 procent av de tillfrågade uppger att de börjat använda internet i lägre utsträckning under pandemin än innan. Skälen de anger för detta varierar, men flera personer svarar att de gjort ett medvetet val att dra ned på sociala medier för att ”försöka leva i den riktiga världen”. Några anger depression som orsak till en följd av isolering och ensamhet, andra att de varit ute i naturen mer. Flera svarar också att de blivit av med jobbet eller blivit permitterade, med mindre internetanvändning på arbetet som följd. Några svarar att de jobbat mer – bland annat inom vården – och inte hunnit surfa.

Gymnasieelever är de mest frekventa internetanvändarna, men de flesta nya är 76 år eller äldre

Om vi jämför de nya internetanvändarna – alltså de som har börjat använda internet efter att coronapandemin bröt ut, med de befintliga internetanvändare som börjat använda internet i högre utsträckning ser vi flera demografiska och socioekonomiska skillnader.

Diagram 1.3 Andel av internetanvändarna (16+ år), Jämförelse mellan nya användare och mer frekventa användare, Bakgrundsprofil, år 2020 Q3, Obs! Låg bas för nya användare.



De som blivit nya internetanvändare under pandemin består i synnerhet av de äldsta i befolkningen, de som är 76 år eller äldre. Även personer med endast grundskoleutbildning sticker ut något i den här gruppen, vilket också är vanligare i de högre åldrarna. Något fler personer med en funktionsvariation har också börjat använda internet under pandemin. När det gäller nya internetanvändare är det dock viktigt att understryka att det handlar om en låg bas, och att felmarginalerna därför är höga.

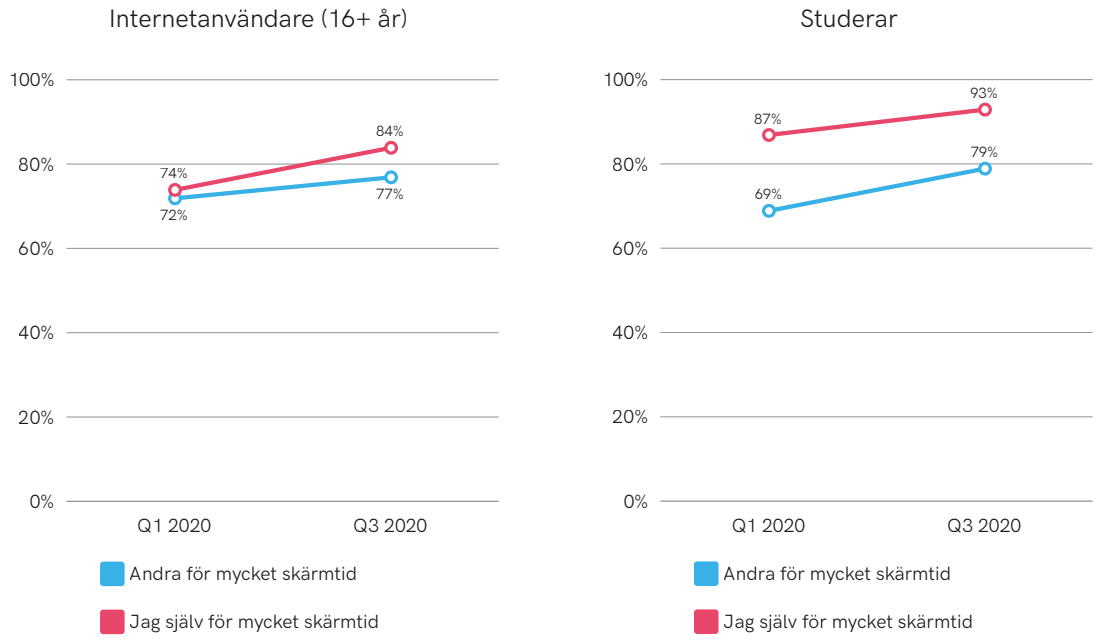
Av de som börjat använda internet i högre utsträckning under coronapandemin framträder tre grupper: de studerande med 58 procent (varav gymnasieelever hela 66%), de födda utanför Norden (43%) och slutligen de som arbetat hemifrån (38%).

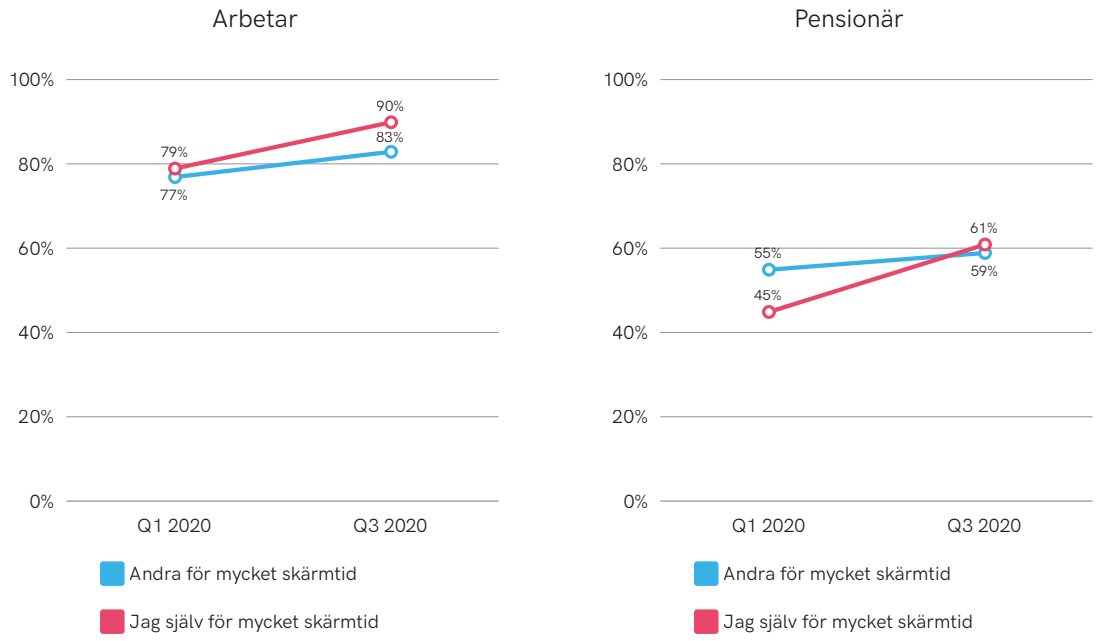
Digital skärmtid

Missnöjet med båda andras och sin egen digitala skärmtid har ökat under pandemin

Hur missnöjda är internetanvändarna med den tid de själva och andra spenderar framför en digital skärm på sin fritid? Med denna fråga avses den tid som tillbringas framför olika typer av digitala skärmar så som dator, surfplatta och mobiltelefon, men alltså inte tv.

Diagram 1.4 Andel av internetanvändarna (16+ år), Upplever att nära och kära (andra) och jag själv tillbringar för mycket tid framför en digital skärm på fritiden, Sysselsättning, år 2020 Q1–Q3.





När vi ställde frågan under årets första kvartal (Q1) ansåg drygt 7 av 10 av internetanvändarna att både de själva och andra tillbringade för mycket tid framför en digital skärm på fritiden. I Q3 har motsvarande siffra vuxit till runt 8 av 10.

Missnöjet med den egna skärmtiden är större än missnöjet med andras, både totalt sett och fördelat på sysselsättning. Mest missnöjda är de studerande (93%) och arbetande (90%), där alltså 9 av 10 är missnöjda med hur mycket tid de tillbringar framför en digital skärm på sin fritid.

Missnöjet med den egna skärmtiden bland de arbetande har ökat med 11 procentenheter, från 79 procent i Q1 till 90 procent i Q3.

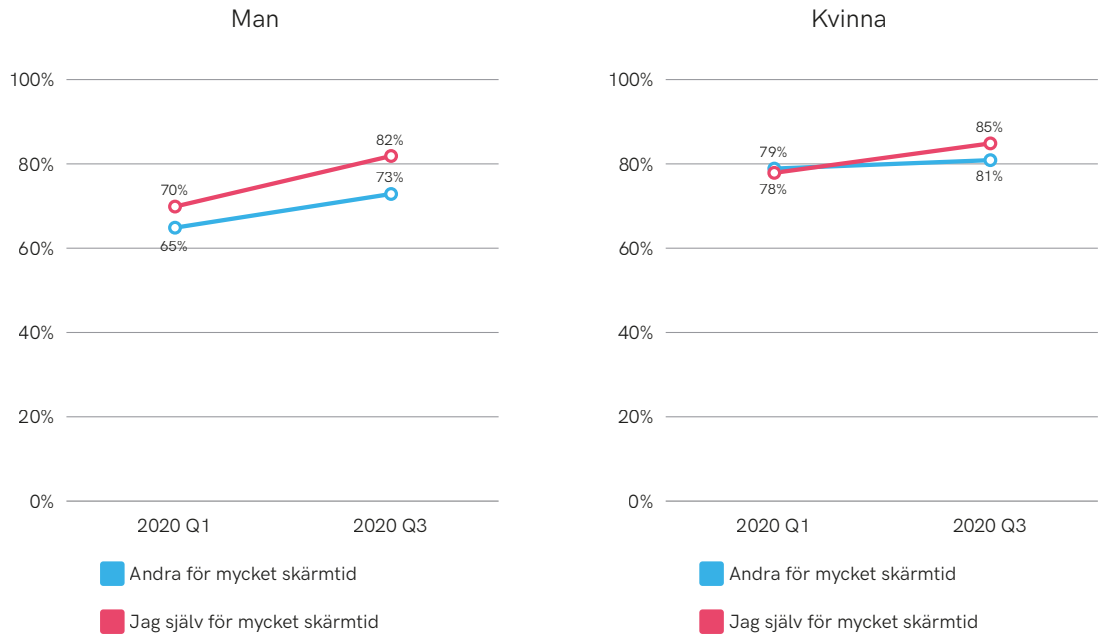
Bland pensionärer är endast 6 av 10 (61%) missnöjda med den egna skärmtiden, även om det har ökat mycket sedan Q1 med 16 procentenheter, från 45 procent.

Mest missnöjda med andras skärmtid i Q3 är de arbetande med 83 procent, vilket är en ökning med 6 procentenheter från Q1. Tätt därefter kommer studenterna med 79 procent, vilket är en ökning med hela 10 procentenheter från Q1. Pensionärerna är de som är minst missnöjda med andras skärmtid i Q3 (59%), och missnöjet har ökat endast med 4 procentenheter från Q1.

Kvinnor mer missnöjda med andras och sin egen digitala skärmtid, men männens missnöje har ökat mest

När vi fördelar de tillfrågade på män och kvinnor kan vi se att drygt 8 av 10 kvinnor känner sig missnöjda med både sin egen (85%) och andras (81%) digitala skärmtid i Q3. Det är en ökning på 3 respektive 7 procentenheter från Q1.

Diagram 1.5 Andel av internetanvändarna (16+ år), Upplever att nära och kära (andra) och jag själv tillbringar för mycket tid framför en digital skärm på fritiden, Kön, år 2020 Q1-Q3.

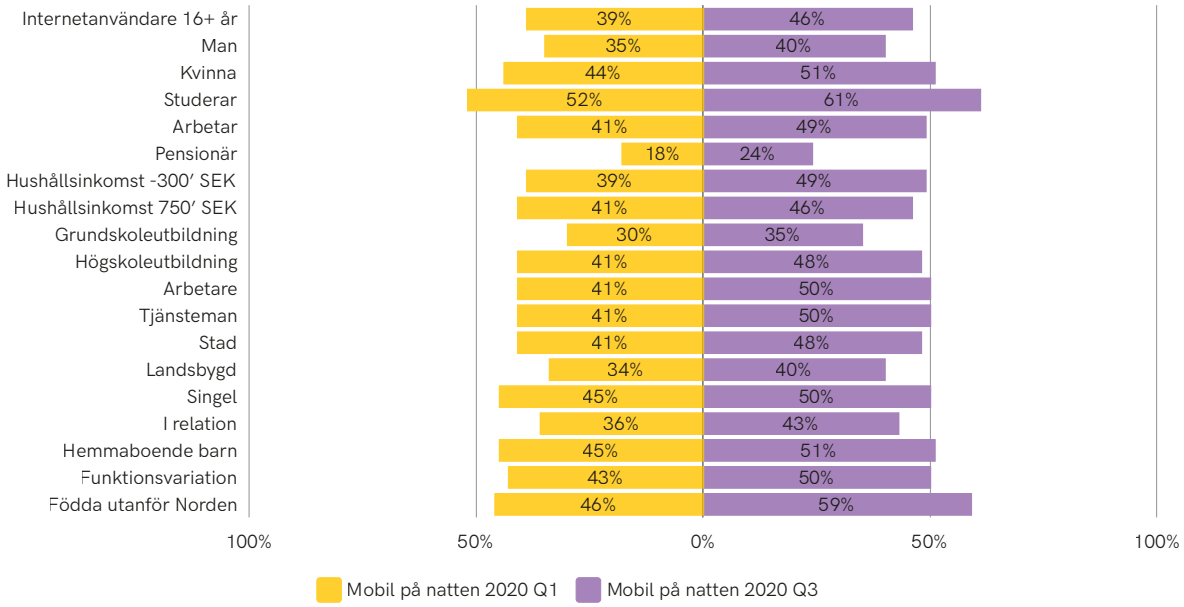


Kvinnor är mer missnöjda än män med all digital skärmtid, men männens missnöje har däremot ökat runt dubbelt så mycket som kvinnornas från Q1 till Q3. Ökningen ligger på 12-13 procentenheter för såväl missnöjet kring den egna digitala skärmtiden (70% i Q1, 82% i Q3) som missnöjet med andras skärmtid (60% i Q1, 73% i Q3).

Allt fler tittar på sin mobiltelefon under natten

Nära hälften (46%) svarar i Q3 att de vaknat på natten och tittat på sin mobiltelefon. Det är en ökning på 7 procentenheter från Q1 (39%).

Diagram 1.6 Andel av internetanvändarna (16+ år), Jämförelse 2020 Q1 vs Q3, Vaknar på natten och tittar på mobilen, Bakgrundsprofil, år 2020 Q1-Q3.



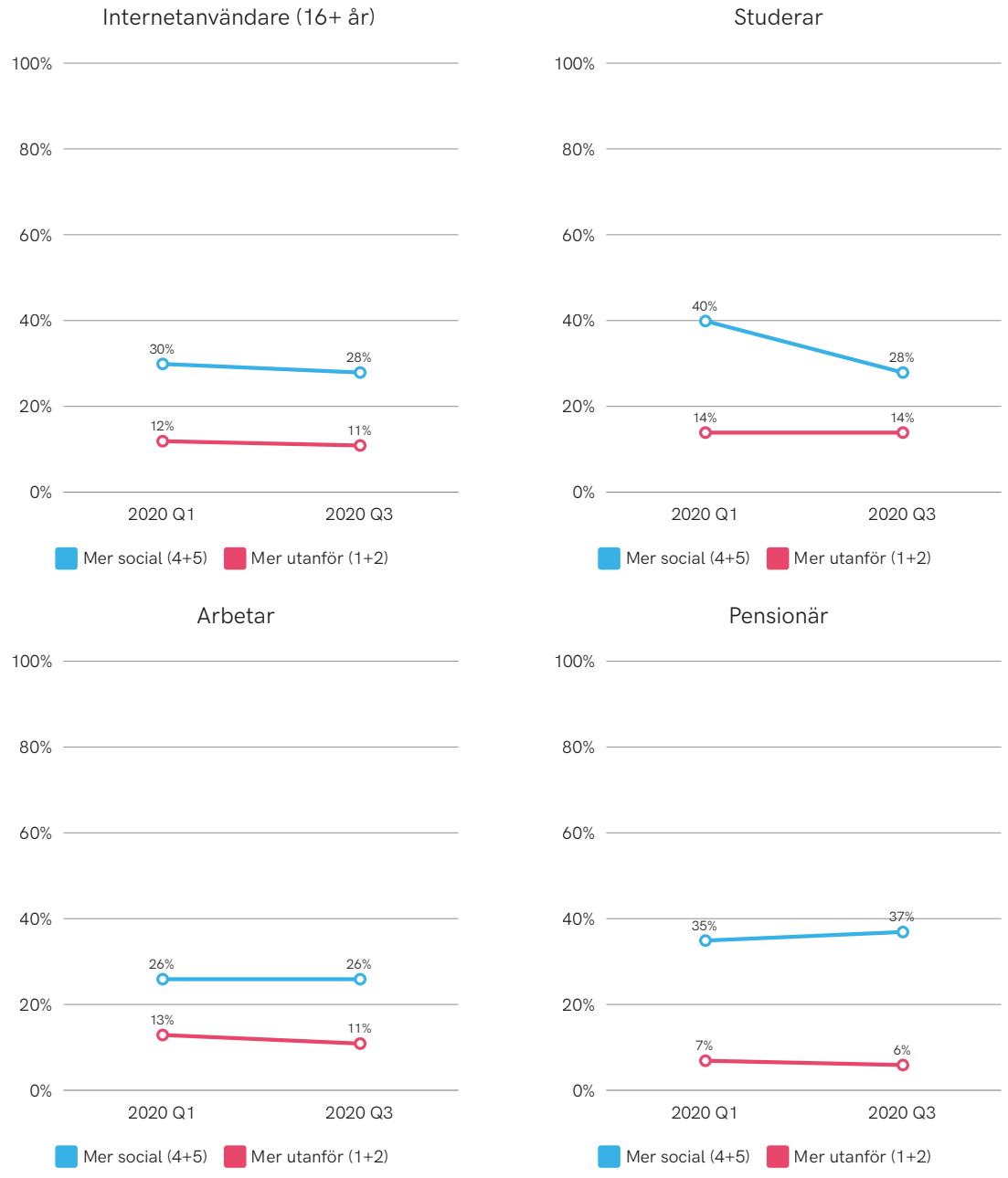
Att titta på sin mobiltelefon om natten har ökat brett demografiskt och socioekonomiskt, men två grupper sticker ut, nämligen studerande och personer födda utanför Norden. När vi ställde frågan i Q1 tittade 52 procent av de studerande på sin mobiltelefon under natten, vilket i Q3 har ökat till hela 61 procent. Bland personer födda utanför Norden svarade 46 procent i Q1 att de tittar på sin mobiltelefon nattetid. Detta har ökat till 59 procent i Q3.

Vi kan också se att kvinnor är mer benägna än män att titta på sin mobil om natten, stadsbor mer än de som bor på landsbygden och singlar mer än de i en relation. Mer om detta och andra nedbrytningar av denna data går att hitta i *tabellfilen*.

Digital skärmtid får pensionärer att känna sig mer sociala – men tvärtom för de studerande

Tiden som spenderas framför en digital skärm har under pandemin inte fått internetanvändarna att känna sig mer sociala. Tvärtom har den känslan minskat något – från 30 procent i Q1 till 28 procent i Q3.

Diagram 1.7 Andel av internetanvändarna (16+ år), Känner sig mer social eller mer utanför av sin digitala skärmtid, Skala 1-5 1=Känner mig mycket mer utanför 5=Känner mig mycket mer social, Sysselsättning, år 2020 Q1–Q3.



Det största tappet har skett hos studenterna, som i Q1 var den grupp fördelat på sysselsättning som kände sig mest sociala (40%) av skärmtid. I Q3 har den siffran gått ned med hela 12 procentenheter till 28 procent. Det innebär att studenterna har blivit omsprungna av pensionärerna där 37 procent svarar att de känner sig mer sociala av skärmtid. I synnerhet gäller detta de allra äldsta på 76 år och äldre, där hela 42 procent känner sig mer sociala.

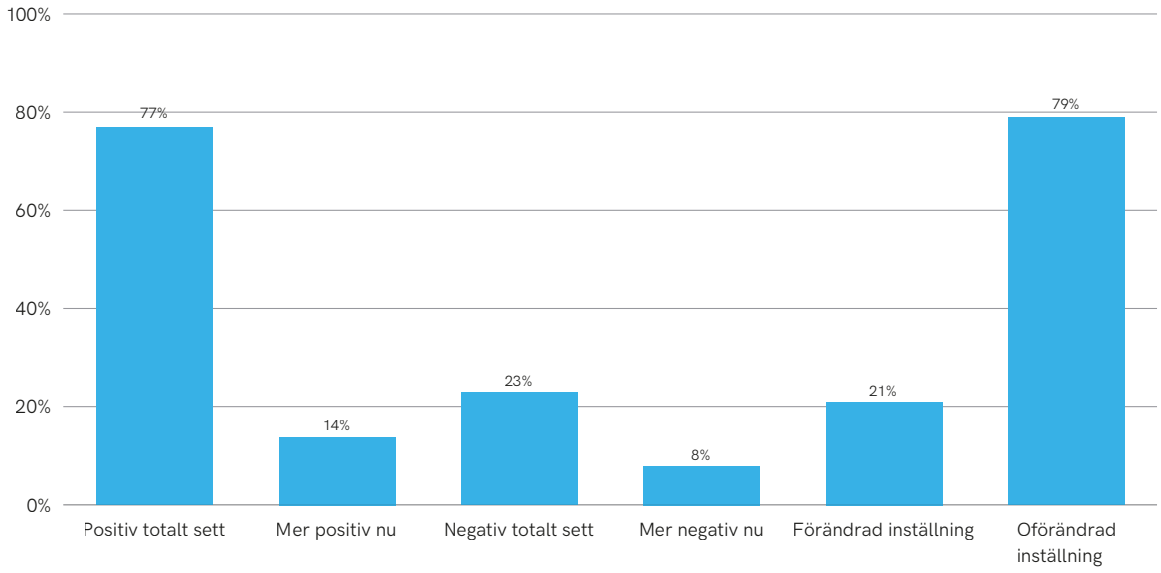
Pensionärerna är också den grupp som i lägst utsträckning svarar att de känner sig mer utanför av digital skärmtid. Kanske har de äldsta mer än andra haft nytta av de sociala möjligheter internet har att erbjuda, då de under pandemin räknats som en riskgrupp och i många fall varit fysiskt isolerade.

När det gäller känslan av att vara social av skärmtid har pandemin haft minst inverkan på de arbetande. Här är siffran 26 procent både i Q1 och Q3, vilket dock är lägre än både studerande och pensionärer i båda kvartalen.

1 av 5 internetanvändare har ändrat uppfattning om digital skärmtid under pandemin

Totalt har 21 procent av Sveriges internetanvändare ändrat uppfattning om digital skärmtid under coronapandemin. 14 procent svarar att de blivit mer positiva, och 8 procent att de blivit mer negativa.

Diagram 1.8 Andel av internetanvändarna (16+ år), Inställning till digital skärmtid under coronapandemin, år 2020 Q3.



Det är fler kvinnor (26%) än män (17%) som ändrat inställning när det gäller skärmtid. Det är också fler personer födda utanför Norden (33%) som ändrat inställning. Både för kvinnor och utlandsfödda har förändringen gått åt båda hållen

– det vill säga några har blivit mer positiva och andra mer negativa. Generellt sett är män något mer positiva än kvinnor till skärmtid.

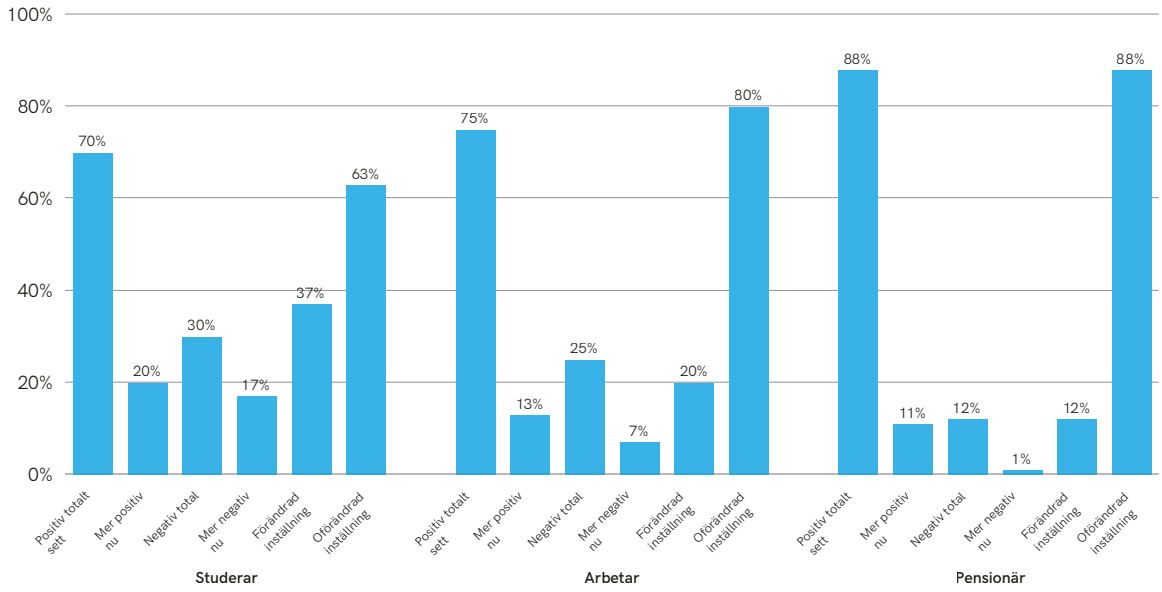
Sammantaget uppger 77 procent av internetanvändarna att de är positiva till skärmtid och 23 procent att de är negativa.

Nära 2 av 5 studenter har ändrat uppfattning om digital skärmtid under pandemin och är mer negativa än andra

Sett till sysselsättning är det i synnerhet de studerande (37%) som ändrat inställning till digital skärmtid under pandemin. De har gjort det i högre grad än både arbetande (20%) och pensionärer (12%).

De studerande är också de som är mest negativa till skärmtid, nämligen 30 procent. Pensionärerna däremot är de som i störst utsträckning uppger att de är mest positiva till skärmtid – 88 procent.

Diagram 1.9 Andel av internetanvändarna (16+ år), Inställning till digital skärmtid under coronapandemin, Sysselsättning, år 2020 Q3.



Arbete hemifrån heltid har mer än tiofaldigats, och de flesta upplever att det fungerar bra

Vi har frågat Sveriges internetanvändare hur deras arbetssituation har påverkats under coronapandemin, om de har arbetat hemifrån, i vilken utsträckning och hur arbetet har fungerat.

När coronaviruset fick stor spridning världen över valde många länder att genomföra en mer eller mindre total nedstängning av samhället. I Sverige vidtogs inte sådana åtgärder, men befolkningen uppmanades till social distansering och flera andra begränsningar för att bromsa smittspridningen genomfördes. Folkhälsomyndigheten gick ut med rekommendationen[1] att arbetsgivare skulle uppmana sina anställda att om möjligt arbeta hemifrån från och med den 16 mars. Detta gällde i synnerhet Stockholmsregionen där smittspridningen var som störst, men skedde på bred front över hela landet. I det här kapitlet har vi frågat arbetande internetanvändare i vilken omfattning de brukade arbeta hemifrån innan pandemin, och hur mycket de börjat göra det under.

Med "arbeta hemifrån" avses arbete från hemmet, sommarstuga eller annan plats som inte är arbetsrelaterad. Vi har också frågat hur de själva upplever att hemarbetet har fungerat, om de kunnat genomföra sina arbetsuppgifter och huruvida de har arbetat en annan mängd timmar från ”hemmakontoret”. Dessutom frågar vi i vilken grad de deltagit i videomöten, hur dessa har fungerat och om de skulle vilja fortsätta jobba hela eller delar av sin arbetstid hemifrån när pandemin är över.

Innehåll kapitel 2

Arbeta hemifrån

2.1 Att arbeta hemifrån heltid har mer än tiofaldigats under pandemin
2.2 Hälften av de som arbetat hemifrån under pandemin saknade tidigare erfarenhet av hemarbete
2.3 Två tredjedelar av tjänstemännen har arbetat hemifrån minst någon gång under pandemin – jämfört med en dryg tredjedel före pandemin
2.4 8 av 10 av de som arbetat hemifrån under pandemin tycker att det har fungerat bra
2.5 2 av 10 av de som jobbat hemma under pandemin anger att de har arbetat fler arbetstimmar än tidigare

2.6 8 av 10 av de som arbetat hemifrån under pandemin har kunnat genomföra majoriteten av sina arbetsuppgifter hemma
2.7 Drygt 9 av 10 som arbetat hemifrån har haft digitala videomöten under pandemin
2.8 Nästan 9 av 10 som arbetat hemifrån och haft digitala videomöten anser att de har fungerat bra
2.9 9 av 10 som arbetat hemma under pandemin vill fortsätta göra det i framtiden
2.10 Nära 3 av 4 av de som arbetat hemifrån upplever att deras arbetsgivare stöttat dem att upprätthålla informationssäkerheten

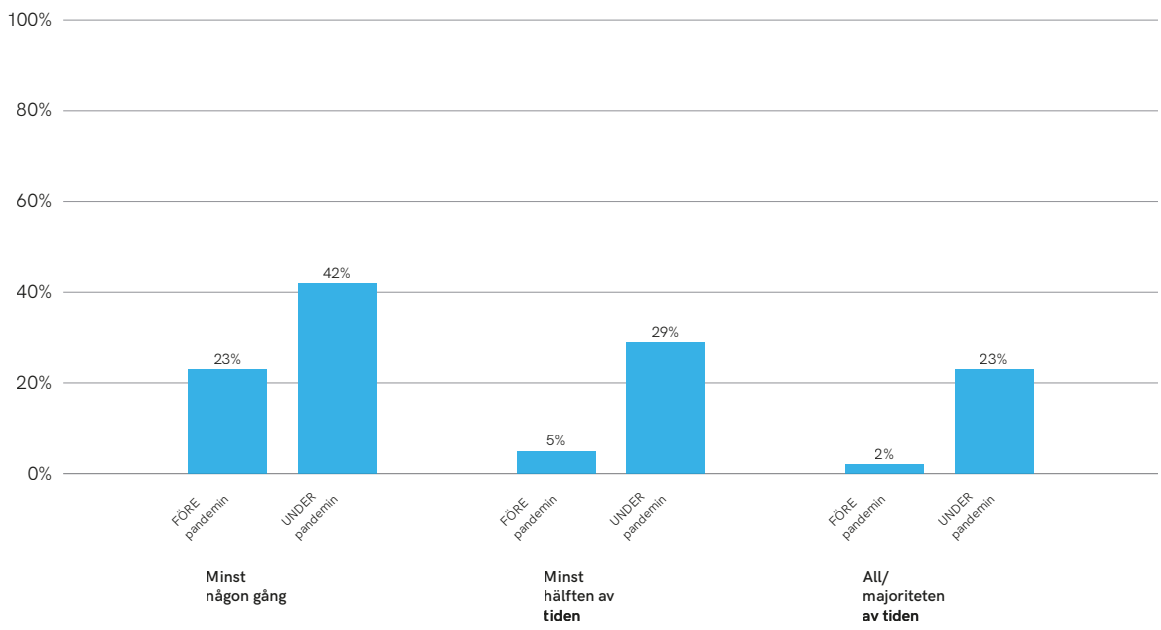
Intervju
Andreas Ivarsson, 36 år

Arbeta hemifrån

Att arbeta hemifrån heltid har mer än tiofaldigats under pandemin

Totalt sett är det bara 2 procent av de arbetande som svarar att de arbetade hemifrån på heltid eller majoriteten av sin tid innan pandemin. Under pandemin har den andelen ökat till hela 23 procent, alltså mer än en tiofaldig ökning.

Diagram 2.1 Andel av internetanvändarna (16+ år) som arbetar, Har arbetat hemifrån före respektive under pandemin, år 2020 Q3.



Innan pandemin bröt ut var det 5 procent som arbetade hemifrån ungefär hälften av sin tid. Under pandemin blev siffran sex gånger högre – 29 procent.

23 procent svarade att de arbetade hemifrån åtminstone någon gång då och då före pandemin. Den siffran har nästan dubblerats under pandemin till 42 procent.

Vi ställde även denna fråga till de i kvartal 3 som angivit att de i svarande stund var arbetssökande, sjukskrivna och föräldralediga för att fånga upp om även de arbetat hemifrån under pandemin. Slår vi samman deras svar med de som arbetar blir skillnaden mycket liten: 40 procent har då arbetat hemifrån under pandemin minst någon gång, 28 procent minst hälften av tiden och 22 procent all tid eller majoriteten av tiden.

Vi ska granska de hemarbetande i mer detalj i *diagram 2.3*. Först ska vi jämföra två grupper bland de arbetande som jobbat hemifrån under pandemin – nämligen de som gjort det tidigare och de som inte gjort det tidigare.

Hälften av de som arbetat hemifrån under pandemin saknade tidigare erfarenhet av hemarbete

I dessa diagram ska vi jämföra två grupper arbetande som jobbat hemifrån under pandemin. Dels de som redan innan pandemin arbetat hemifrån, minst någon gång, och dels de som inte gjort det tidigare och alltså inte har någon erfarenhet av det.

De som har tidigare erfarenhet av hemarbete utgör ungefär en fjärdedel av de arbetande totalt sett, och de som saknar tidigare erfarenhet utgör tre fjärdedelar. Av de som arbetade hemifrån under pandemin hade ungefär hälften tidigare erfarenhet.

Diagram 2.2.1 Andel av internetanvändarna (16+ år) som arbetar, Andel som arbetat hemifrån FÖRE pandemin / Andel som arbetat hemifrån UNDER pandemin med eller utan erfarenhet från hemarbetet tidigare, år 2020 Q3.

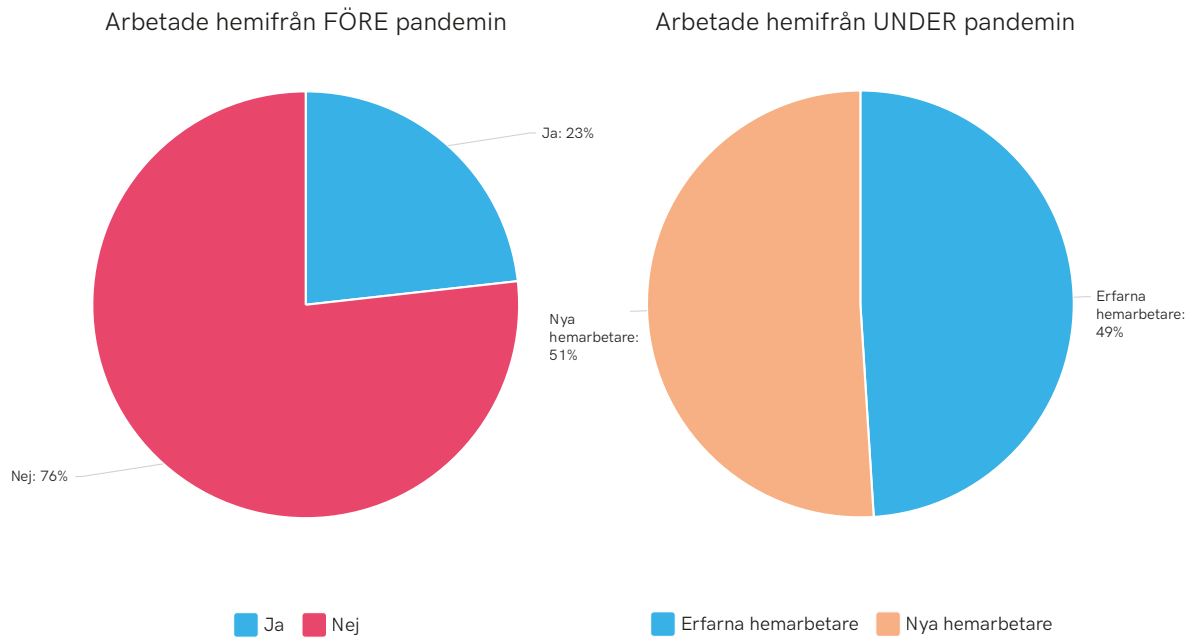
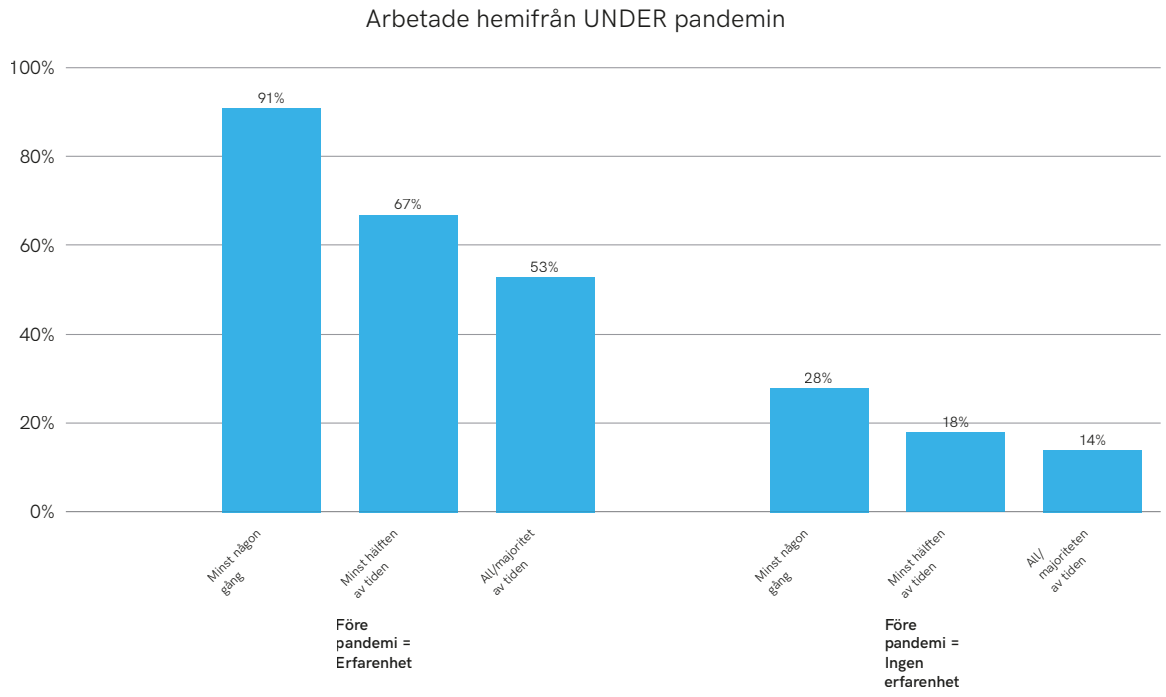


Diagram 2.2.2 Andel av internetanvändarna (16+ år) som arbetar, Har arbetat hemifrån under pandemin, år 2020 Q3.



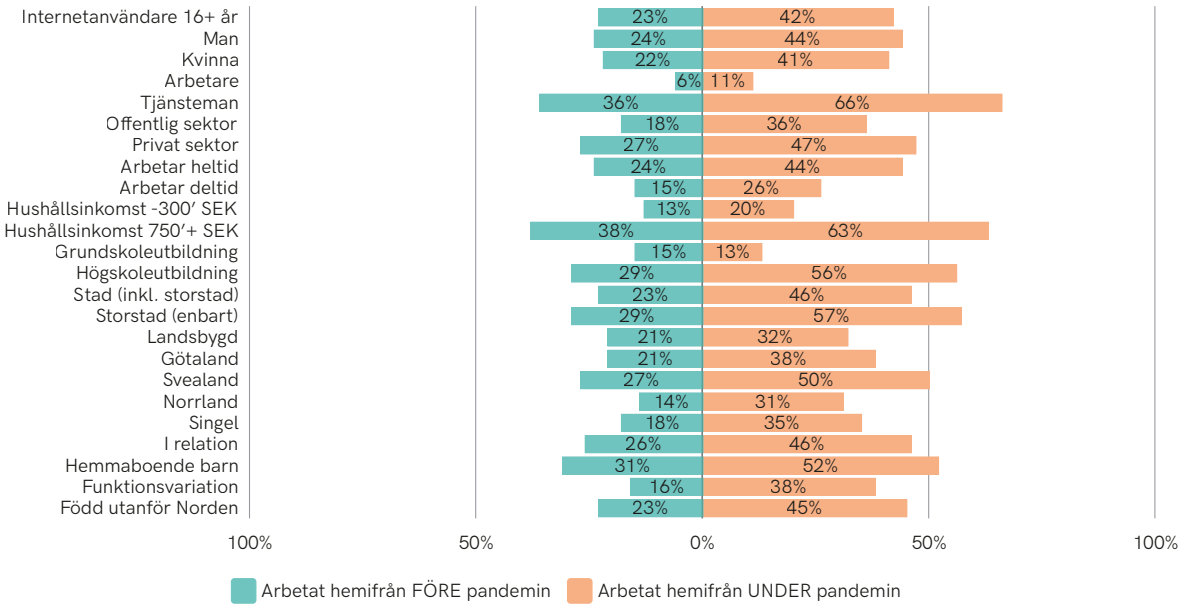
Av de erfarna som arbetat hemifrån minst någon gång före pandemin började hela 9 av 10 att arbeta hemifrån under pandemin. Två tredjedelar arbetade hemifrån minst hälften av tiden och drygt hälften (53%) minst någon gång.
Bland de som inte arbetat hemifrån tidigare började närmare 3 av 10 (28%) arbeta hemifrån minst någon gång. Nära 2 av 10 började arbeta hemifrån minst hälften av tiden, och mer än 1 av 10 arbetade hemifrån all eller majoriteten av tiden. Anledningarna till att man inte börjat arbeta hemifrån kan vara många men mest sannolikt är att man har en yrkesroll inom vården, hantverk eller liknande som gör att det är omöjligt att utföra arbetet hemifrån.

Föga förvånande kan vi alltså konstatera att andelen arbetande svenskar som jobbar hemma har ökat stort under pandemin, och att den del av arbetstiden som sker i hemmet har blivit större. Vad denna stora omställning kommer att leda till på lång sikt, och hur permanent den visar sig vara, är frågor för framtiden. Hur de arbetande själva anser att det digitala hemmakontoret har fungerat kommer vi däremot titta på i *diagram 2.4*.

Två tredjedelar av tjänstemännen har arbetat hemifrån minst någon gång under pandemin – jämfört med en dryg tredjedel före pandemin

I några grupper har mer än hälften arbetat hemifrån under pandemin, nämligen tjänstemän, de som bor i höginkomsthushåll, de som är högskoleutbildade, de som bor i en storstad och de som har hemmaboende barn.

Diagram 2.3 Andel av internetanvändarna (16+ år) som arbetar, Arbetat hemifrån före pandemin vs arbetat hemifrån under pandemin, Bakgrundsprofil, år 2020 Q3. Obs! De med enbart grundskoleutbildning utgörs av en lägre bas med högre felmarginaler.



Tjänstemännen tillhör de som redan före pandemin arbetade hemifrån i högre utsträckning än genomsnittet. Andelen som arbetar hemma har nu ökat från en dryg tredjedel före till två tredjedelar under pandemin – det är en ökning med 30 procentenheter. Olika typer av jobb har givetvis olika förutsättningar att utföras i hemmet, och tjänstemännen står här i kontrast till arbetarna, där endast 6 procent svarar att de arbetade hemifrån före pandemin. Under pandemin har siffran gått upp något, men bara till 11 procent.

När vi jämför de som jobbar inom privat sektor med offentlig sektor kan vi se att det redan innan pandemin var vanligare att arbeta hemma inom den privata sektorn – 27 procent. Under pandemin har den siffran gått upp med 20 procentenheter till 47 procent.

I den offentliga sektorn svarade 18 procent att de arbetade hemifrån innan pandemin, och 36 procent att de gör det under pandemin. Det innebär en ökning med 18 procentenheter – en nästan lika stor ökning som inom den privata sektorn.

Personer som bor i ett höginkomsthushåll (det vill säga där hushållets årsinkomst är 750 000 kronor eller mer) sticker också ut när det gäller hemarbete, i stor

kontrast till de som bor i låginkomsthushåll. Hela 63 procent av de som bor i höginkomsthushåll arbetar hemifrån under pandemin, vilket är en ökning med 25 procentenheter. Av personer i låginkomsthushåll svarar endast 20 procent att de jobbar hemifrån under pandemin, en mer blygsam ökning på 7 procentenheter.

En annan stor faktor är utbildning, där 56 procent – mer än hälften – av högskoleutbildade svarar att de arbetar hemifrån under pandemin. Bland de som enbart har grundskoleutbildning däremot, är det bara drygt 1 av 10 som gör det. Obs! De med enbart grundskoleutbildning utgörs dock av en lägre bas med högre felmarginaler.

Vi kan också konstatera att arbete hemifrån är mer ett stadsfenomen än något som sker på landsbygden. Särskilt gäller detta storstäderna, där hemarbetet ökade med 28 procentenheter till 57 procent under pandemin. På landsbygden ökade det endast med 11 procentenheter till 32 procent.

Det tål också att påpekas att de grupper som i högre utsträckning jobbar hemifrån också sammanfaller med varandra. Högutbildade är i högre grad också boende i höginkomsthushåll, lever i storstäder och jobbar i högre grad inom privat sektor. Tidigare i år kunde vi se att faktorer som utbildning och inkomst hade stor påverkan på hur självständiga människor var i sina digitala liv, och nu kan vi konstatera att samma sak verkar gälla för vilka möjligheter man har att jobba hemifrån. Detta stämmer också väl överens med de slutsatser som kommit fram i en rapport från CES[1], Centrum för epidemiologi och samhällsmedicin, att socioekonomiskt svaga grupper drabbas hårdare av coronapandemin än andra. Detta har också bland annat Sveriges Television[2] rapporterat om.

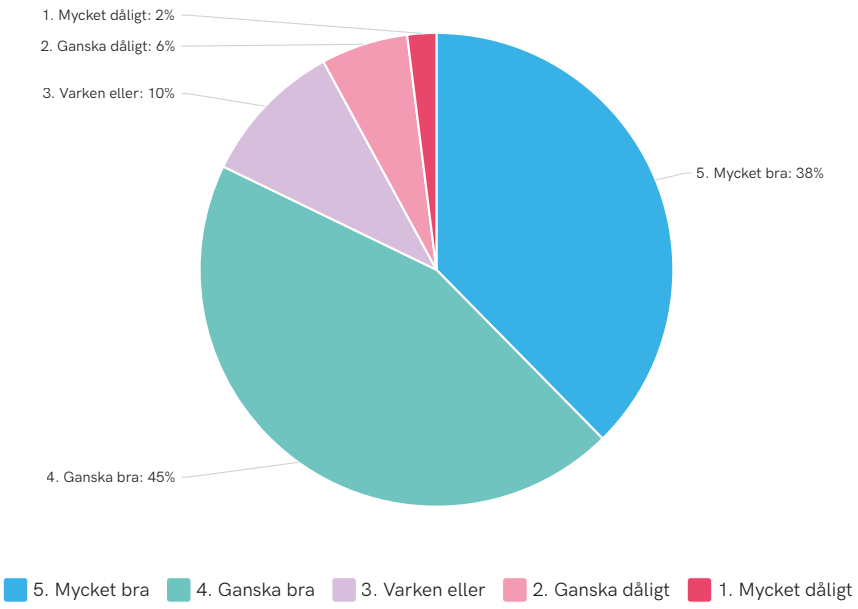
1 https://ces.sll.se/globalassets/verksamheter/forskning-och-utveckling/centrum-for-epidemiologi-och-samhallsmedicin/folkhalsoguiden/rapporter-och-faktablad/rapport-2020.10-socioekonomiska-faktorer-och-covid-19-i-stockholms-lan-november-2020.pdf

2 https://www.svt.se/nyheter/lokalt/stockholm/vart-du-bor-avgor-dodligheten-i-corona

8 av 10 av de som arbetat hemifrån under pandemin tycker att det har fungerat bra

De internetanvändare som arbetat hemifrån under pandemin tycker överlag att det har fungerat bra. Drygt 8 av 10 (83%) svarar att det har fungerat bra, varav nära 4 av 10 (38%) att det har fungerat mycket bra. Färre än 1 av 10 tycker att arbetet hemifrån har fungerat dåligt, och endast 2 procent svarar att det har fungerat mycket dåligt.

Diagram 2.4 Andel av internetanvändarna (16+ år) som har arbetat hemifrån under pandemin, Upplevelsen av hur det digitala distansarbetet har fungerat, år 2020 Q3.



Vi kan konstatera att personer med tidigare erfarenhet av hemarbete också är mer nöjda med hur hemarbetet har fungerat under pandemin. Av de som innan pandemin arbetat hemifrån minst någon gång då och då svarar hela 86 procent att det fungerat bra, varav 43 procent att det har fungerat mycket bra. Endast 4 procent svarar att det har fungerat dåligt, varav endast 1 procent mycket dåligt.

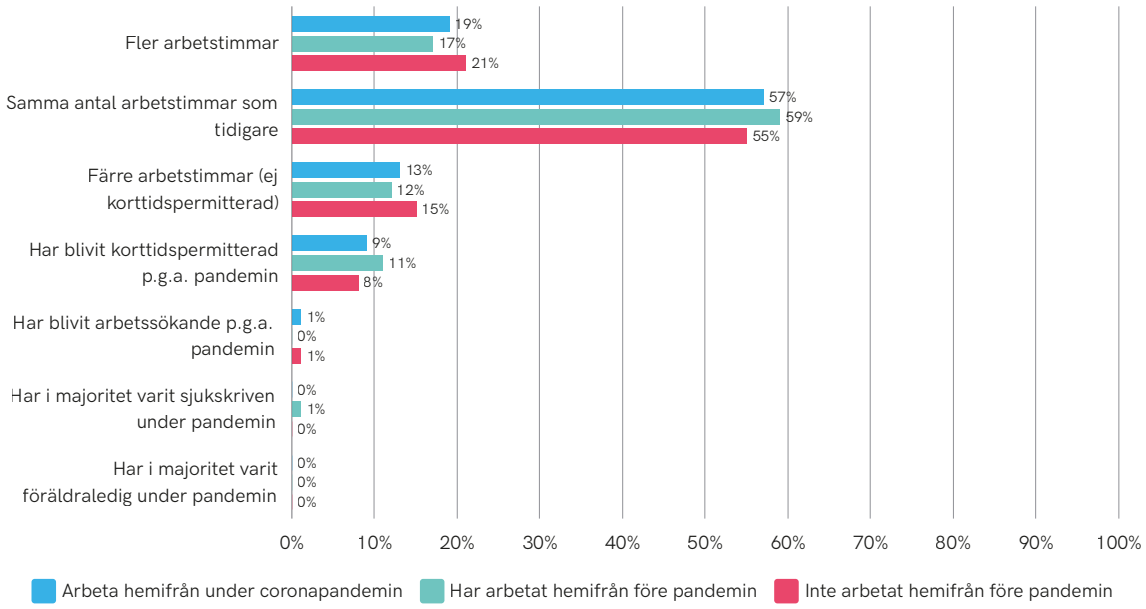
Ser vi till de "nya" hemarbetarna svarar 80 procent att det har fungerat bra, varav 34 procent att det har fungerat mycket bra. Dock anger 10 procent att det har fungerat dåligt, alltså fler än bland de som haft tidigare erfarenhet av hemarbete. Dessutom svarar 2 procent att hemarbetet har fungerat mycket dåligt.

Vi kan identifiera två grupper som tenderar att tycka att arbete hemma fungerar mindre bra, nämligen de som har uppgett yrkesrollen arbetare och unga 16–25 år. Troligtvis hänger detta ihop med att det är svårare för arbetaryrken att utföra sitt jobb hemifrån – de har ju också i lägre utsträckning än andra jobbat hemma innan pandemin. Unga är en annan grupp som i många fall inte har tidigare erfarenhet av hemarbete.

2 av 10 av de som jobbat hemma under pandemin anger att de har arbetat fler arbetstimmar än tidigare

Av de som har arbetat hemifrån under pandemin anger mer än hälften (57%) att de arbetat samma antal arbetstimmar som tidigare. 2 av 10 svarar dock att de har arbetat fler timmar än tidigare, och drygt 1 av 10 att de arbetat färre timmar än tidigare.

Diagram 2.5 Andel av de arbetande internetanvändarna (16+ år) som arbetat hemifrån under pandemin, Arbetat fler eller färre timmar hemifrån under pandemin, år 2020 Q3.



När vi jämför de som har tidigare arbete av att jobba hemifrån med de som inte har det kan vi se vissa skillnader, men inte omfattande. I den erfarna gruppen svarar 17 procent att de börjat arbeta fler timmar, och 12 procent att de börjat arbeta färre timmar. Bland de utan tidigare erfarenhet har 21 procent börjat jobba fler timmar, och 15 procent färre timmar. Kortfattat kan man säga att de som har tidigare erfarenhet mer ofta jobbat samma antal timmar som tidigare, medan de som saknar tidigare erfarenhet mer ofta har börjat jobba antingen fler eller färre timmar.

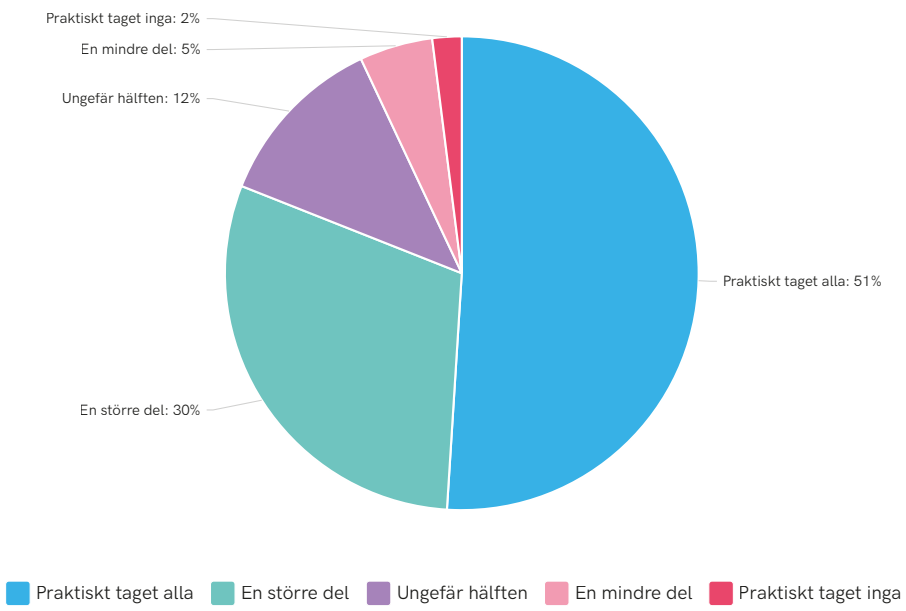
Tjänstemän tenderar att ha arbetat färre timmar än tidigare när de börjat arbeta hemma, i högre grad än arbetare. Personer som jobbar i offentlig sektor har däremot börjat arbeta fler timmar, i högre grad än personer som jobbar i privat sektor. En grupp som i betydligt högre grad börjat arbetat fler timmar under pandemin än tidigare är de födda utanför Norden.

8 av 10 av de som arbetat hemifrån under pandemin har kunnat genomföra majoriteten av sina arbetsuppgifter hemma

Av de som arbetat hemifrån digitalt under pandemin svarar 8 av 10 att de kunnat genomföra majoriteten av sina arbetsuppgifter hemifrån, och 5 av 10 svarar att de kunnat genomföra praktiskt taget alla.

Det är bara drygt 1 av 10 som svarar att de kunnat genomföra ungefär hälften av sina arbetsuppgifter hemifrån. 5 procent anger att de bara kunnat genomföra en mindre del hemifrån, och 2 procent svarar att de praktiskt taget inte kunnat genomföra några arbetsuppgifter alls.

Diagram 2.6 Andel av de arbetande internetanvändarna (16+ år) som har arbetat hemifrån under pandemin, Hur stor del av arbetsuppgifterna som kan utföras hemifrån, år 2020 Q3.



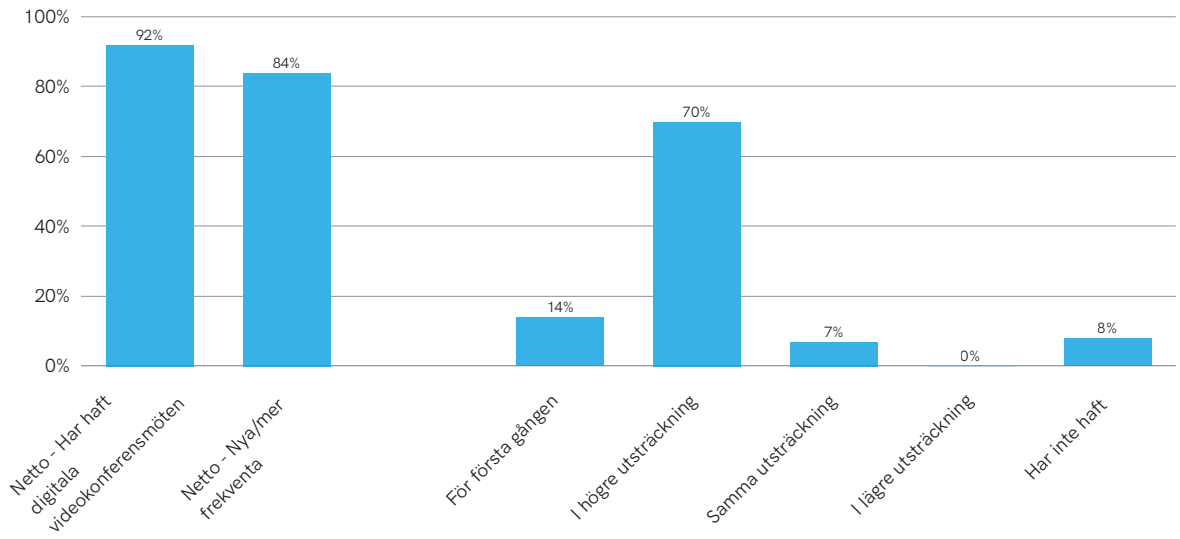
Ser vi till de med tidigare erfarenhet av att arbeta hemifrån så har 84 procent angivit att de kunnat genomföra majoriteten av sina uppgifter hemifrån under pandemin. Nästan lika många av de utan tidigare erfarenhet, 79 procent, har kunnat genomföra majoriteten av sina arbetsuppgifter hemifrån under pandemin.

Av personer i privat sektor som arbetat hemifrån svarar 84 procent att de kunnat genomföra majoriteten av sina arbetsuppgifter. För personer i offentlig sektor är motsvarande siffra 77 procent.

Drygt 9 av 10 som arbetat hemifrån har haft digitala videomöten under pandemin

Att arbeta hemifrån under pandemin har för många blivit synonymt med konferenser och möten via video. Av de som arbetat hemifrån har drygt 9 av 10 haft videokonferensmöten under pandemin, varav drygt 1 av 10 (14%) för första gången. 7 av 10 svarar att de haft det mer ofta än tidigare. Färre än 1 av 10 (8%) svarar att de inte haft några videomöten under sitt digitala distansarbete.

Diagram 2.7 Andel av internetanvändarna (16+ år) som arbetat hemifrån under pandemin, Haft digitala videokonferensmöten inom yrkesrollen under pandemin, år 2020 Q3.



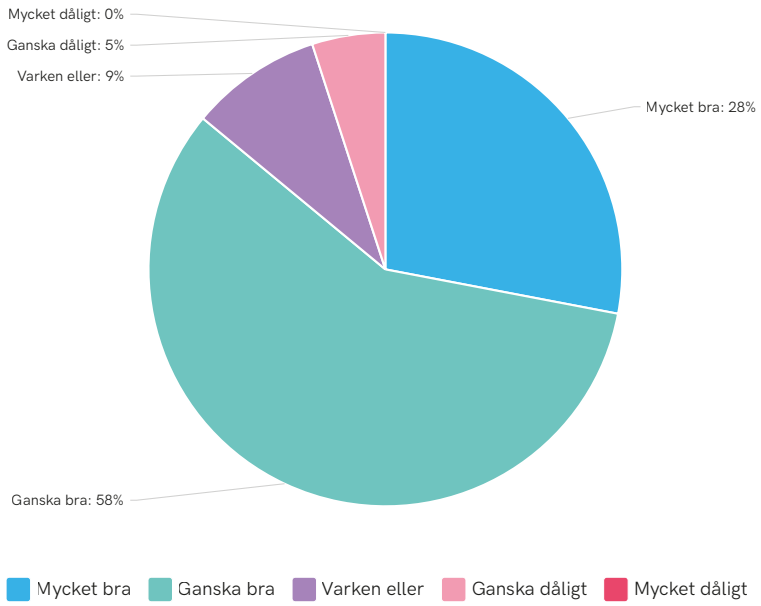
Videomöten är också en sak som särskiljer de som arbetat hemifrån redan innan pandemin från de som inte har tidigare erfarenhet. Av de erfarna hemarbetarna är det bara 10 procent som haft videomöten för första gången under pandemin, men bland de nya är det hela 17 procent.

Några grupper som tenderar att ha haft videomöten i högre utsträckning än andra är tjänstemän, höginkomsttagare och föräldrar till hemmaboende barn. I nästa *diagram 2.8* ska vi titta på hur de som haft videomöten upplever att det har fungerat.

Nästan 9 av 10 som arbetat hemifrån och haft digitala videomöten anser att de har fungerat bra

De allra flesta som haft digitala videokonferensmöten under pandemin anser att de har fungerat bra. Det svarar 86 procent, alltså närmare 9 av 10. Nära 3 av 10 svarar att videomöten har fungerat mycket bra, och nära 6 av 10 att de har fungerat ganska bra.

Diagram 2.8 Andel av internetanvändarna (16+ år) som arbetat hemifrån under pandemin och haft digitala videokonferensmöten, Upplevelsen av hur väl digitala videokonferensmöten hemifrån under pandemin har fungerat, år 2020 Q3.



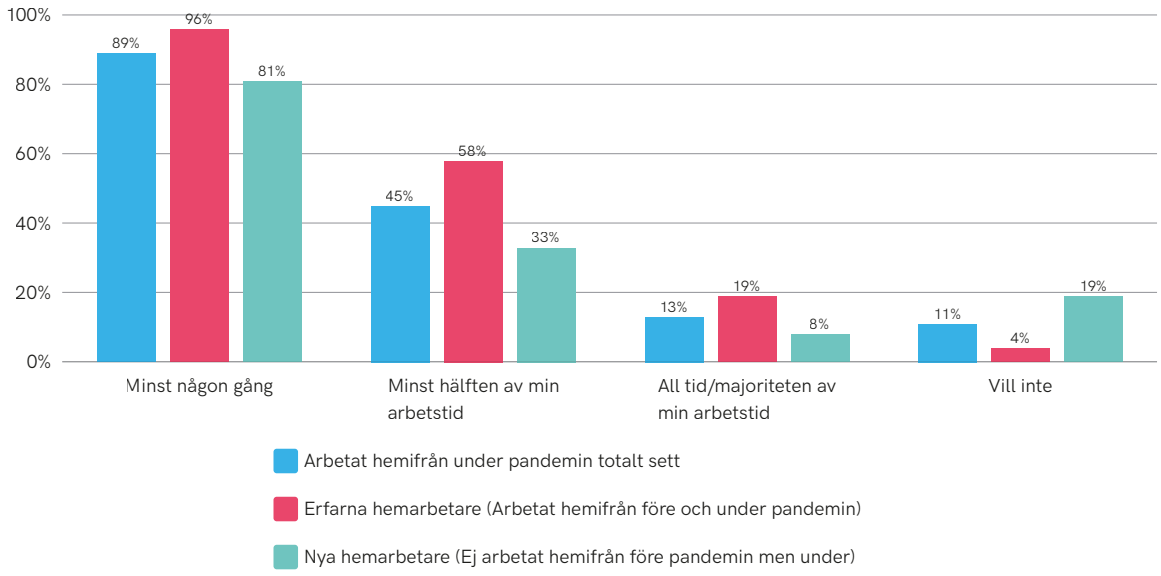
Det är bara 5 procent som tycker att videokonferensmöten har fungerat ganska dåligt, och 0 procent (3 personer) svarar att det har fungerat mycket dåligt.

När det gäller videomöten är de som inte tidigare arbetat hemifrån praktiskt taget lika nöjda som de som har tidigare erfarenhet. Några av de som tenderar att vara mindre nöjda är däremot personer boende på landsbygden, arbetare och personer som arbetar deltid.

9 av 10 som arbetat hemma under pandemin vill fortsätta göra det i framtiden

Att en majoritet är nöjda med att arbeta hemifrån visas också genom att 9 av 10 (89%) av de som gjort det under pandemin vill fortsätta med hemarbete efter pandemin, åtminstone någon gång då och då.

Diagram 2.9 Andel av internetanvändarna (16+ år) som arbetat hemifrån under pandemin, Vill fortsätta arbeta hemifrån efter pandemin, år 2020 Q3.



Nära 5 av 10 (45%) vill fortsätta att arbeta hemifrån minst hälften av sin arbetstid, och fler än 1 av 10 vill fortsätta arbeta hemifrån all eller majoriteten av sin arbetstid när pandemin är över. Det är endast 1 av 10 som inte vill arbeta hemma efter pandemin.

De som arbetar i privat sektor är något mer positiva till att fortsätta jobba hemma efter pandemin än de i offentlig sektor. Det är också överlag fler som bor i höginkomsthushåll som vill fortsätta arbeta hemifrån åtminstone någon gång. Detsamma gäller de som har hemmaboende barn.

När det gäller att fortsätta arbeta hemifrån efter pandemin kan vi se stora skillnader mellan de som tidigare har arbetat hemifrån och de som inte gjort det. De med tidigare erfarenhet är betydligt mer positiva än både de som inte tidigare arbetat hemma, och genomsnittet för alla som arbetat hemma under pandemin. Av de med tidigare erfarenhet vill nästan alla (96%) fortsätta arbeta hemifrån minst någon gång då och då. Nära 6 av 10 vill göra det minst hälften av tiden, och 2 av 10 vill göra det all tid eller majoriteten av tiden.

De som inte tidigare arbetat hemifrån kan givetvis ha haft goda skäl att inte göra det. Ändå vill hela 8 av 10 (81%) fortsätta med hemarbete efter pandemin åtminstone

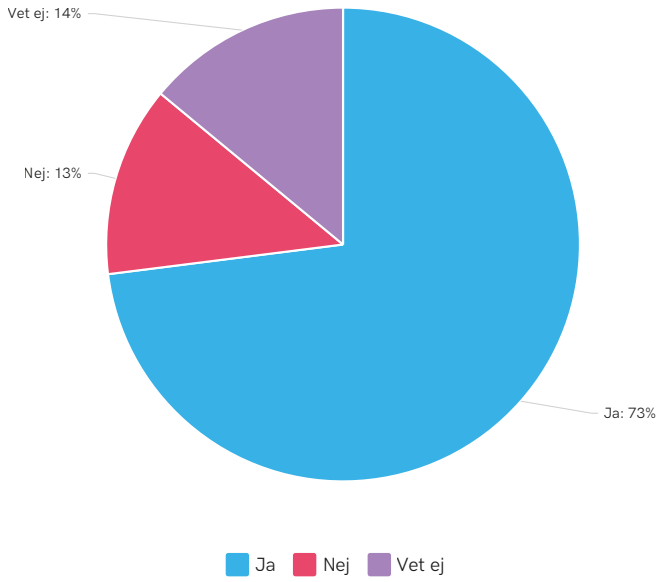
någon gång då och då. En tredjedel vill fortsätta göra det minst hälften av sin arbetstid, men bara 8 procent vill efter pandemin fortsätta jobba hemma all tid eller majoriteten av tiden. Vi kan alltså se att många under pandemin provat på hemarbete och upptäckt fördelar med det.

I *kapitel 10: Digitala beteenden* kommer vi att titta närmare på vilka som vill arbeta hemifrån i högre utsträckning efter att pandemin är över.

Nära 3 av 4 av de som arbetat hemifrån upplever att deras arbetsgivare stöttat dem att upprätthålla informationssäkerheten

En fråga som påverkar arbete hemifrån är hur företag och arbetsplatser ska hantera sin känsliga information. Nära 3 av 4 (73%) av de som arbetat hemifrån svarar att deras arbetsgivare stöttat dem att upprätthålla informationssäkerheten under distansarbetet.

Diagram 2.10 Andel av internetanvändarna (16+ år) som arbetat hemifrån under pandemin, Fått stöttning av arbetsgivaren för att upprätthålla informationssäkerheten under hemarbetet under pandemin, år 2020 Q3.



Bara 13 procent svarar att deras arbetsgivare inte stöttat dem, och praktiskt taget lika många (14%) svarar att de inte vet om deras arbetsgivare gett dem stöd eller ej. Att man inte vet skulle kunna bero på att informationssäkerhet är en komplex fråga som är svår att sätta sig in i för många. Vi kan också konstatera att de som inte tidigare arbetat hemifrån i högre grad svarar att de inte vet (16%) än de som har tidigare erfarenhet av hemarbete (12%).

Grupper som i lägre utsträckning anser sig ha fått detta stöd från sin arbetsgivare är personer bosatta i storstäderna. Även arbetare och personer som jobbar deltid

anser sig i lägre utsträckning ha fått stöd från sin arbetsgivare att upprätthålla informationssäkerheten.

Andreas Ivarsson, 36 år, har jobbat hemifrån sedan slutet av februari.

Hur har arbetet gått till under pandemin?

– Vi gick hem ganska tidigt, både jag och min fru. Jag har kört hemifrån på heltid och bara varit inne på jobbet tre eller fyra gånger sedan februari.

Vad har varit svårast med att jobba hemifrån?

– Det svåra är att få till den sociala kontakten med kollegorna. Man måste hitta nya sätt att göra det på. Tidigare när man har haft fysiska möten på kontoret vill man kanske dra igång på utsatt tid. Men jag tycker att det här snicksnackandet före ett möte som kanske kunde störa förut är något man borde uppmuntra i stället. Så man får det här fikarumssnacket även med digitala möten.

Vilka fördelar har det här sättet att arbeta fört med sig?

– På mitt jobb har vi blivit bättre på att berätta för varandra vad man ska göra under dagen. Jag gillar också när det är tyst runt om mig, och det är svårt när man sitter i ett öppet kontorslandskap. Eftersom man inte lämnar sin arbetsplats fysiskt nu mot när man jobbade på kontor så har jag varit noga med att avsluta arbetsdagen på utsatt tid. Om man planerar dagen så kan man också få fler saker gjorda i sitt privatliv. Har man som jag barn så behöver man inte stressa till och från jobbet. Privatlivet har blivit mindre stressigt.

Hur har kommunikationen med kollegor och chefer påverkats av att jobba hemifrån under pandemin?

– Det sociala har man kanske blivit av med lite. Men vi jobbar med digital marknadsföring och använder Slack hela tiden och kommunicerar mycket ändå. Jag upplever också att många kollegor är väldigt digitala, så även när man tidigare var på kontoret skrev väldigt många till varandra i datorn snarare än att skrika till varandra över skrivborden.

Hur tycker du att videomöten fungerar?

– I början var det mycket prat om att det var videomöten hela tiden. Men nu tycker jag att man har blivit bättre, folk är bättre på att kommunicera via videomöten. Det är inga konstigheter att snabbt ringa upp en kollega på video om jag till exempel vill visa något. Jag använder heller inte telefonen lika mycket utan kommunicerar ofta via något chattsystem eller Zoom. Just via datorn, där man också kan dela saker med varandra.

Har du jobbat mer eller mindre totalt sett?

– Jag har alltid skrivit ned hur jag har jobbat med olika projekt och har nog haft ungefär samma arbetsbelastning.

Har du haft digital AW och andra sociala aktiviteter under den här perioden?

– Inte så många. Jag tycker det känns konstigt och det är inte samma grej. I fysiska sammankomster gör det inte lika mycket om man avbryter varandra men digitalt i till exempel en gruppchat så blir det mer abrupt. Så det är en av de sakerna som jag tyckt har fungerat mindre bra.

Om du tittar framåt, skulle du vilja fortsätta att jobba hemifrån när pandemin är över?

– Ja. Jag tror det här har varit en ögonöppnare för många, både anställda och chefer. Många upptäcker nog att de får mer gjort när de jobbar hemma. Jag tror det finns en slags falsk känsla att bara för att man jobbar från ett kontor så ägnar man sig 100 procent åt jobb. Jag tror att man ska jobba mer på distans även i framtiden – då kan man ha fokusdagar då man bara köttar. Sedan tror jag att det är viktigt att man ses i alla fall någon gång i veckan. Framför allt kreativa möten där man ska bolla idéer tycker jag blir mycket bättre när man ses fysiskt.

Färre nyttjar vårdens e-tjänster i kvartal 3 än i kvartal 1, förutom de allra äldsta som tvärtom ökar sitt användande

Vi har frågat Sveriges internetanvändare i vilken grad de använt olika digitala vårdtjänster, i årets första respektive tredje kvartal.

Under ett år präglat av risk för smittspridning och behov av isolering kan man lätt tänka sig att användningen av digitala vårdtjänster skulle skjuta i höjden. Som vi ska se är svaret inte entydigt så enkelt, även om användningen av olika e-tjänster för vård är generellt hög bland Sveriges internetanvändare. Användningen av flera olika e-vårdtjänster har minskat mellan våra mättillfällen, med vissa undantag som till exempel att få provsvar online. En grupp som däremot ökat sin användning överlag är pensionärer, och äldre på 76+ år är den enda åldersgrupp som markant ökat sin användning under pandemin.

Här bör tilläggas att vår datainsamling för 2020 Q1 inte kan ge en detaljerad och heltäckande bild vad gäller användningen av e-vårdtjänster före pandemin. Vår insamlingsperiod för kvartalet innefattar förutom januari och februari också hela mars månad. Många sökte också information om det nya coronaviruset redan årets första månader. Digitala vårdtjänster påverkades rimligen långt tidigare än andra digitala tjänster, vilket gör det svårt att veta i vilken utsträckning resultaten från första kvartalet 2020 är påverkade av pandemins första veckor. Detta gäller särskilt eftersom antalet operationer och behandlingar ett normalt år brukar minska under sommarhalvåret, till stor del på grund av semestrar.

Även om coronapandemin varit i allas tankar under året ska vi också komma ihåg att förekomsten av många andra sjukdomar har minskat som en effekt av bättre handhygien och social distansering. Hit räknas exempelvis säsongerna för influensa och vinterkräksjuka, som båda avslutades ovanligt tidigt i 2020 enligt Folkhälsomyndigheten[1]. En annan aspekt är att många under pandemin, i synnerhet under våren 2020, avvaktat med att söka vård för ej akuta ärenden. Detta både för att undvika att själv bli smittad och för att inte belasta sjukvården. Enligt Socialstyrelsen har specialistvården genomfört 90 000 färre operationer och

1 https://www.folkhalsomyndigheten.se/nyheter-och-press/nyhetsarkiv/2020/juli/ovanligt-kort-sasong-for-influensa-och-vinterkraksjuka/

andra behandlingar mellan mars och augusti 2020 jämfört med året innan, skriver Dagens Industri[2].

Innehåll kapitel 3

Digitala vårdtjänster

3.1 I kvartal 3 har nyttjandet av digitala vårdtjänster överlag minskat
3.2 Pensionärer har nyttjat digitala vårdtjänster i högre utsträckning under pandemin
3.3 De allra äldsta använder digitala vårdtjänster i högre utsträckning i kvartal 3 än i kvartal 1
3.4 Nära 7 av 10 internetanvändare som är 76+ år har nyttjat någon e-vårdtjänst under pandemin
3.5 Kvinnor mer flitiga än män på att nyttja vårdens e-tjänster
3.6 Låginkomsthushåll har börjat nyttja vårdappar som ersätter läkarbesök i högre utsträckning under pandemin

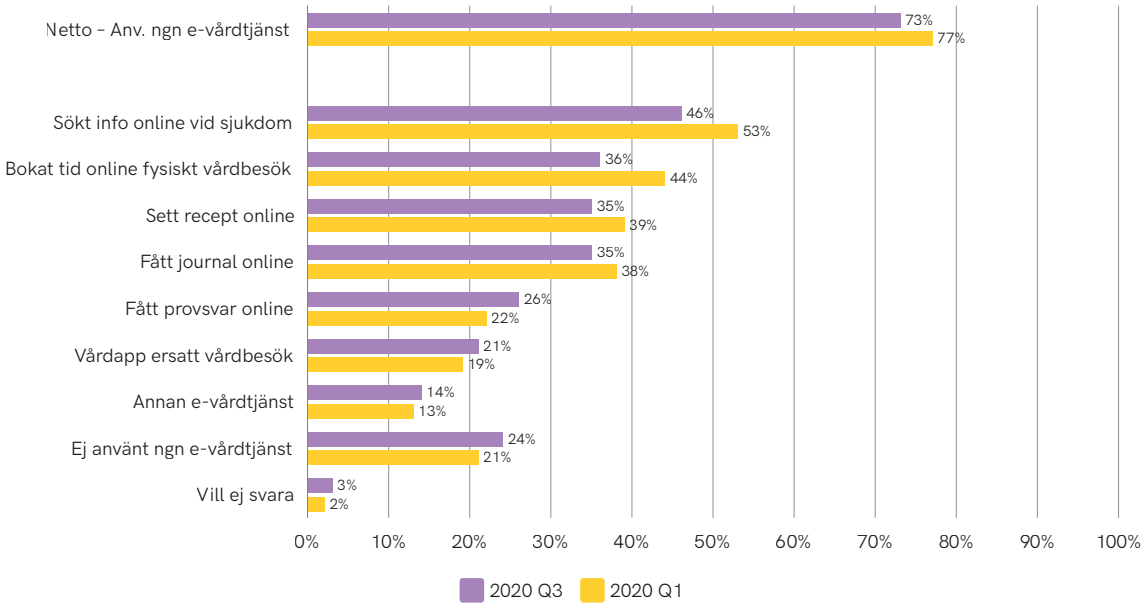
2 https://www.di.se/nyheter/tiotusentals-farre-operationer-under-pandemin/

Digitala vårdtjänster

I kvartal 3 har nyttjandet av digitala vårdtjänster överlag minskat

Under årets första kvartal (Q1) låg nyttjandet av digitala vårdtjänster bland internetanvändarna på 77 procent, och i Q3 hade det sjunkit till 73 procent. Den tjänst som används mest är kanske inte helt förvånande "att söka information online vid sjukdom". Detta nyttjade runt hälften i Q1 (53%), och något färre i Q3 (46%). Vi ska däremot komma ihåg att detta inte ger en heltäckande bild av pandemin, eftersom många säkerligen sökte information om covid-19 och andra sjukdomar redan i januari och februari.

Diagram 3.1 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använt någon e-tjänst inom sjukvården, år 2020 Q1–Q3.



Den e-tjänst som under året tappat mest, 8 procentenheter, är att boka tid online för ett fysiskt vårdbesök. Bakgrunden till detta skulle kunna vara att många under pandemin avvaktat med att söka fysisk vård som inte är akut. Detta kan i synnerhet gälla personer som tillhör någon riskgrupp, av rädsla för att bli smittade.

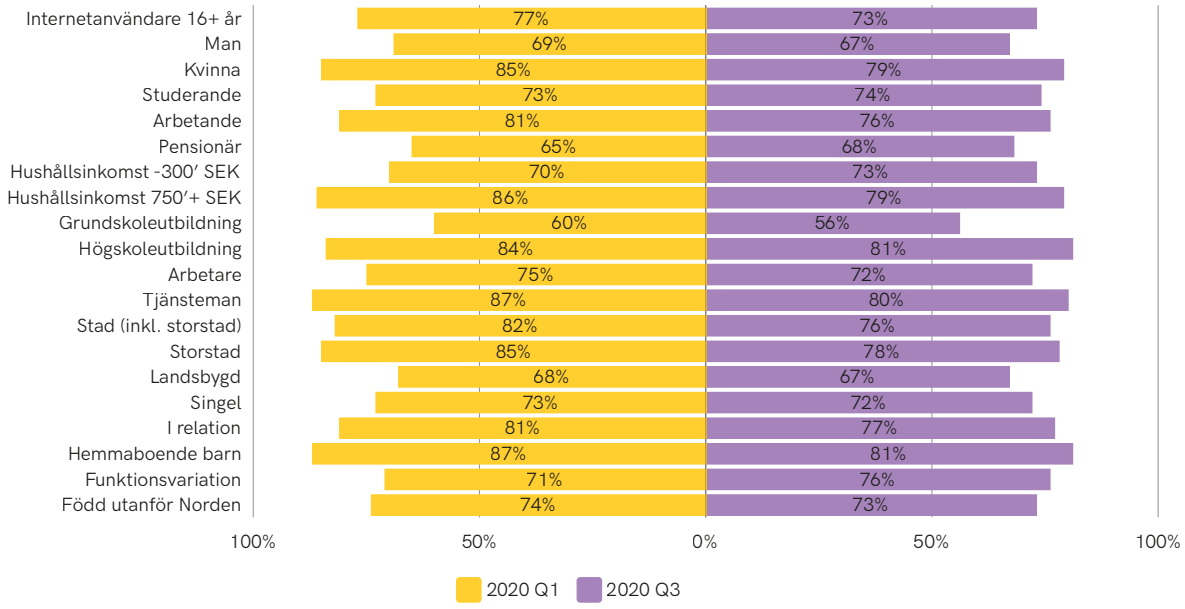
Två e-vårdtjänster som ändå ökat något under pandemin är att få provsvar online, och att använda vårdappar som ersätter fysiska läkarbesök. Sannolikt hänger detta ihop med att ett stort antal människor beställt provtagning för covid-19, och att många som undviker fysiska läkarbesök istället testar en digital vårdapp.

Vilka som använder vårdappar kommer vi att titta närmare på i *diagram 3.6*, men först ska vi se vilka det är som har nyttjat e-tjänsterna generellt i högre och lägre grad.

Pensionärer har nyttjat digitala vårdtjänster i högre utsträckning under pandemin

Av de demografiska och socioekonomiska grupper vi tittar på har de allra flesta minskat sitt användande av digitala vårdtjänster i kvartal 3. Några grupper har däremot ökat sin användning, nämligen pensionärer, personer med en funktionsvariation och personer som bor i ett låginkomsthushåll (det vill säga med en hushållsinkomst på 300 000 kronor eller lägre). Det är värt att komma ihåg att dessa grupper överlappar varandra, och att det alltså kan handla om samma personer till stor del.

Diagram 3.2 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använt någon e-tjänst inom sjukvården, Bakgrundsprofil, år 2020 Q1–Q3.



Den största minskningen i användandet av digitala vårdtjänster har skett i storstäderna, bland tjänstemän och de som bor i ett höginkomsthushåll. Dessa grupper var också bland de flitigaste användarna av digitala vårdtjänster i Q1, och ligger fortfarande relativt högt i Q3.

Det är också en viss skillnad i nyttjandegrad mellan män och kvinnor, och det kommer vi att undersöka lite längre fram i *diagram 3.5.*

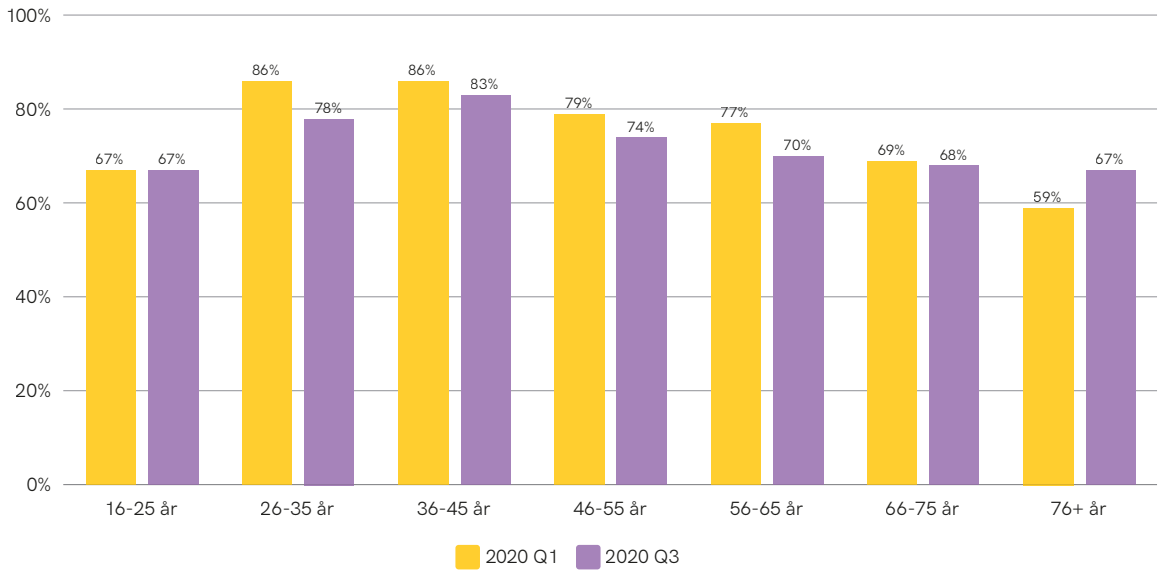
Pensionärer är alltså en av grupperna som sticker ut genom att ha ökat sin användning av e-tjänster inom sjukvården. Som vi såg i *kapitel 1: Internetanvändande och digital skärmtid* är pensionärer också en grupp som blivit mer digitala generellt

sett under året. I nästa *diagram 3.3* ska vi titta närmare på användning av digitala vårdtjänster i olika åldersgrupper.

De allra äldsta använder digitala vårdtjänster i högre utsträckning i kvartal 3 än i kvartal 1.

Yngre internetanvändare, alltså personer i åldern 16–25 år, använder digitala vårdtjänster i lika hög grad i Q1 som i Q3. Därefter har alla åldersgrupper mellan 26–65 år minskat sitt nyttjande. Sannolikt har många avvaktat att söka vård för ärenden som inte är akuta, dels för att sjukvården varit hårt belastad under året och dels av oro för att bli smittade.

Diagram 3.3 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använt någon e-tjänst inom sjukvården, Ålder, år 2020 Q1–Q3.



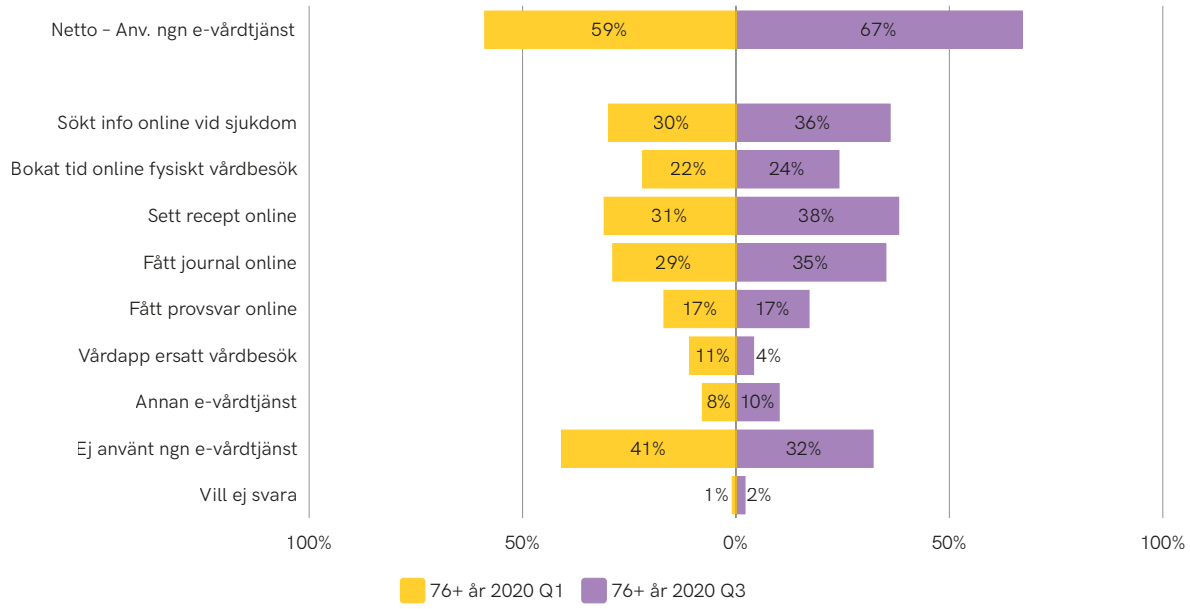
För de äldre internetanvändarna ser det annorlunda ut. De yngre pensionärerna i åldern 66–75 år ligger kvar på i princip samma nivå från Q1 till Q3. De allra äldsta på 76+ år har däremot markant ökat sitt nyttjande av e-vårdtjänster. De går upp med 8 procentenheter från 59 procent i Q1 till 67 procent i Q3. Här ska vi komma ihåg att alla äldre över 70 år tillhört en riskgrupp på grund av åldern, och att äldre ofta kan ha ett högre vårdbehov.

Vilka digitala vårdtjänster är det då som dessa äldsta har börjat nyttja? Det ska vi titta på i nästa *diagram 3.4*.

Nära 7 av 10 internetanvändare som är 76+ år har nyttjat någon e-vårdtjänst under pandemin

De internetanvändare som är 76 år eller äldre har ökat sitt nyttjande av nästan alla de digitala vårdtjänster vi listar. Störst är ökningen när det gäller att se recept online, vilket gått upp med 7 procentenheter till 38 procent i Q3. Det är fler än internetanvändarna sammantaget (35%).

Diagram 3.4 Andel av internetanvändarna 76+ år, Använt någon e-tjänst inom sjukvården, år 2020 Q1-Q3.



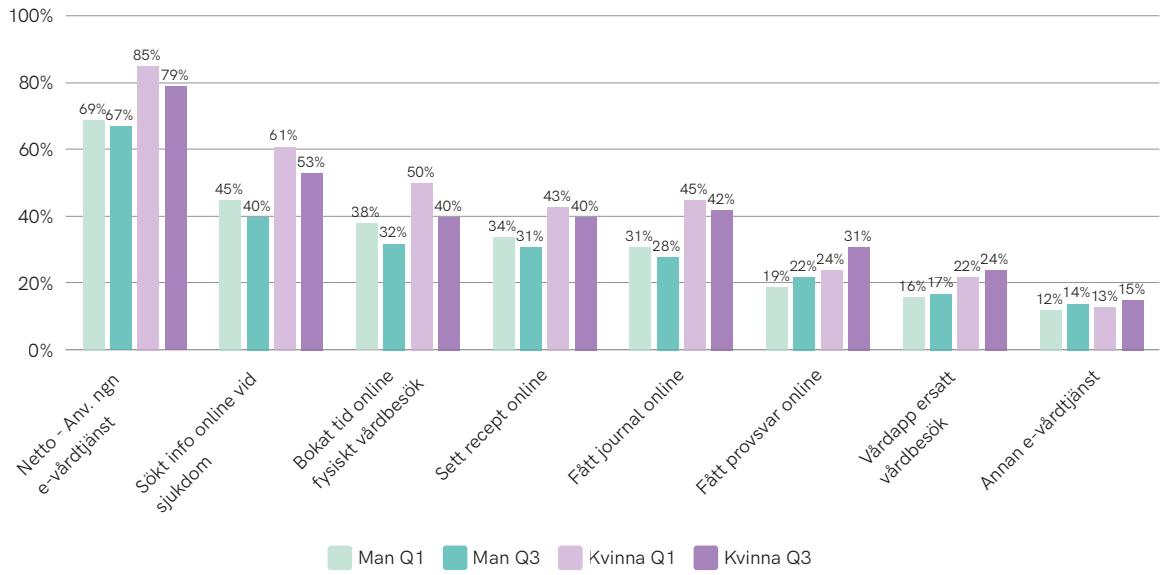
Den enda tjänst har som tappat i nyttjandegrad bland de äldsta är vårdappar som ersätter läkarbesök.

Vilka är det då som är de största användarna av digitala vårdappar som ersätter läkarbesök? Det ska vi titta på i *diagram 3.6*, men först ska vi granska skillnader i användning mellan män och kvinnor.

Kvinnor mer flitiga än män på att nyttja vårdens e-tjänster

Kvinnor använder vårdens digitala tjänster i högre grad än män, och det gäller såväl i Q1 som i Q3. Under pandemin har dock männens nyttjande av vårdtjänsterna minskat med bara 2 procentenheter, medan kvinnornas har minskat med hela 6 procentenheter.

Diagram 3.5 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använt e-tjänster inom sjukvården, Kön, år 2020 Q1–Q3.

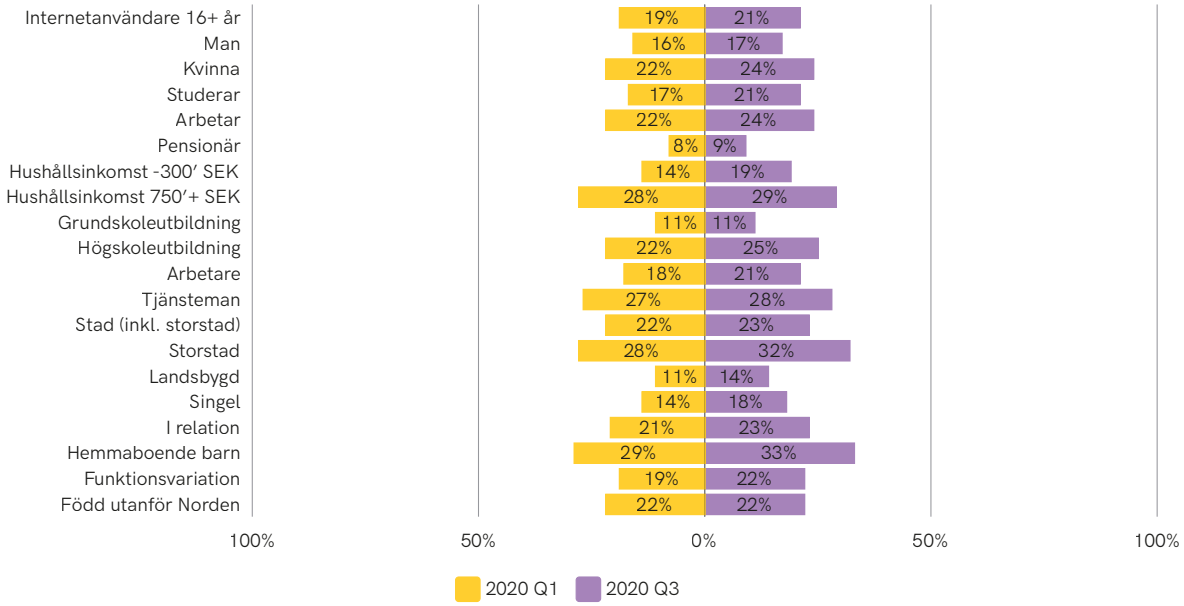


Den tjänst där det är störst skillnad mellan män och kvinnor i Q3 är att ta del av journal online. Det har endast 28 procent av männen gjort i jämförelse med 42 procent av kvinnorna – en skillnad på 14 procentenheter.

Låginkomsthushåll har börjat nyttja vårdappar som ersätter läkarbesök i högre utsträckning under pandemin

Till skillnad från andra digitala vårdtjänster har nyttjandet av vårdappar som ersätter ett fysiskt läkarbesök ökat i kvartal 3. Undantaget är som vi sett i *diagram 3.4* hos de allra äldsta på 76+ år. De flitigaste användarna av vårdappar under året är de som bor i storstäder och de med hemmaboende barn, där en tredjedel använt sig av denna e-vårdtjänst. Båda dessa grupper låg också högt i användandet i Q1.

Diagram 3.6 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använt vårdapp för att ersätta fysiskt läkarbesök Q1 vs Q3, Bakgrundsprofil, år 2020 Q1–Q3.



Personer som bor i höginkomsthushåll har också haft en hög nyttjandegrad både i Q1 och Q3. Den grupp som har ökat sin användning mest under pandemin är dock de som bor i låginkomsthushåll. Här har användningen gått upp från 14 procent i Q1 till 19 procent i Q3 – en ökning med 5 procentenheter.

I *Svenskarna och internet 2019*[3] kunde vi se att det var signifikant färre i låginkomsthushåll som använde vårdappar för läkarbesök. Användningen är fortfarande lägre än hos internetanvändare överlag, men det verkar som att coronaeffekten nu fått dessa hushåll att börja komma ikapp i användningen av dessa appar.

3 https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2019/digitala-samhallstjanster/5-av-10-nyttjar-sjukvardens-e-tjanster-1-av-10-nyttjar-vardapp/

Drygt en fjärdedel har blivit nya eller mer frekventa e-shoppare under pandemin

Vi har frågat hur Sveriges internetanvändare har nyttjat e-handel och digitala betalningslösningar under året, vilka som börjat e-handla och vilka som gjort det mer frekvent.

De senaste åren har näthandel och digitala betalningslösningar ökat stadigt. 2019 använde 83 procent av Sveriges internetanvändare Swish, en betalningslösning från Sveriges sex största banker. Mobilt bank-id, som används för att legitimera sig online, användes av 89 procent av internetanvändarna 2019. I det här kapitlet ska vi jämföra hur den utvecklingen fortsatt fram till 2020, och hur den har förändrats under pandemin.

E-handeln har enligt tidningsrubrikerna blomstrat under pandemin. Det undersöker vi både för e-handel totalt sett, och mer specifikt för livsmedel respektive läkemedel/apoteksvaror. I det här kapitlet tittar vi också på vilka som har e-handlat för första gången under coronapandemin, och vilka som nätshoppat mer än de tidigare gjort.

Innehåll kapitel 4

E-handel

4.1 Var fjärde internetanvändare har e-handlat i högre utsträckning under pandemin

4.2 Var tionde internetanvändande pensionär har e-handlat livsmedel för första gången under pandemin

4.3 Flest nya e-shoppare återfinns bland de allra äldsta 76+ år

Digitala betalningslösningar

4.4 Mobilt bank-id har ökat bland pensionärerna under pandemin

4.5 Swish har under pandemin ökat bland pensionärerna

4.6 Landsbygdsbor har under pandemin kommit ikapp stadsbor i användandet av Swish och mobilt bank-id

Intervju

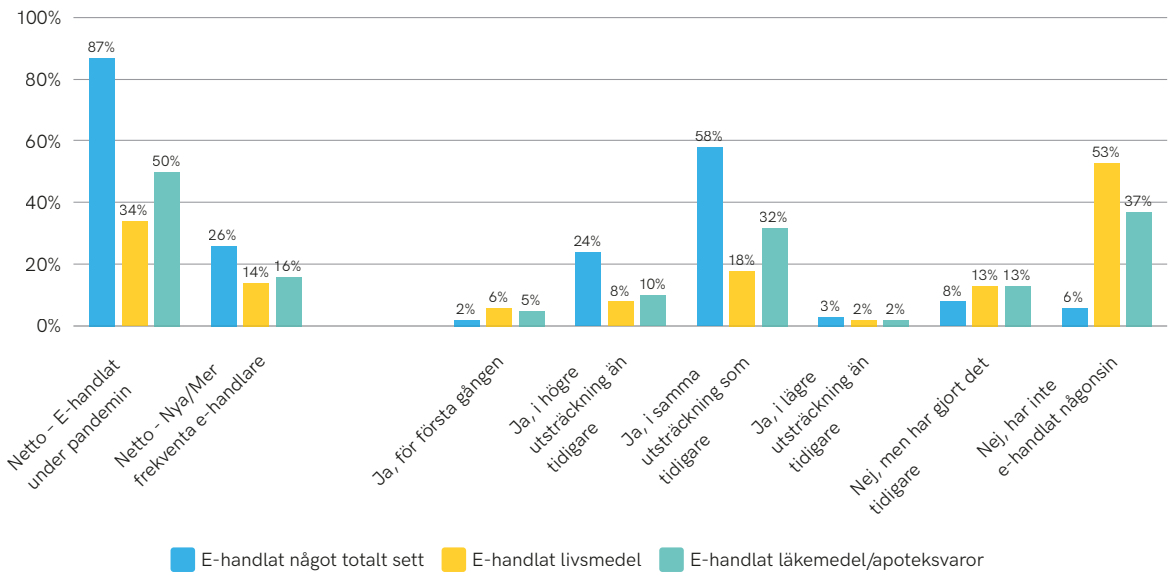
Lena Björklund, 70 år

E-handel

Var fjärde internetanvändare har e-handlat i högre utsträckning under pandemin

Nära 9 av 10 (87%) internetanvändare uppger att de har e-handlat, det vill säga köpt något på nätet, under pandemin. 2 procent svarar att de har e-handlat något för första gången och en fjärdedel (24%) uppger att de har e-handlat i högre utsträckning än tidigare. Majoriteten, nära 6 av 10 (58%), har e-handlat i samma utsträckning som tidigare. 3 procent har under pandemin dragit ner på sina köp online och e-handlat i lägre utsträckning än tidigare.

Diagram 4.1 Andel av internetanvändarna (16+ år), Har sedan pandemin bröt ut e-handlat något totalt sett, livsmedel respektive läkemedel/apoteksvaror, år 2020 Q3.



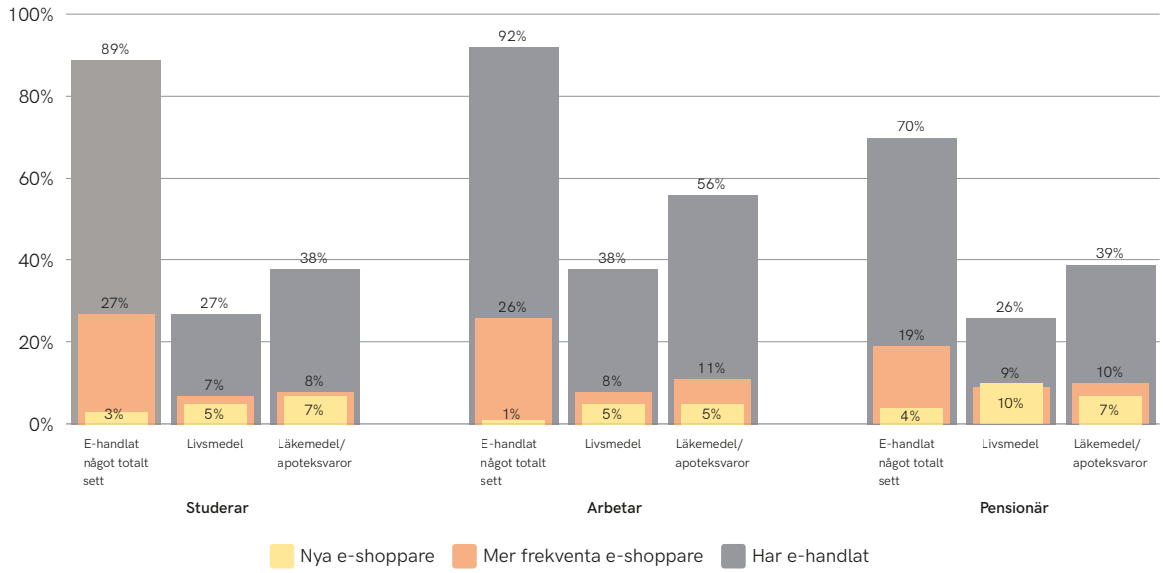
Vad gäller livsmedel svarar en tredjedel (34%) av internetanvändarna att de har e-handlat detta sedan pandemin bröt ut, varav 8 procent i högre utsträckning än tidigare och 6 procent för första gången. Ännu fler har under pandemin e-handlat läkemedel och andra apoteksvaror, hela 50 procent. Av dessa har 10 procent gjort det mer frekvent än tidigare och 5 procent för första gången.

Vilka är det då som har e-handlat under pandemin, och vilka har i högre utsträckning gjort det för första gången? Det ska vi titta närmare på i kommande grafer, liksom vilka som har blivit mer frekventa e-shoppare av livsmedel och apoteksvaror.

Var tionde internetanvändande pensionär har e-handlat livsmedel för första gången under pandemin

Den grupp som är mest benägna att e-handla under pandemin är de arbetande, varav 92 procent har e-handlat ”något totalt sett”, 38 procent har e-handlat livsmedel och 56 procent har e-handlat läkemedel eller apoteksvaror. Drygt var fjärde arbetande har e-handlat i högre utsträckning under pandemin än tidigare, och 1 procent har e-handlat för första gången.

Diagram 4.2 Andel av internetanvändarna (16+ år), Har e-handlat under pandemin, Sysselsättning, år 2020 Q3.



Vad gäller livsmedel och läkemedel har cirka var tionde som arbetar e-handlat detta i högre utsträckning och 5 procent har blivit nya e-shoppare i respektive kategori.

De studerande, vilka till stor del är den yngre befolkningen, har i nästan lika hög utsträckning som de arbetande e-handlat något totalt sett under pandemin – 89 procent. Nära 3 av 10 har e-handlat i högre utsträckning än tidigare och 3 procent för första gången någonsin.

Jämfört med de arbetande har betydligt färre studenter e-handlat livsmedel, nära 3 av 10, och läkemedel/apoteksvaror, nära 4 av 10. Färre än var tionde student har e-handlat livsmedel och läkemedel i högre utsträckning än tidigare och bara 5 procent respektive 7 procent har gjort det för första gången.

Pensionärerna ligger i jämförelse lite efter när det gäller e-handel, då endast 7 av 10 har e-handlat något under pandemin. E-handlat livsmedel och läkemedel har 26 procent respektive 39 procent av pensionärerna gjort, vilket i princip är samma nivå som de studerande.

Däremot har pensionärerna genomgående störst andel nya e-shoppare; 4 procent har e-handlat ”något totalt sett”, för första gången under pandemin, 10 procent har e-handlat livsmedel och 7 procent läkemedel. 19 procent har också e-handlat något i högre utsträckning än tidigare och cirka 10 procent har e-handlat livsmedel och läkemedel i högre utsträckning under pandemin.

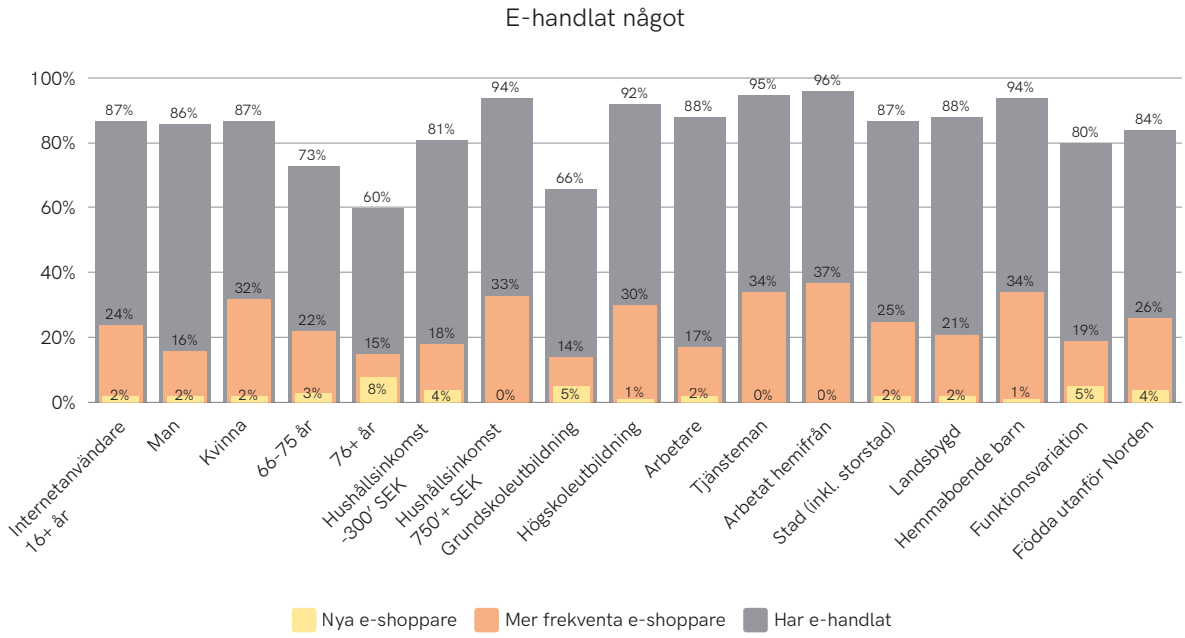
I nästa *diagram 4.3* ska vi titta på de som e-handlar utifrån en rad olika demografiska och socioekonomiska variabler. Vi ska bland annat jämföra pensionärernas två åldersintervall 66–75 år och 76+ år för att se ännu mer i detalj vilka som blivit nya och mer frekventa e-shoppare. Vill man se hur internetanvändarnas alla åldersintervall har e-handlat under pandemin finns de i *tabellbilagan*.

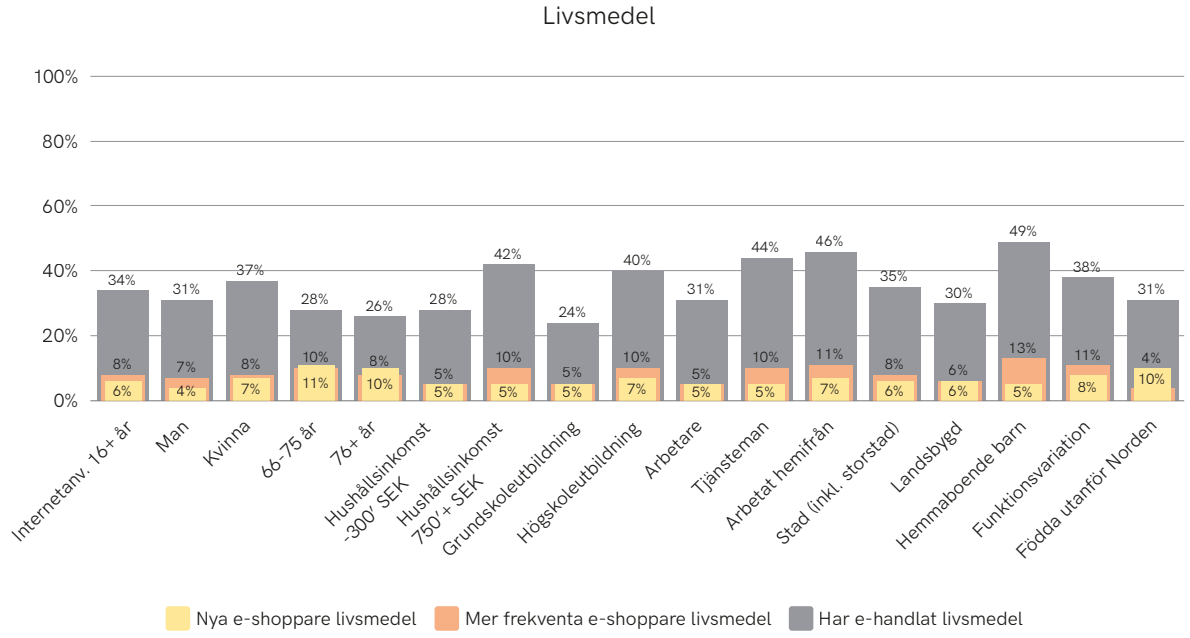
Flest nya e-shoppare återfinns bland de allra äldsta 76+ år

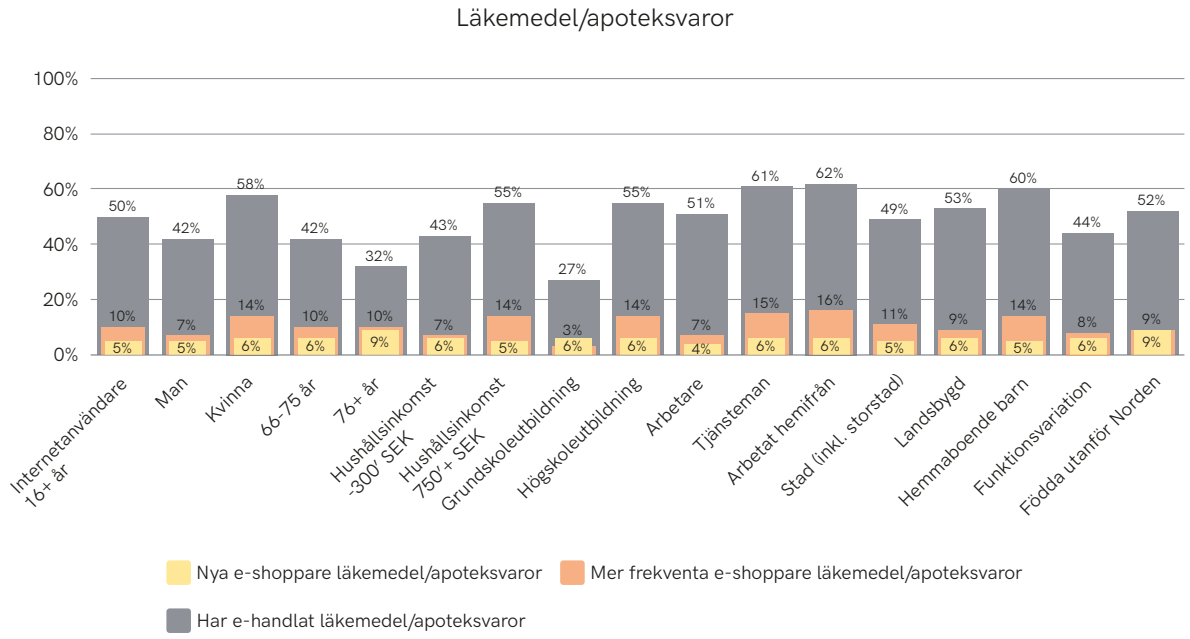
Här tittar vi på flera olika demografiska och socioekonomiska bakgrundsvariabler för att se vilka som e-handlat under pandemin, och i synnerhet vilka som är nya respektive mer frekventa e-shoppare. Det är viktigt att ha i åtanke att dessa grupper givetvis överlappar varandra i olika grad, och inte är ömsesidigt uteslutande.

Först och främst ser vi stora skillnader mellan exempelvis kön, utbildning och hushållsinkomst. De som har arbetat hemifrån sticker ut bland de som har e-handlat mer frekvent under pandemin, och de äldsta 76+ år bland de som har blivit nya e-shoppare. Hemarbetarna utmärker sig både när det gäller e-handel totalt sett och e-handel av livsmedel och läkemedel. De är en av de grupper som har e-handlat mest och mer frekvent i alla tre kategorier.

Diagram 4.3 Andel av internetanvändarna (16+ år), E-handlat något totalt respektive livsmedel samt läkemedel/apoteksvaror för första gången under pandemin (Obs! låg bas) vs mer frekvent under pandemin, Bakgrundsprofil, år 2020 Q3.







Andra grupper där runt en tredjedel har e-handlat något mer frekvent är tjänstemän, de med hemmaboende barn, boende i höginkomsthushåll och kvinnor.

Nya e-shoppare totalt sett är, utöver de äldsta 76+ år, i högre grad personer med en funktionsvariation, grundskoleutbildning, personer födda utanför Norden och boende i låginkomsthushåll. De med grundskoleutbildning är de som e-handlat minst av alla i jämförelse (66%), och de har en bra bit kvar för att nå samma nivå som de högskoleutbildade (92%).

Nära hälften av föräldrar med hemmaboende barn och de som har arbetat hemifrån har e-handlat livsmedel under pandemin. Dessa två grupper utmärker sig också som mer frekventa e-shoppare av livsmedel under pandemin, tillsammans med bland annat funktionsvarierade.

Nya e-shoppare av livsmedel under pandemin toppas av de äldre 66–75 år, 76+ år samt personer födda utanför Norden. I samtliga dessa grupper är minst 1 av 10 nya e-shoppare. Här är glappet stort mellan arbetare (31%) och tjänstemän (44%), vilket skulle kunna bero på att fler tjänstemän arbetat hemifrån. Arbetarna kan då i högre grad ha behållit sina tidigare vanor att till exempel handla mat på väg till och från arbetet.

Kvinnor är mer frekventa e-shoppare än män, i synnerhet när det gäller läkemedel/apoteksvaror. Runt 6 av 10 kvinnor har e-handlat detta, liksom de hemarbetande, tjänstemän och de med hemmaboende barn. Mer frekventa under pandemin är främst de som har arbetat hemifrån (16%) och tjänstemän (15%). Flest nya e-shoppare av läkemedel hittar vi bland de äldre 76+ år och hos personer födda utanför Norden.

Som vi konstaterat i tidigare *diagram 4.2* är det alltså främst de äldsta – de internetanvändande pensionärerna – som har blivit nya e-shoppare under pandemin. Vill man se hur alla åldersintervall har e-handlat under pandemin finns de i *tabellbilagan*.

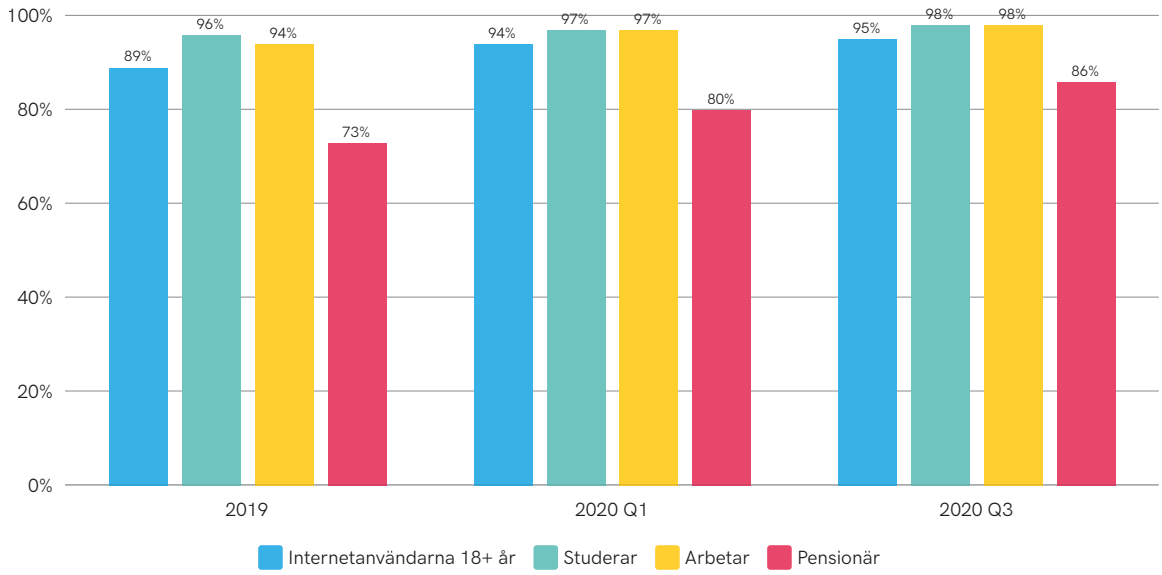
Vid e-handel finns det många olika sätt att betala på, och i kommande diagram ska vi titta närmare på två viktiga tjänster för detta, nämligen mobilt bank-id och Swish.

Digitala betalningslösningar

Mobilt bank-id har ökat bland pensionärerna under pandemin

Mobilt bank-id är en elektronisk legitimation som används inom en mängd olika områden, bland annat för att bekräfta sin identitet vid digital betalning. Idag använder nästan alla myndiga internetanvändare mobilt bank-id. I 2020 års tredje kvartal (Q3) svarade hela 95 procent att de använder mobilt bank-id, vilket är en ökning med 1 procentenhet under pandemin och med sex procentenheter sedan 2019.

Diagram 4.4 Andel av internetanvändarna (18+ år), Använder mobilt bank-id, Sysselsättning, år 2019-2020 Q1 och Q3.



Ser vi till de arbetande så använder praktiskt taget alla – 98 procent – mobilt bank-id i Q3, vilket är en ökning med 1 procentenhet under pandemin. De myndiga studerande ökade sin användning mellan 2019 till 2020 Q1 med 1 procentenhet och lika mycket under pandemin för att i Q3 landa på 98 procent, samma nivå som de arbetande.

Pensionärerna är de som i högre grad har ökat sitt användande av mobilt bank-id under pandemin. I Q3 uppgav 86 procent av pensionärerna att de använt mobilt bank-id minst någon gång vilket är en ökning på 6 procentenheter från Q1 (80%) och hela 13 procentenheter sedan 2019 (73%).

Swish har under pandemin ökat bland pensionärerna

Den mobila betaltjänsten Swish används i Q3 av 92 procent av internetanvändarna 18+ år – en ökning med 2 procentenheter under pandemin och med 9 procentenheter sedan 2019.

Diagram 4.5 Andel av internetanvändarna (18+ år), Använder Swish, Sysselsättning, år 2019–2020 Q1 och Q3.

De studerande ökade sitt användande av Swish med 3 procentenheter från 2019 till 2020 Q1 och under pandemin med 1 procentenhet till 97 procent i Q3.

De arbetande ligger under pandemin kvar på sin höga nivå 96 procent. De internetanvändande pensionärerna är emellertid de som har ökat sitt swishande mest under pandemin med 9 procentenheter från Q1 (68%) till Q3 (77%) – och hela 17 procentenheter sedan 2019.

Landsbygdsbor har under pandemin kommit ikapp stadsbor i användandet av Swish och mobilt bank-id

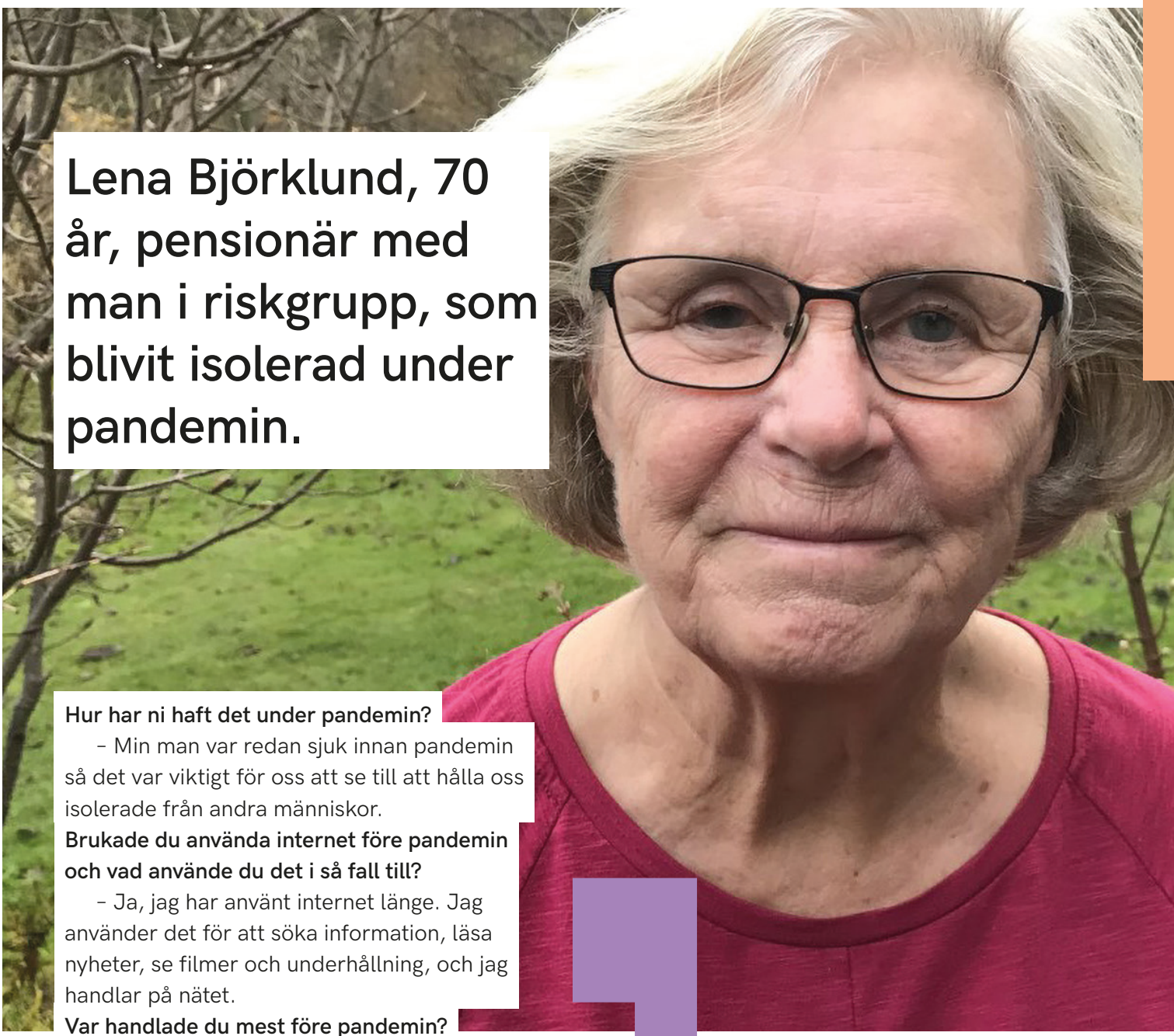
Under 2019 och 2020 års första kvartal använde stadsborna både mobilt bank-id och Swish i något högre utsträckning än de som bor på landsbygden. Under pandemin har emellertid landsbygdsborna hunnit ikapp stadsborna vad gäller mobilt bank-id och till och med gått om dem, om än med knapp marginal, vad gäller Swish. Landsbygdsborna ligger nu på 96 procent för mobilt bank-id och 93 procent för Swish, jämfört med stadsborna som ligger på 96 procent för mobilt bank-id och 92 procent för Swish.

Diagram 4.6 Andel av internetanvändarna (18+ år), Använder mobilt bank-id respektive Swish, Stad/landsbygd, år 2019–2020 Q1 och Q3.

Eventuellt ser vi här en verklig coronaeffekt, där pandemin får grupper som i vanliga fall anammar digitala tjänster i maklig takt, att snabbt börja använda dem när de plötsligt ser en tydlig nytta med att göra det. Kontantfria butiker har också länge varit ett fenomen i städer, och här kanske landsbygdsbutiker nu kommit ikapp. Detta trots att både Svensk Handel[1] och Folkhälsomyndigheten[2] bedömer att kontanthantering inte innebär någon extra smittorisk.

1 https://www.svenskhandel.se/nyhetscenter/nyheter/2020/corona-kontanter-innebar-ingen-extra-smittorisk/

2 https://www.folkhalsomyndigheten.se/smittskydd-beredskap/utbrott/aktuella-utbrott/covid-19/om-sjukdomen-och-smittspridning/smittspridning/smitta-fran-foremal-mat-sedlar-paket/



Lena Björklund, 70 år, pensionär med man i riskgrupp, som blivit isolerad under pandemin.

Hur har ni haft det under pandemin?

– Min man var redan sjuk innan pandemin så det var viktigt för oss att se till att hålla oss isolerade från andra människor.

Brukade du använda internet före pandemin och vad använde du det i så fall till?

– Ja, jag har använt internet länge. Jag använder det för att söka information, läsa nyheter, se filmer och underhållning, och jag handlar på nätet.

Var handlade du mest före pandemin?

– Innan pandemin bröt ut handlade jag framför allt kapitalvaror, kläder och böcker på nätet. Det är jätteskönt att handla i lugn och ro och att få det hemskickat. När man har bestämt sig för att köpa något så kan jag kolla tester på internet och läsa om olika modeller. Då bestämmer jag vilken jag vill ha och jag slipper att gå in i en affär där en säljare ska övertyga mig om fördelar hos den ena eller andra produkten. Hemma vid datorn kan jag i lugn och ro få all information jag behöver och välja det jag vill ha.

Är det något du har börjat köpa på internet som du inte handlade där före pandemin?

– Mat. Nu beställer vi i stort sett all mat via internet. Tidigare åkte vi alltid och handlade. Men det här sättet att handla sparar massor av tid och man blir inte frestad att köpa en massa mat, godis eller det där extra goda brödet som ligger framme. För oss som är pensionärer är det självklart också en ekonomisk fördel. Man slipper handla hem mat som man inte tänkt sig eller kanske inte ens äter upp. Det blir mindre svinn.

Har du använt internet något för ditt sociala liv innan pandemin bröt ut?

– Facebook har jag haft tidigare. Att skicka meddelanden till varandra med telefonen är ett enkelt och trevligt sätt att hålla kontakten med människor.

Har det förändrats sedan dess?

– Det som är nytt är att jag har använt till exempel Zoom och Teams. I min trädgårdsförening har vi regelbundna möten och vanligtvis träffas vi hemma hos varandra. I och med corona så kan vi inte träffas på det sättet längre. Då har vi ersatt det med Teams-möten, där vi kopplar upp oss samtidigt och surrar på. Visst skulle man bara kunna skicka mejl med skriftlig information och fatta beslut, men det blir annorlunda när man kan resonera och ha en dialog.

– Vi firade också min mans födelsedag via Skype. Då har vi kunnat umgås med resten av familjen och ätit samtidigt. Det är inte som att vara på plats tillsammans, men det är ändå bättre än telefon. Flera kan vara med samtidigt, man ser varandra och det gör en stor skillnad. Det är ett bra substitut.

Hur har ditt internetanvändande påverkats av de här verktygen?

– Jag tycker att det bara är positivt. Det blir helt klart verktyg som hjälper en att kunna göra de saker man vill, så att man inte blir hindrad. Hade vi inte haft internet så hade det varit vidrigt. Det hade varit förfärligt att bli så isolerad, utanför och kontaktlös. Så, tack internet!

Under pandemin känner sig fler övervakade och oroade över att få sin personliga integritet kränkt på nätet

Vi har frågat om internetanvändarna känner sig övervakade på nätet och om de oroar sig över att myndigheter och stora företag inkräktar på deras integritet. Vi har också frågat om de kan avgöra om information på nätet är sann eller falsk och om de har utsatts för olika typer av nätbedrägerier.

Under 2019 kände sig nära hälften av svenska internetanvändare övervakade på nätet. Nästan lika stor var oron över att stora företag som Facebook och Google inkräktar på den personliga integriteten online. Oron för myndigheter är lägre, men även här växer den.

I det här kapitlet undersöker vi hur oron för myndigheter och stora företag utvecklats under coronaåret 2020, samt i vilken mån svenska internetanvändare känner sig övervakade på internet. Vi jämför 2019 med årets första kvartal (Q1) och årets tredje kvartal (Q3).

Vi ska också titta på två närliggande områden, nämligen källkritik och nätbedrägerier. Vi undersöker hur svenska internetanvändare upplever sin egen förmåga till källkritik, alltså att avgöra om information på internet är sann eller falsk. Slutligen tittar vi på i vilken omfattning internetanvändarna har blivit utsatta för olika typer av nätbedrägerier i Q3.

Innehåll kapitel 5

Digital integritet

5.1 Under pandemin känner sig allt fler oroade över att få sin integritet kränkt av storföretag på nätet
5.2 Känslan av att vara övervakad på nätet har vuxit under pandemin
5.3 Betydligt högre oro för den digitala integriteten bland de i privat sektor än de i offentlig sektor
5.4 Nära 2 av 3 som arbetat hemifrån under pandemin är oroliga för att storföretag kränker den personliga integriteten
5.5 Män mer oroliga än kvinnor över att få sin digitala integritet kränkt på nätet

Källkritik

5.6 Det har under pandemin blivit svårare för internetanvändarna att avgöra om information på nätet är sann eller falsk

5.7 Lågutbildade har svårare för källkritik än andra

Nätbedrägerier

5.8 Var femte studerande utsatt för bedrägeriförsök på nätet

5.9 Män mer utsatta än kvinnor för flera nätbedrägerier

5.10 Var fjärde med funktionsvariation utsatt för bedrägeriförsök på nätet

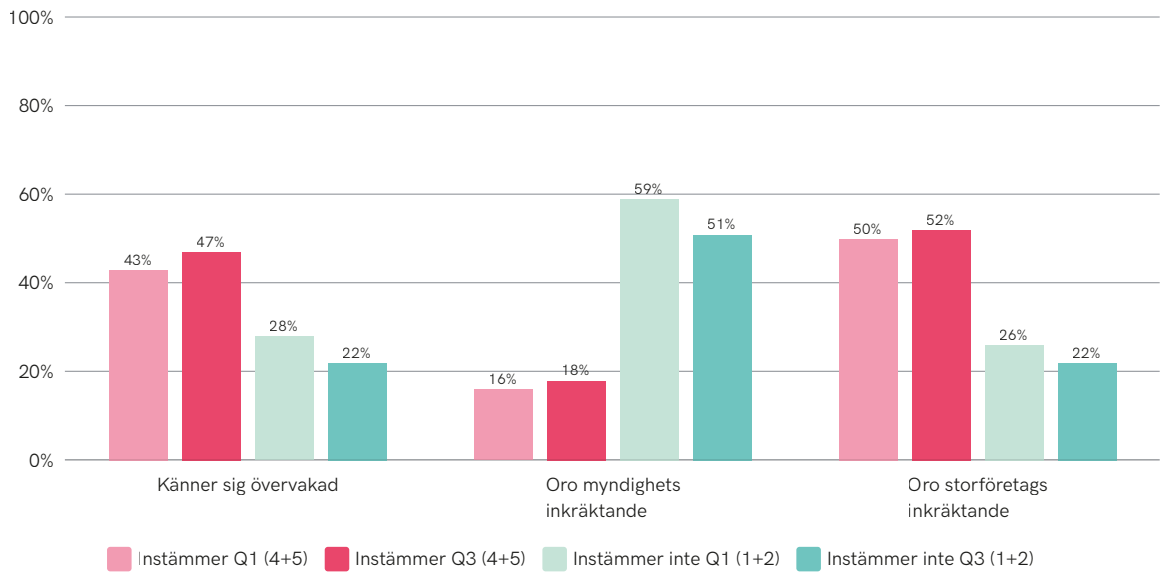
5.11 Var tionde född utanför Norden har blivit ombedd av obehörig att logga in med sitt bank-id

Digital integritet

Under pandemin känner sig fler oroade över att få sin integritet kränkt av storföretag på nätet

I denna del tittar vi på den digitala integriteten ur tre olika perspektiv. Vi har frågat de myndiga internetanvändarna om de känner sig övervakade på internet, och om de är oroliga över att dels myndigheter och dels stora företag så som Facebook och Google, inkräktar på deras personliga integritet på nätet.

Diagram 5.1 Andel av internetanvändarna (18+ år), Instämmandegrad i tre påståenden: Jag känner mig övervakad på internet/ Jag är oroad att myndigheterna inkräktar på min personliga integritet på internet/ Jag är oroad att stora företag som Google och Facebook inkräktar på min personliga integritet på internet, Skala 1-5 1=Instämmer inte alls, 5=Instämmer helt, år 2020 Q1-Q3.

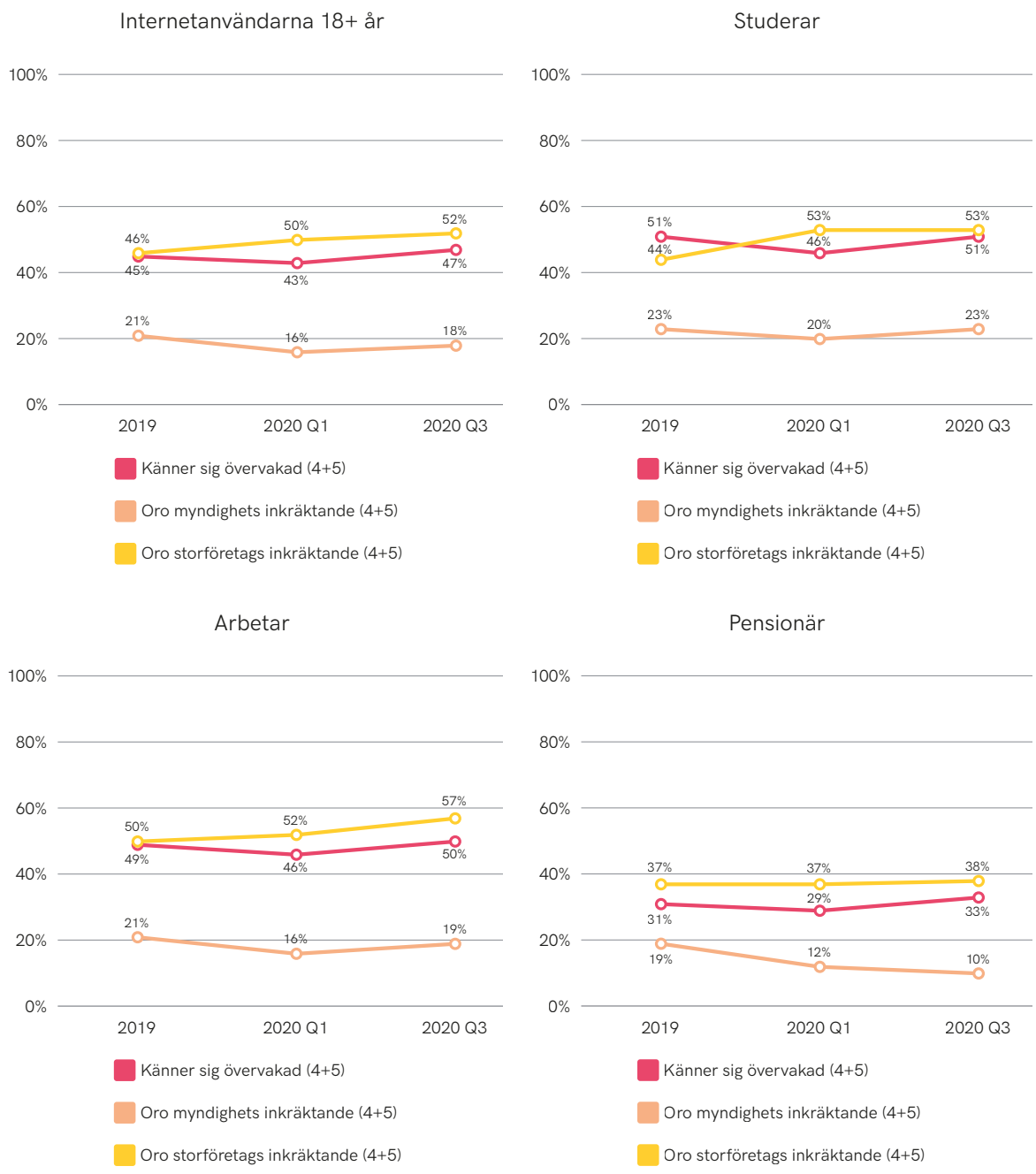


Det framgår att vi har börjat känna oss mer övervakade på nätet under pandemin, vilket nästan hälften av internetanvändarna gör i Q3. Över hälften är också oroade över storföretagens inkräktande på den personliga integriteten. Myndigheters inkräktande på ens personliga integritet är det däremot endast 18 procent som oroar sig över, och 51 procent som inte oroar sig. Den oron har dock också ökat något under pandemin.

Vilka demografiska och socioekonomiska faktorer är det då som påverkar vår upplevda digitala integritet? Det ska vi titta närmare på i kommande diagram.

Känslan av att vara övervakad på nätet har vuxit under pandemin

Diagram 5.2 Andel av internetanvändarna (18+ år), Digital integritet - Instämmandegrad i tre påståenden: Jag känner mig övervakad på internet / Jag är oroad att myndigheterna inkräktar på min personliga integritet på internet / Jag är oroad att stora företag som Google och Facebook inkräktar på min personliga integritet på internet, Skala 1-5 1=Instämmer inte alls, 5=Instämmer helt, Sysselsättning, år 2020 Q1-Q3.



Om vi delar upp internetanvändarna utifrån sysselsättning, vilket också till stor del speglar ålder, kan vi se stora skillnader i hur oron för den digitala integriteten har ändrats bland studerande, arbetare och pensionärer.

De arbetandes oro har under pandemin ökat från Q1 till Q3 på samtliga tre undersökta områden. Största ökningen bland arbetarna är oron för storföretag som Google och Facebook, vilken ökat stadigt sedan 2019 och gått från 52 procent i Q1 till 57 procent i Q3. De studerandes oro för storföretagen ökade stort mellan 2019 och 2020 Q1 men ligger kvar på samma nivå (53%) i Q3.

De internetanvändande pensionärerna är betydligt mindre oroliga för både myndigheter och storföretag än de arbetande och de studerande. För pensionärerna ligger storföretagen kvar på ungefär samma nivå från Q1 till Q3, där endast en dryg tredjedel är oroliga. När det gäller oro för myndigheters inkräktande på nätet minskade pensionärernas oro från 2019 till 2020 Q1, och endast 1 av 10 pensionärer är oroliga för myndigheters inkräktande under Q3.

Vad gäller känslan av att vara övervakad på nätet har den minskat något mellan 2019 och 2020 Q1 hos alla tre grupper (studerande, arbetande och pensionärer). Under pandemin har den däremot ökat något igen – i synnerhet bland de studerande (51%) och de arbetande (50%). Därefter är det ett större glapp till pensionärerna, där bara 33 procent känner sig övervakade i Q3.

De arbetande internetanvändarna oroar sig alltså mest. Hur ser då den digitala oron ut för de som arbetar i privat respektive offentlig sektor? Och skiljer det sig åt mellan yrkesrollerna arbetare och tjänstemän? Det ska vi titta på i nästa *diagram 5.3*.

Betydligt högre oro för den digitala integriteten bland de i privat sektor än de i offentlig sektor

Diagram 5.3 Andel av internetanvändarna (18+ år), Instämmandegrad i tre påståenden: Jag känner mig övervakad på internet / Jag är oroad att myndigheterna inkräktar på min personliga integritet på internet / Jag är oroad att stora företag som Google och Facebook inkräktar på min personliga integritet på internet, Skala 1-5 1=Instämmer inte alls, 5=Instämmer helt, Yrkesroll / Sektor, år 2020 Q1-Q3.

Nu ska vi fördjupa oss ytterligare och dela upp de arbetande internetanvändarna i yrkesroll (arbetare / tjänsteman) och sektor (privat / offentlig).

När vi jämför yrkesrollerna tjänsteman och arbetare i årets tredje kvartal (Q3) kan vi se att tjänstemännen oroar sig mer över storföretagens inkräktande på nätet än arbetarna gör – 62 respektive 51 procent. Jämfört med internetanvändarna i stort (52%) är tjänstemännen mer oroade.

Ser vi på oron över myndigheters inkräktande är det istället arbetarna som är mer oroade än tjänstemännen – 23 respektive 17 procent. Jämfört med internetanvändarna i stort (18%) är arbetarna mer oroade. Känslan av att vara övervakad på nätet är i Q3 något högre hos tjänstemän (54%) än bland internetanvändare i stort (47%).

Under pandemin har arbetarnas oro för myndigheters inkräktande ökat mer än tjänstemännens, medan tjänstemännens oro för övervakning på nätet och storföretagens inkräktande har ökat mer än arbetarnas.

Vi kan också konstatera att de som jobbar i offentlig sektor känner sig övervakade på nätet i lika hög grad som internetanvändarna i stort (47%), medan de i privat sektor känner sig övervakade i högre grad (55%).

Oron för myndigheter är större i privat sektor (23%) än bland internetanvändarna (18%), men lägre i offentlig sektor (15%). Personer som jobbar i offentlig sektor är alltså mindre oroade över myndigheters inkräktande, eventuellt för att det i många fall är deras egen arbetsplats och arbetsgivare. Oron för storföretag är lika utbredd i offentlig sektor som bland internetanvändarna i stort (52%), men större i privat sektor (61%).

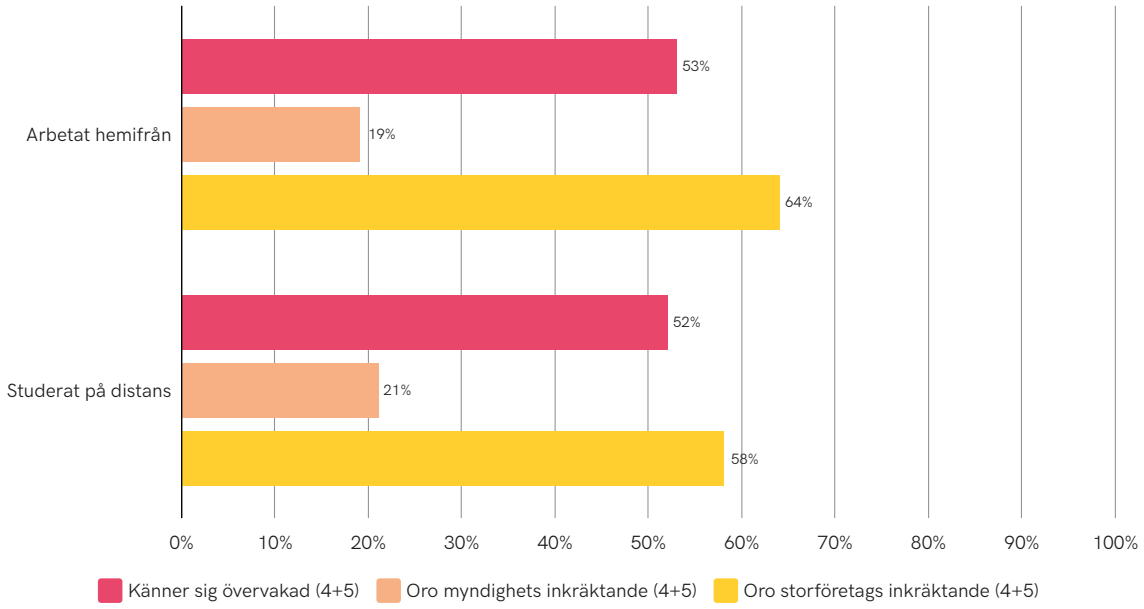
Under pandemin har oron för myndigheters inkräktande ökat mer bland personer som jobbar i offentlig sektor än bland de som jobbar i privat sektor. Samtidigt har känslan av att vara övervakad på nätet, och oron för storföretags inkräktande ökat mer bland personer som jobbar i privat sektor än för de i offentlig sektor.

Hur har då den digital integriteten online påverkats hos de som har arbetat hemifrån, och hos de som studerat på distans? Det visar nästa *diagram 5.4*.

Nära 2 av 3 som arbetat hemifrån under pandemin är oroliga för att storföretag kränker den personliga integriteten

Av de som under pandemin har arbetat hemifrån är 64 procent oroliga för storföretagens inkräktande på den personliga integriteten, vilket är mycket mer än hos de myndiga internetanvändarna i stort (52%). De känner sig också i högre grad övervakade på nätet än många andra samhällsgrupper, vilket även gäller de som studerat på distans.

Diagram 5.4 Andel av internetanvändarna (18+ år), Instämmandegrad i tre påståenden: Jag känner mig övervakad på internet / Jag är oroad att myndigheterna inkräktar på min personliga integritet på internet / Jag är oroad att stora företag som Google och Facebook inkräktar på min personliga integritet på internet, Skala 1-5 1=Instämmer inte alls, 5=Instämmer helt, Arbetat hemifrån / Studerat på distans, år 2020 Q3.



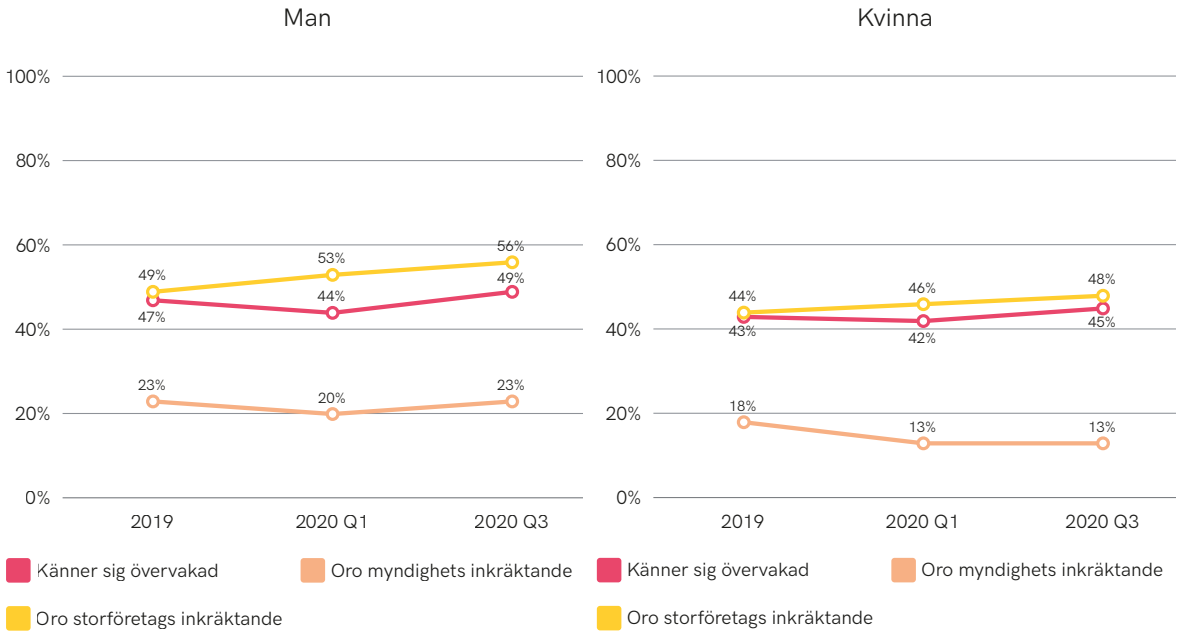
De som har gått en utbildning på distans känner sig också mer oroade över storföretagen – 58 procent oroar sig. De är dessutom mer oroade över myndigheters inkräktande på nätet (21%) än både de som arbetat hemifrån (19%) och internetanvändarna i stort (18%). Mer om arbete hemifrån finns att läsa i *kapitel 2: Arbeta hemifrån.*

I nästa *diagram 5.5* ska vi ta reda på hur oron för den digitala integriteten på nätet skiljer sig åt mellan män och kvinnor.

Män mer oroliga än kvinnor över att få sin digitala integritet kränkt på nätet

Männens oro över sin digitala integritet har ökat under pandemin. Oro för myndigheters inkräktande har gått upp från 20 procent i Q1 till 23 procent i Q3. Här är det stor skillnad mot kvinnorna som ligger på 13 procent både i Q1 och Q3.

Diagram 5.5 Andel av internetanvändarna (18+ år), Jag känner mig övervakad på internet / Jag är oroad att myndigheterna inkräktar på min personliga integritet på internet / Jag är oroad att stora företag som Google och Facebook inkräktar på min personliga integritet på internet, Oroad (4+5) i 5-gradig instämmandeskala 5=Instämmer helt, 1=Instämmer inte alls, Kön, år 2019, 2020 Q1–Q3.



Männens oro är också betydligt större än kvinnornas när det gäller storföretagens inkräktande på den personliga integriteten. Den ligger på 56 procent i Q3, medan kvinnorna ligger på 48 procent. Samma mönster ser vi när det gäller känslan att vara övervakad på nätet där männens oro har ökat 5 procentenheter under pandemin till 49 procent och kvinnornas bara 2 procentenheter till 44 procent.

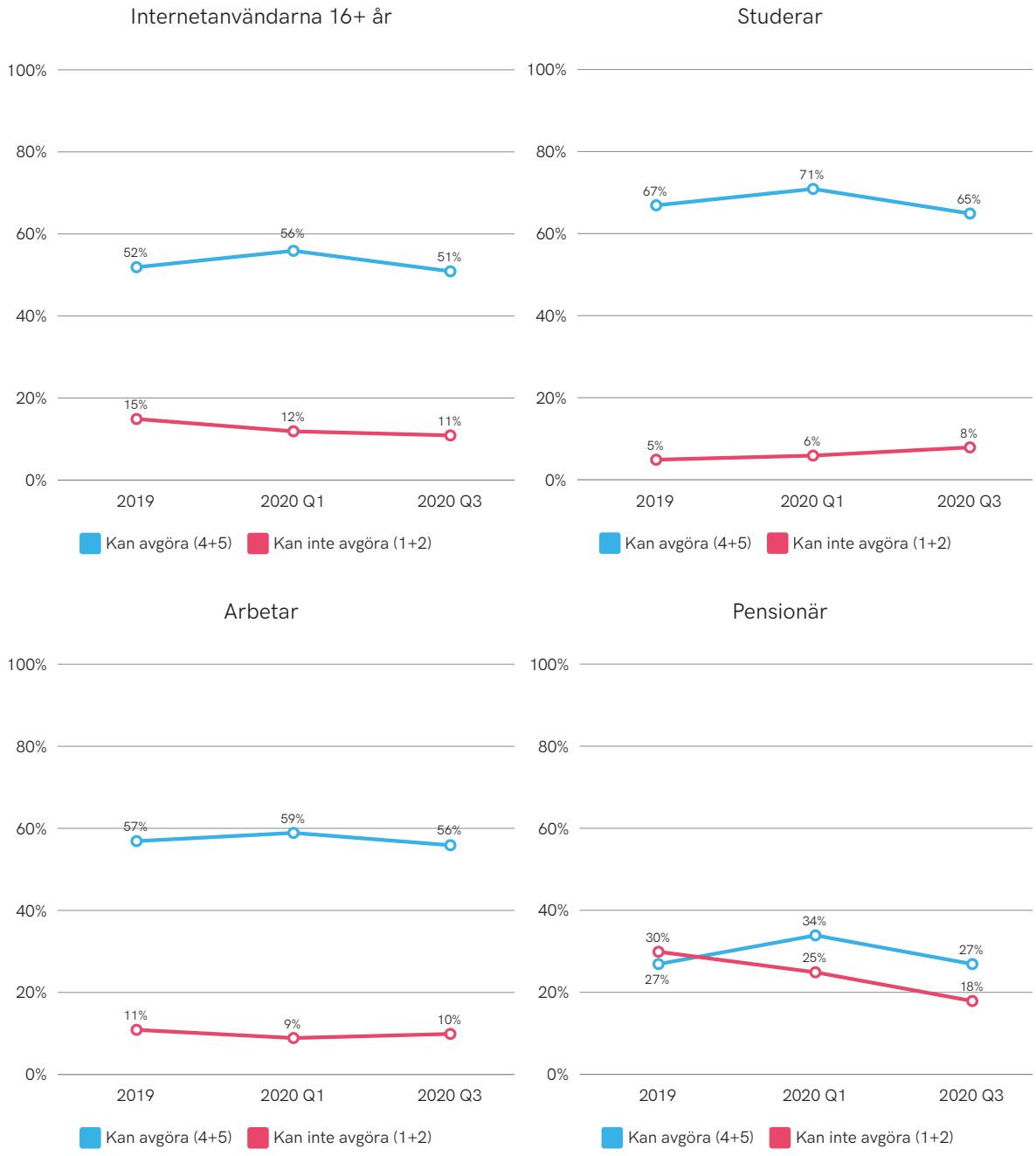
Det finns flera grupper som kan vara intressanta att titta närmare på vad gäller den digitala integriteten, som till exempel olika hushållsinkomster, utbildningsnivå och personer med funktionsvariation. För dessa hänvisar vi till *tabellbilagan*.

I nästa *diagram 5.6* ska vi undersöka en annan viktig fråga som blivit allt mer aktualiserad under pandemin, nämligen förmågan till källkritik.

Källkritik

Det har under pandemin blivit svårare för internetanvändarna att avgöra om information på nätet är sann eller falsk

Diagram 5.6 Andel av internetanvändarna (16+ år), Källkritik – kan avgöra om information på internet är sann eller falsk, år 2019-2020 Q1 och Q3.



Källkritik, det vill säga att kritiskt kunna granska och bedöma trovärdigheten i det som skrivs på nätet, är en viktig kunskap både för den egna världsbilden och för att undvika att falsk information får fäste och sprids i vårt samhälle. Här frågar vi internetanvändarna hur de själva bedömer sin förmåga att avgöra vad som är sant och falskt av den information som finns på internet.

Den upplevda källkritiska förmågan ökade hos internetanvändarna från 2019 (52%) till 2020 Q1 (56%), men coronapandemin tycks ha knuffat tillbaka den igen. Endast 51 procent i Q3 anger att de kan avgöra om information på nätet är sann eller falsk – en minskning på 5 procentenheter från årets första kvartal.

Störst självförtroende inom källkritik har de studerande, alltså främst de yngre, där cirka två tredjedelar (65%) anger att de kan göra den bedömningen. Det källkritiska självförtroendet har dock sjunkit en del hos dessa unga från Q1 (71%).

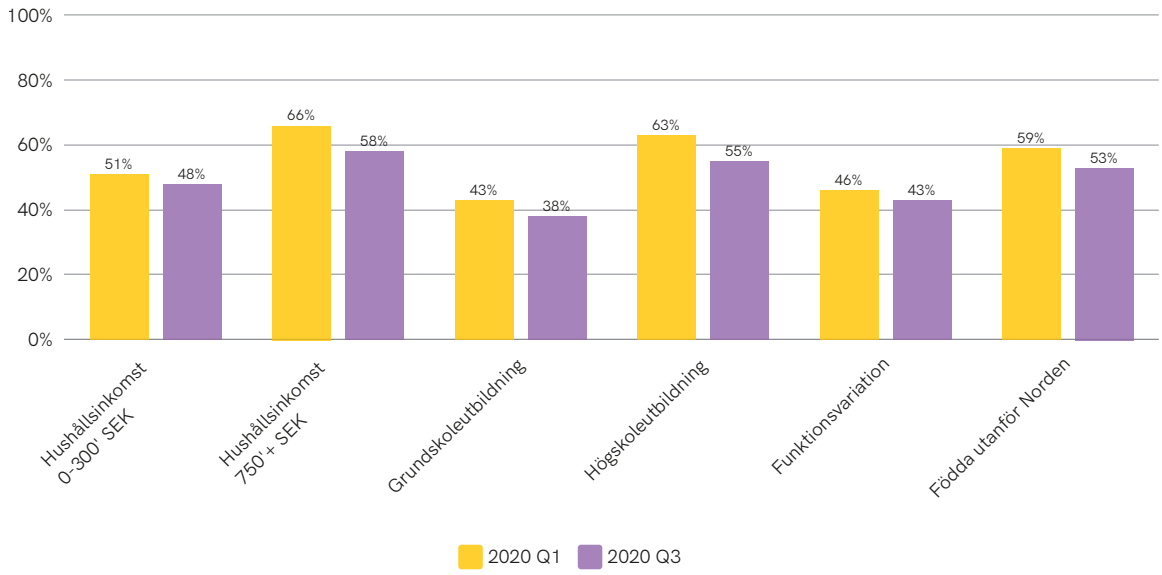
Mest osäkra känner sig pensionärerna, där endast drygt var fjärde (27%) känner att de kan skilja sann information från falsk i Q3 2020. De internetanvändande pensionärerna har dock gjort en stor källkritisk resa sedan 2019. Då var det fler som angav att de inte kunde avgöra vad som var sant eller falskt på nätet än som kunde det. Detta vände stort i Q1 2020, då 34 procent svarade att de kan avgöra och 25 procent svarade att de inte kan avgöra. Båda posterna har sedan minskat under pandemin.

Hur har pandemin påverkat den källkritiska förmågan hos olika demografiska och socioekonomiska grupper? Finns det några som sticker ut eller några som påverkats mer? Detta kommer vi att rikta strålkastarljuset mot i nästa *diagram 5.7*.

Lågutbildade har svårare för källkritik än andra

Olika grupper i samhället har olika svårt att avgöra om information på nätet är sann eller falsk. Vi ska här titta närmare på några grupper som sticker ut när det gäller uppfattningen om sin egen förmåga till källkritik, jämfört med internetanvändarna i stort (51%). Vi ska också se om några grupper förändrat sitt källkritiska självförtroende mer än andra under pandemin.

Diagram 5.7 Andel av internetanvändarna (16+ år), Kan avgöra om information på internet är sann eller falsk, år 2020 Q1–Q3.



Lägst upplevd källkritisk förmåga har i jämförelse de med endast grundskoleutbildning (38%), där siffran dessutom minskat med 5 procentenheter sedan Q1. Personer med en funktionsvariation (43%) och personer i låginkomsthushåll (48%) ligger också under genomsnittet. Här ska vi återigen komma ihåg att dessa olika grupper till stor del överlappar varandra, och kan bestå av samma människor.

Några som i Q3 bedömer sig ha större källkritisk förmåga än internetanvändarna i stort (51%) är personer som bor i höginkomsthushåll (58%), högskoleutbildade (55%) och utlandsfödda (53%). Alla dessa tre grupper har dock tappat stort när det gäller den upplevda källkritiska förmågan under pandemin.

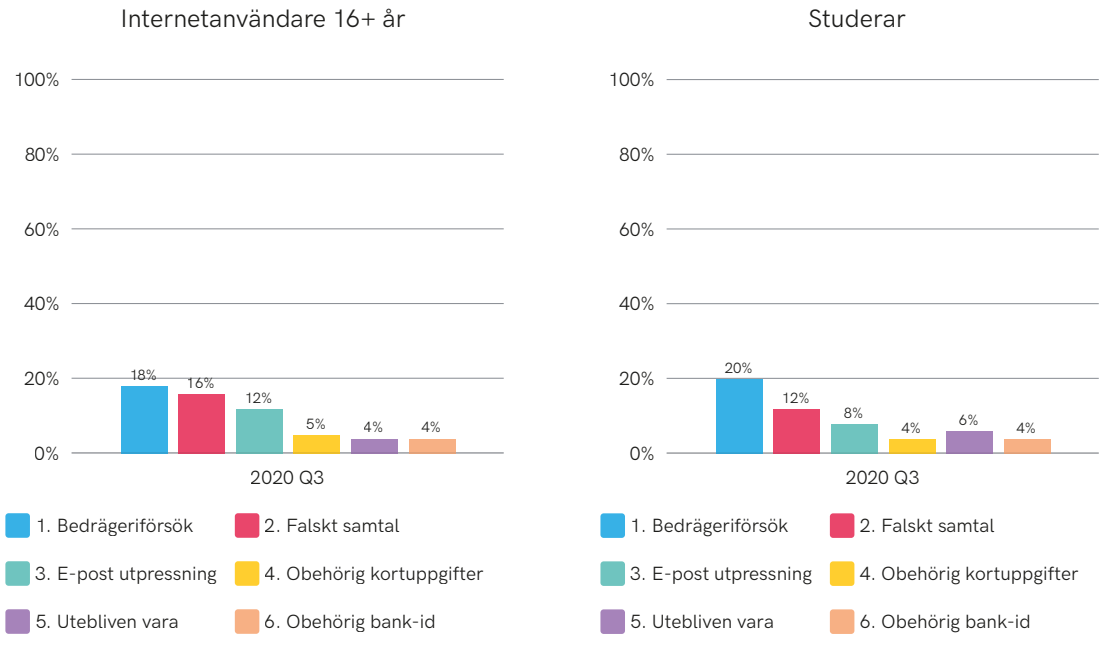
Nu ska vi vända blicken från källkritik för att i kommande diagram titta på i vilken grad Sveriges internetanvändare har utsatts för nätbedrägerier av olika slag.

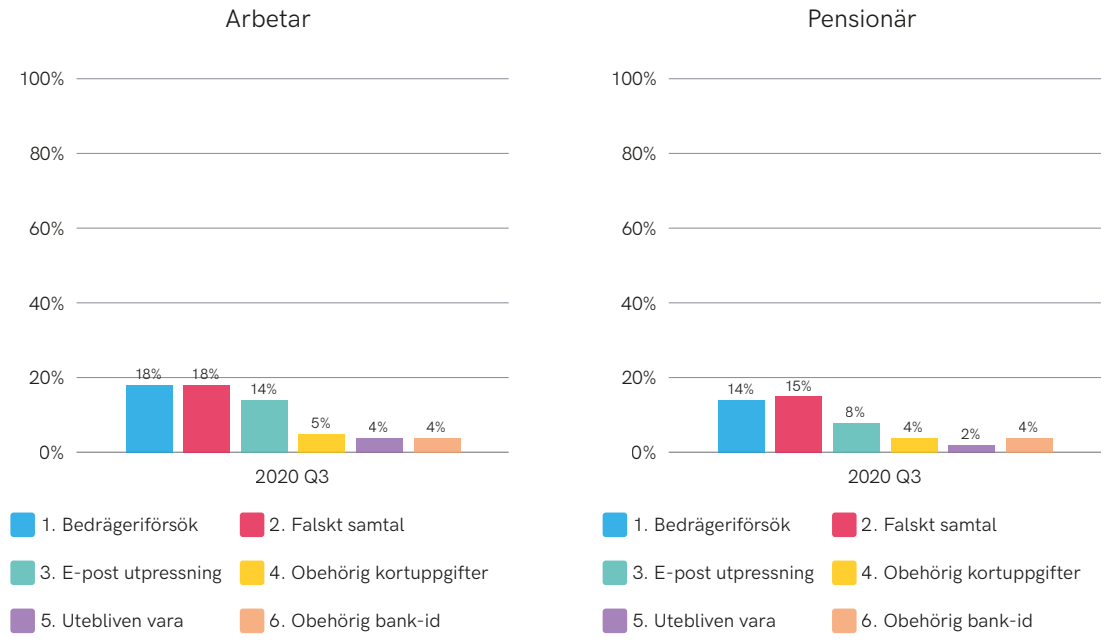
Nätbedrägerier

Var femte studerande utsatt för bedrägeriförsök på nätet

Vi har frågat internetanvändarna om de blivit utsatta för sex stycken olika typer av bedrägeribrott på nätet. Den brottstyp som flest uppger sig ha utsatts för är bedrägeriförsök på nätet – detta har drabbat nära var femte internetanvändare. Därefter följer att mer än var sjunde har fått samtal från en falsk helpdesk om påstådda datorproblem. Därefter har mer än var tionde fått e-post med hot om utpressning. Runt 4–5 procent av internetanvändarna har också blivit utsatta för att någon obehörig har använt deras kontokortsuppgifter eller bett dem logga in med bank-id, eller att de betalat för en produkt på en begagnatsajt som de sen inte fått.

Diagram 5.8 Andel av internetanvändare (16+ år), Någon gång blivit utsatt för olika typer av nätbedrägerier, 1. Utsatt för bedrägeriförsök på internet / 2. Fått samtal från en falsk kundsupport/helpdesk om problem med din dator 3. Fått e-post med hot om utpressning / 4. Blivit utsatt för att någon obehörig har använt dina kredit- och/eller kontokortsuppgifter / 5. Köpt eller betalat för en vara på begagnatsajt som du inte fått / 6. Blivit kontaktad av någon obehörig som bett dig att logga in med ditt bank-id, Sysselsättning, år 2020 Q3.





Sett till sysselsättning är de studerande – som till stor del är yngre – mer utsatta för bedrägeriförsök på nätet, på 20 procent följt av de arbetande på 18 procent. Bland pensionärerna svarar 14 procent att de utsatts.

Samtal från en falsk helpdesk om datorproblem har 18 procent av de arbetande utsatts för, vilket är högre grad än pensionärerna (15%) och de studerande (12%). Av de arbetande har också 14 procent fått e-post med hot om utpressning – det är högre grad än studerande (8%) och pensionärer (8%).

De studerande (6%) drabbas däremot oftare av att betala för en vara på en begagnatsajt som de sen inte får. Motsvarande siffra för de arbetande är 4 procent och för pensionärer 2 procent.

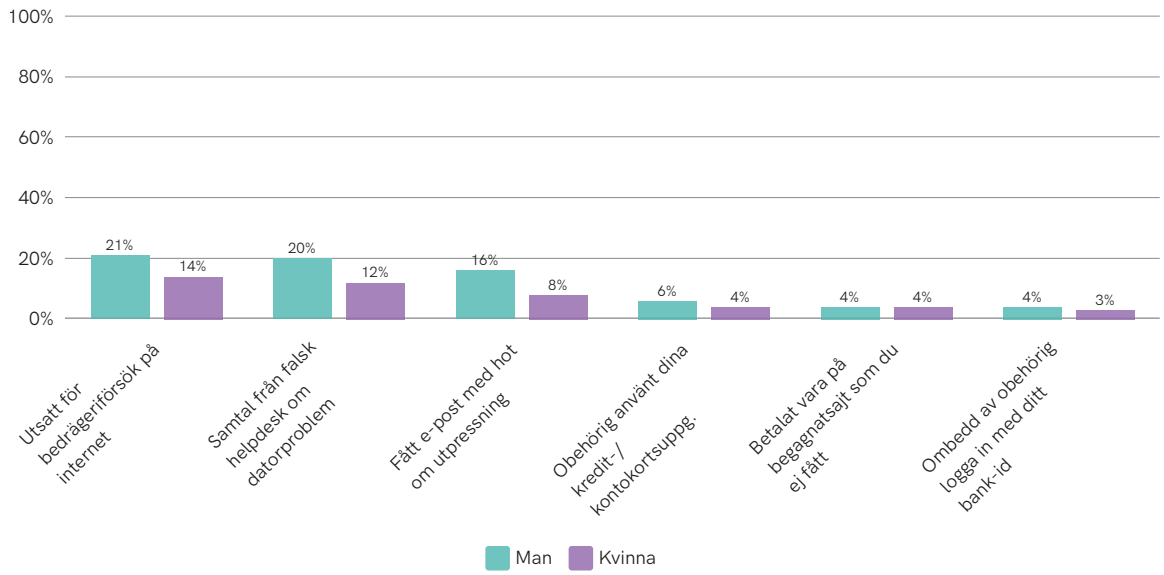
Tilläggas bör att bedrägeribrott generellt kan fluktuera över tid beroende på dels aktivitet bland brottsaktörer och dels anmälningsbenägenheten för olika brott. Mer om bedrägeribrott finns hos Brottsförebyggande rådet[1] (Brå) vars statistik givetvis inrymmer fler än de sex bedrägeribrott på nätet vi har frågat om.

1 https://www.bra.se/om-bra/nytt-fran-bra/arkiv/nyheter/2020-10-15-anmalda-brott-fa-tydliga-konsekvenser-av-pandemin-i-september.html

Män mer utsatta än kvinnor för flera nätbedrägerier

När vi fördelar på kön ser vi att en större andel män är utsatta än kvinnor för över hälften av de sex bedrägerityper vi undersökt. 2 av 5 män drabbas av bedrägeriförsök på nätet, och har fått samtal från falsk helpdesk om datorproblem jämfört med drygt 1 av 5 kvinnor. Det är även stor skillnad mellan könen när det gäller att få e-post med hot om utpressning, där 16 procent av männen drabbats jämfört med 8 procent av kvinnorna.

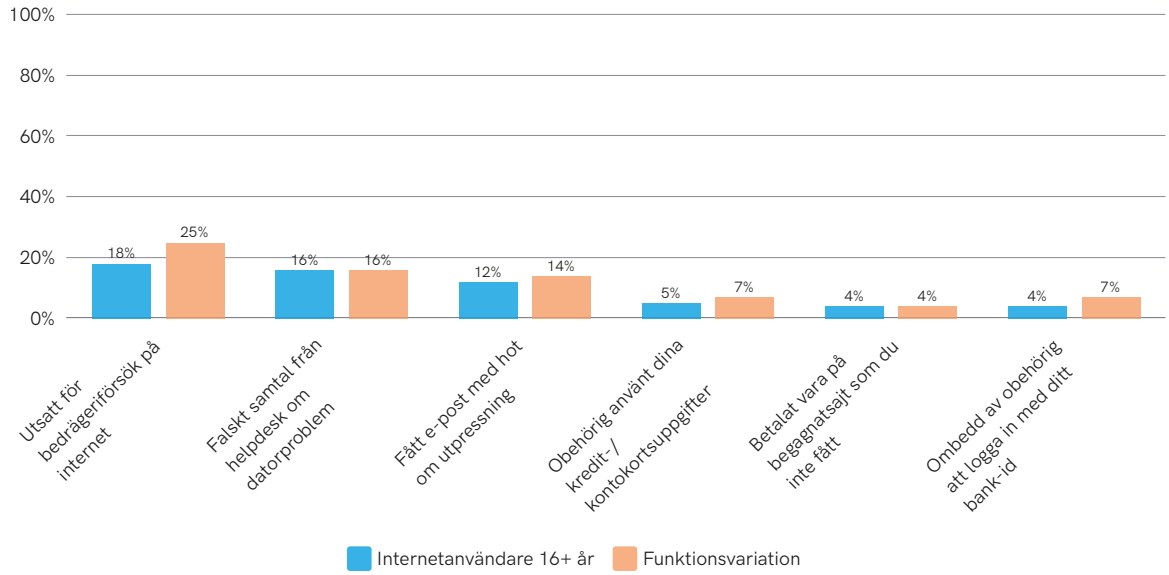
Diagram 5.9 Andel av internetanvändare (16+ år), Någon gång blivit utsatt för olika typer av nätbedrägerier, Kön, år 2020 Q3.



Var fjärde med funktionsvariation utsatt för bedrägeriförsök på nätet

Var fjärde person med någon funktionsvariation har varit utsatt för bedrägeriförsök på nätet, alltså 25 procent. Det är betydligt fler än internetanvändarna i stort (18%). Personer med funktionsvariation drabbas också i något högre grad än internetanvändarna i stort av e-post med hot om utpressning, och att någon obehörig bett dem att logga in med sitt bank-id eller använt deras kortuppgifter.

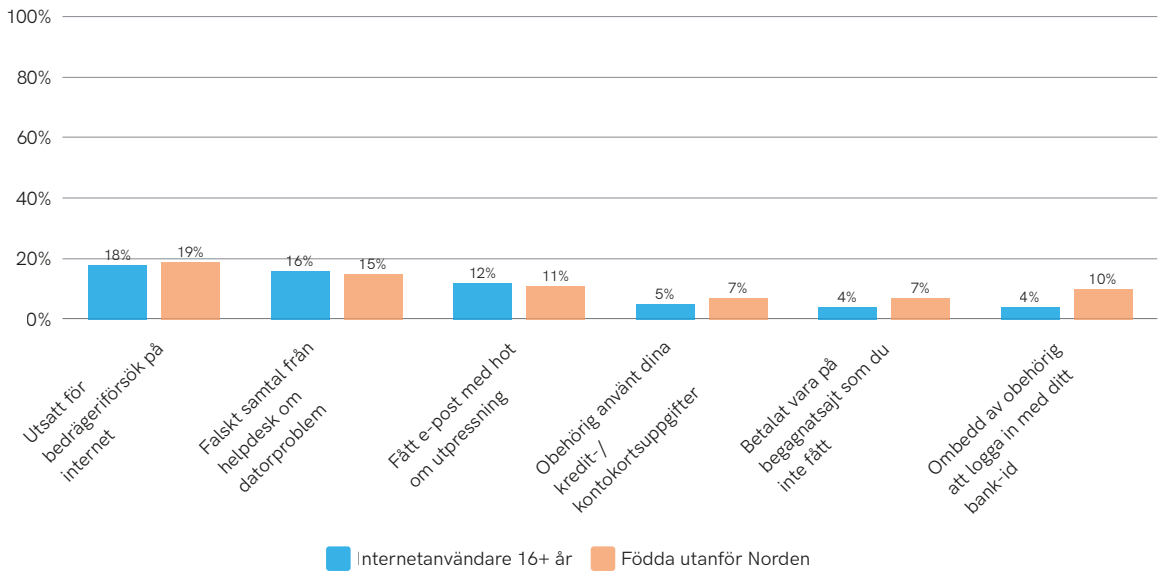
Diagram 5.10 Andel av internetanvändare (16+ år), Någon gång blivit utsatt för olika typer av nätbedrägerier, Funktionsvarierade, år 2020 Q3.



Var tionde född utanför Norden har blivit ombedd av obehörig att logga in med sitt bank-id

Personer födda utanför Norden drabbas i högre grad än internetanvändarna i stort av att någon obehörig bett dem logga in med sitt bank-id, detta har drabbat 10 procent av dem jämfört med 4 procent bland internetanvändarna i stort. Därtill har fler som är födda utanför Norden drabbats av att inte få en betald vara från en begagnatsajt, och att någon obehörig använt deras kortuppgifter.

Diagram 5.11 Andel av internetanvändare (16+ år), Någon gång blivit utsatt för olika typer av nätbedrägerier, Födda utanför Norden, år 2020 Q3.



Traditionell media minskar och digital ökar

Vi har frågat Sveriges internetanvändare om hur de konsumerar olika typer av media, både traditionella och digitala medier, för tittande, lyssnande och läsande.

Digitaliseringen av medier har pågått länge, men traditionella medier som dagstidningar, radio och tv fortsätter att existera parallellt med sina digitala motsvarigheter. Ofta påminner de digitala tjänsterna mycket om sina föregångare – strömmande digital radio fungerar till exempel på i stort sett samma sätt som traditionell radio. Den stora skillnaden är framförallt att digitala tjänster kan erbjuda sitt sortiment ”on demand”, det vill säga att vi kan välja just det program vi vill se eller höra när som helst. Digitala medier som poddar och strömmande tjänster har också ett helt annat utbud, där till exempel varje strömmande musiktjänst ger tillgång till mer musik än någon enskild radiokanal eller skivbutik. Med SVT Play erbjuds ett programarkiv som sträcker sig åratal tillbaka i tiden, även om det precis som traditionell tv oftast spelas upp i vardagsrummet på en tv-apparat.

Digitala tjänster blir dessutom allt mer sammanlänkade med varandra och en tjänst kan byggas ut med olika typer av innehåll. Spotify är till exempel en strömmande musiktjänst, men erbjuder numera både ljudböcker och poddar i samma abonnemang. Detta föränderliga digitala medielandskap bör vi ta med oss i läsningen av detta kapitel. Det är inte alltid säkert att internetanvändarna är införstådda med skillnaden mellan en playtjänst som SVT Play och en renodlad strömmande videotjänst som Netflix. De tycker kanske heller inte att det är meningsfullt att göra skillnad mellan att lyssna på en podd eller ta del av Sveriges Radios digitala radioprogram (som dessutom också brukar släpps i poddformat).

I tidigare upplagor av *Svenskarna och internet* har vi också tagit upp frågor om strömmande tjänster, men med andra frågeformuleringar och svarsalternativ. Dessa resultat är därmed inte jämförbara med årets undersökning. I 2020 års tredje kvartal (Q3) frågade vi internetanvändarna om en rad olika medieslag, varav några var nya för 2020 Q1 och andra har jämförbara värden från 2019. Där vi inte har mätvärden för 2020 Q1 kan vi alltså inte uttala oss specifikt om vad som skett under pandemin,

utan visar istället den totala utvecklingen från 2019 till 2020 Q3. Det inrymmer givetvis de förändringar som skett sedan pandemin bröt ut.

Innehåll kapitel 6

Traditionell media vs digital media – en översikt

6.1 Traditionell media fortsätter att minska

Titta

6.2 Tv-kanalernas playtjänster har gått om traditionellt tv-tittande
6.3 Pensionärer har börjat använda strömmande videotjänster och playtjänster mer
6.4 Strömmande videotjänster används av drygt 9 av 10 internetanvändare i åldern 16–45 år

Lyssna

6.5 Poddar växer kraftigt
6.6 Pensionärerna har gått om de studerande i att lyssna på digital radio
6.7 I åldern 16–55 år är strömmande musiktjänst förstahandsvalet för lyssnande

Läsa

6.8 Pappersböcker minskar och digitala böcker ökar
6.9 Ljudböcker ökar – men inte hos de studerande
6.10 De yngsta 16–25 år läser dagstidningar och pappersböcker i lägre grad än andra

Strömma, prenumerera och betala

6.11 Nära två tredjedelar betalar för strömmande tjänster, men inte ens hälften för en dagstidningsprenumeration
6.12 Betydligt fler använder digitala medietjänster än betalar för dem
6.13 Färre än 1 av 10 betalar för att stödja en upphovsman direkt
6.14 Nära 2 av 10 köper varor på rekommendation av känd influencer
6.15 Unga i åldern 16–35 år stödjer upphovsmän direkt och köper på rekommendation av influencer mer än andra

Nyhetskälla coronaviruset

6.16 Var fjärde har använt myndigheters webbplatser som huvudsaklig källa för uppdateringar om coronaviruset
6.17 9 av 10 pensionärer har haft tv som huvudsaklig källa för ny information om coronaviruset
6.18 6 procent av de yngsta 16–19 år har inte velat ta del av nyheter om coronaviruset

Traditionell media vs digital media – en översikt

Traditionell media fortsätter att minska

Diagram 6.1 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder olika traditionella respektive digitala medier minst någon gång, år 2019 och 2020 Q3.

I detta diagram ska vi jämföra några olika traditionella medier med deras digitala motsvarigheter. De utvalda traditionella medier vi lyfter här är radio, tv, dagstidningar och böcker vilka jämförs med motsvarigheterna digital radio, tv-kanalers playtjänster, digitala dagstidningar och digitala böcker (både e-böcker och ljudböcker).

Sedan 2019 har tv-kanalernas olika playtjänster (exempelvis SVT Play och TV4 Play) gått om det traditionella tv-tittandet bland internetanvändarna 16+ år. Playtjänsterna har ökat med 8 procentenheter från 2019 och användningen ligger på 89 procent i 2020 års tredje kvartal (Q3). Skillnaden i användning mellan traditionell tv och playtjänster är dock fortfarande liten, då det i Q3 endast skiljer tre procentenheter.

Pappersdagstidningen har tappat mark och minskat med totalt 5 procentenheter från 2019 till 2020 Q3, där den ligger på 72 procent. Den digitala dagstidningen har stått still sedan 2019 och ligger kvar på 80 procent i 2020 Q3. Skillnaden i användning mellan den digitala dagstidningen och pappersdagstidningen har därmed ökat sedan 2019; då var skillnaden 3 procentenheter, vilket i 2020 Q3 har mer än dubblerats till 8 procentenheter.

Traditionell radio har minskat med 7 procentenheter från 2019 till 74 procent i 2020 Q3. Lyssnandet på digital radio har däremot inte rört sig så mycket – det ligger på 64 procent i 2020 Q3, vilket är 2 procentenheter mer än 2019. Därmed är det fortfarande fler som lyssnar på traditionell radio än digital. Även om skillnaden har minskat ligger den i Q3 på 10 procentenheter.

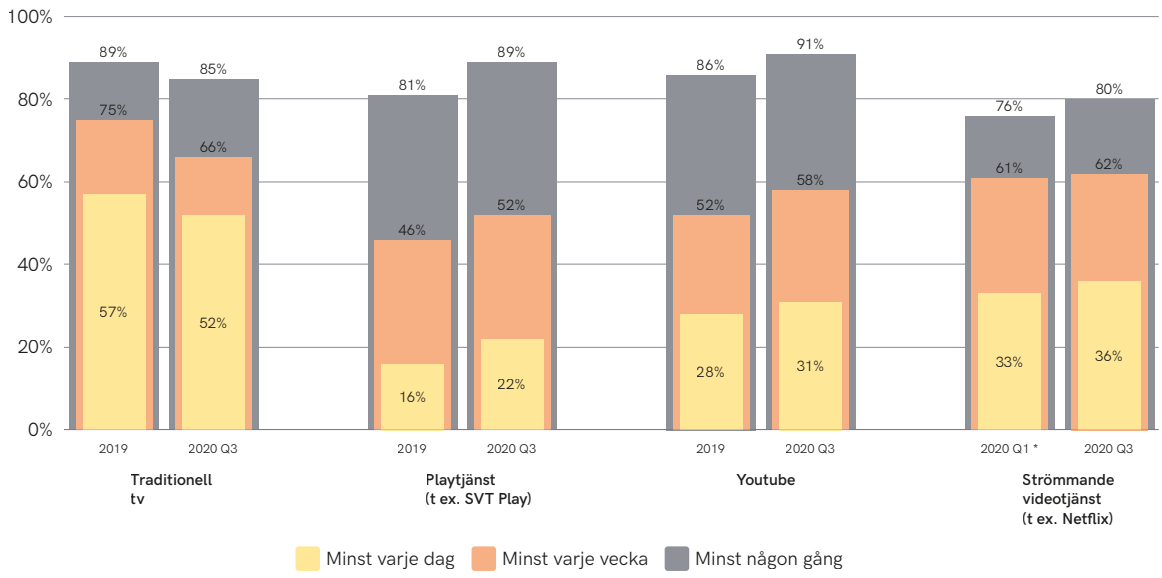
Pappersböcker är fortfarande betydligt mer populära än dess digitala motsvarigheter (e-böcker och ljudböcker). Läsningen av pappersböcker har en nedåtgående trend, medan digitala böcker rört sig något uppåt. Sedan 2019 har pappersböcker minskat med 5 procentenheter till 83 procent i 2020 Q3, samtidigt som digitala böcker har ökat med 6 procentenheter till 47 procent i 2020 Q3. Det är dock fortfarande hela 36 procentenheter som skiljer mellan traditionella böcker och digitala.

Titta

Tv-kanalernas playtjänster har gått om traditionellt tv-tittande

I detta diagram jämför vi fyra olika medieslag för tittande bland internetanvändarna 16+ år. Vi kunde konstatera i *diagram 6.1* att tv-kanalernas playtjänster under pandemin gått om traditionellt tv-tittande totalt sett, och i Q3 tittar 85 procent på traditionell tv medan 89 procent tittar på playtjänster. Ser vi till de som tittar varje vecka eller dagligen så har traditionell tv fortfarande ledningen – mer än hälften tittar på traditionell tv varje dag, men endast drygt 2 av 10 tittar på playtjänsterna dagligen.

Diagram 6.2 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder traditionell tv tv-kanals playtjänst, Youtube samt strömmande videotjänst, år 2019 och 2020 Q3. *) Obs! Data för strömmande videotjänst saknas för 2019, staplarna för tjänsten visar 2020 Q1 och Q3.

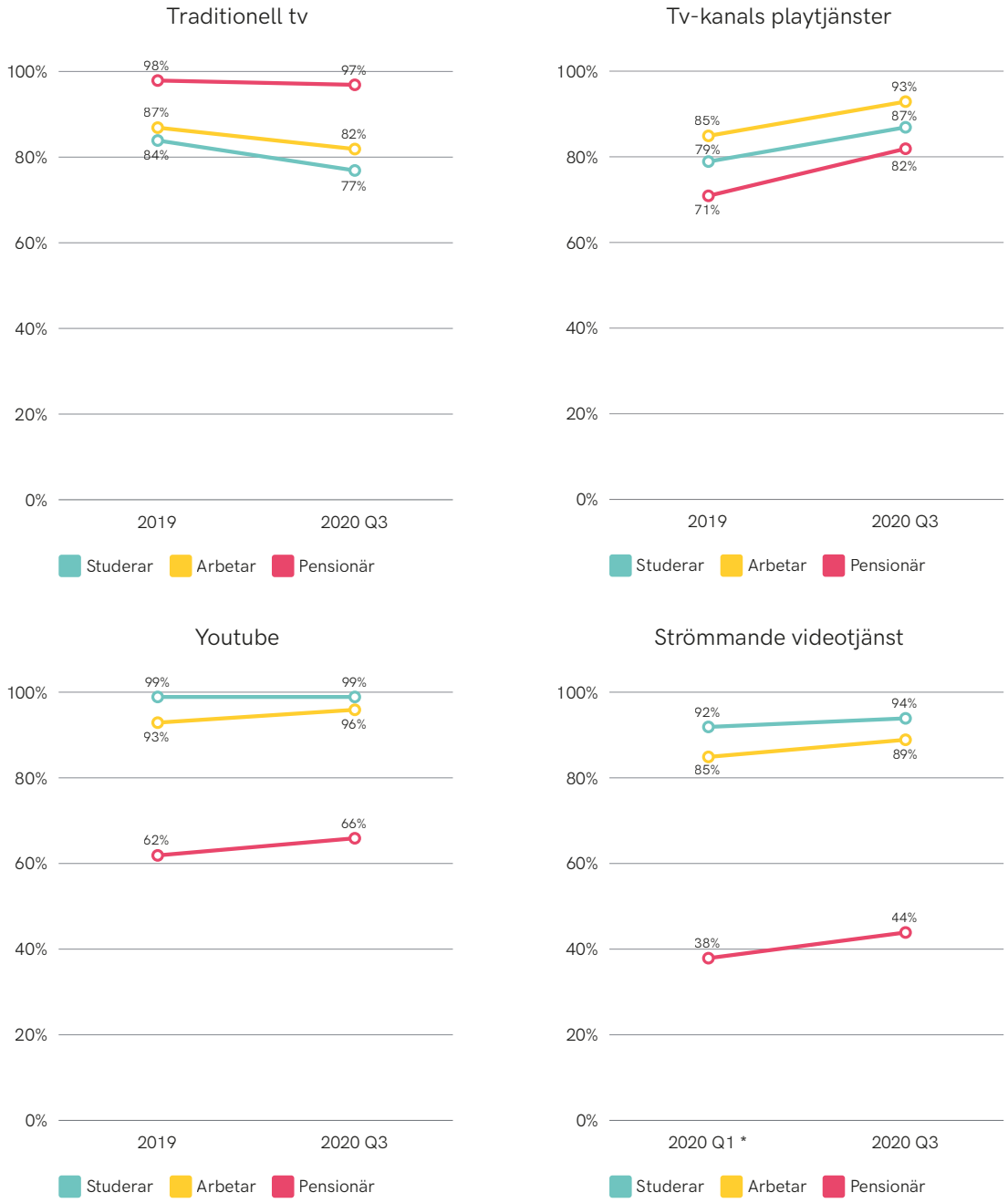


Att titta på olika strömmande videotjänster (för film och tv-serier) har ökat med 4 procentenheter under pandemin, och det gör nu 4 av 5 totalt sett. Det dagliga tittandet på strömmande videotjänster är 36 procent, och det är högre än det dagliga tittandet på playtjänster (22%).

Youtube kan delvis ses som en strömmande videotjänst, men står för sig själv i jämförelsen då den framförallt erbjuder innehåll som användarna själva laddat upp, samt att de flesta använder tjänsten gratis. Youtube har ökat sedan 2019 – från 86 procent till 91 procent i 2020 Q3. Drygt 9 av 10 internetanvändare 16+ år tittar alltså på Youtube. Det är dock bara 31 procent som tittar på Youtube dagligen, vilket är lägre än både strömmande videotjänster (36%) och traditionell tv (52%).

Pensionärer har börjat använda strömmande videotjänster och playtjänster mer

Diagram 6.3 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder olika traditionella respektive digitala medier för tittande minst någon gång, Sysselsättning, år 2019 och 2020 Q3. *) Obs! Data för strömmande videotjänst saknas för 2019, linjerna för tjänsten visar 2020 Q1 och Q3.



Precis som i föregående *diagram 6.2* ska vi nu jämföra fyra olika medieslag för tittande bland internetanvändare 16+ år. Nu ska vi däremot fördela tittandet på sysselsättning, vilket vi påminner om också till stor del speglar internetanvändarnas ålder.

De studerande – alltså till stor del de yngre – är de största konsumenterna av både Youtube (99%) och strömmande videotjänster (94%). Youtube har legat på samma höga nivå bland de studerande sedan 2019, och strömmande videotjänster har ökat lite under pandemin. De studerande har också stadigt ökat sitt tittande på playtjänster, och landar i Q3 på 87 procent. Traditionellt tv-tittande minskar dock bland de studerande, från 84 procent år 2019 till 77 procent i 2020 Q3.

De arbetande tittar också allt mindre på traditionell tv, vilket har minskat sedan 2019. Samtidigt har de ökat sin konsumtion av Youtube, playtjänster och strömmande videotjänster.

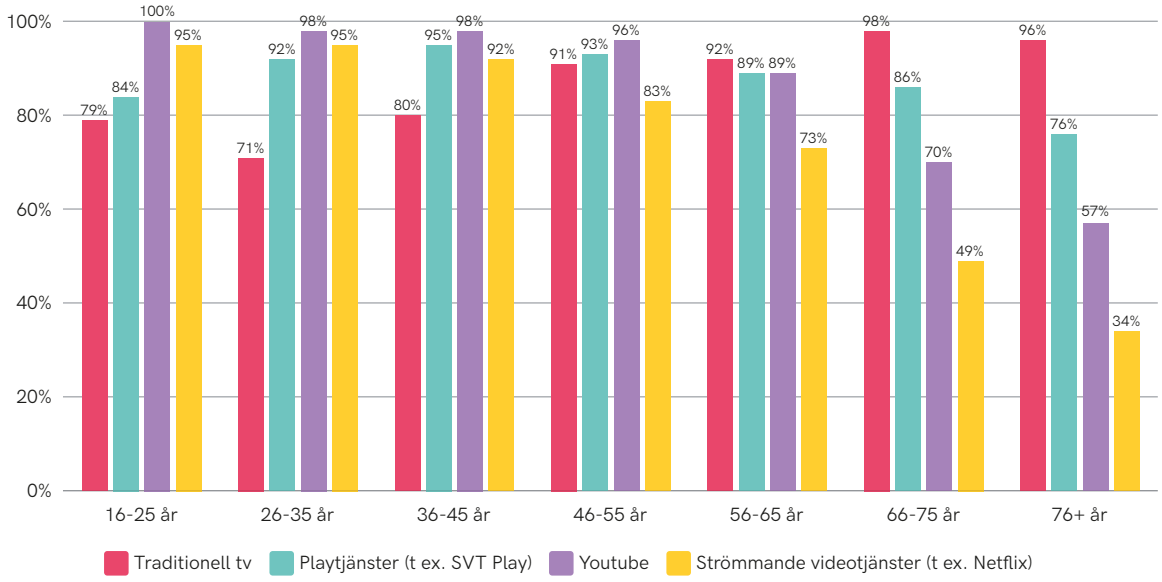
Pensionärerna är de som i högst grad håller fast vid det traditionella tv-tittandet – hela 97 procent i 2020 Q3. Sedan 2019 har pensionärerna däremot också ökat sin användning av de andra tjänsterna i jämförelsen. Att titta på playtjänster har ökat med hela 11 procentenheter till 82 procent, Youtube används av 66 procent av pensionärerna, efter en lite mer långsam ökning sedan 2019. Strömmande videotjänster har sedan 2020 Q1 ökat med 6 procentenheter till 44 procent i Q3. Det är alltså fortfarande fler pensionärer som tittar på Youtube än som använder strömmande videotjänster såsom Netflix, även om den sistnämnda ökat mer under pandemin.

I nästa *diagram 6.4* ska vi titta på hur fördelningen av dessa medieslag ser ut på faktiska åldersgrupper.

Strömmande videotjänster används av drygt 9 av 10 internetanvändare i åldern 16–45 år

Traditionellt tv-tittande är som lägst i åldern 26–35 år och blir gradvis mer vanligt ju längre upp i ålder vi kommer. Brytpunkten där internetanvändarna ser mer på traditionell tv än övriga medieslag ligger på 56–65 år.

Diagram 6.4 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder olika traditionella respektive digitala medier för tittande minst någon gång, Ålder, år 2020 Q3.



Runt 9 av 10 internetanvändare i åldern 26–65 år använder tv-kanalernas playtjänster minst någon gång. Sedan 2019 har ökningen varit störst bland de äldre, i synnerhet de allra äldsta på 76+ år. I åldern 66–75 år använder 86 procent playtjänster, vilket med en liten marginal är något fler än i åldern 16–25 år, där användningen är 84 procent.

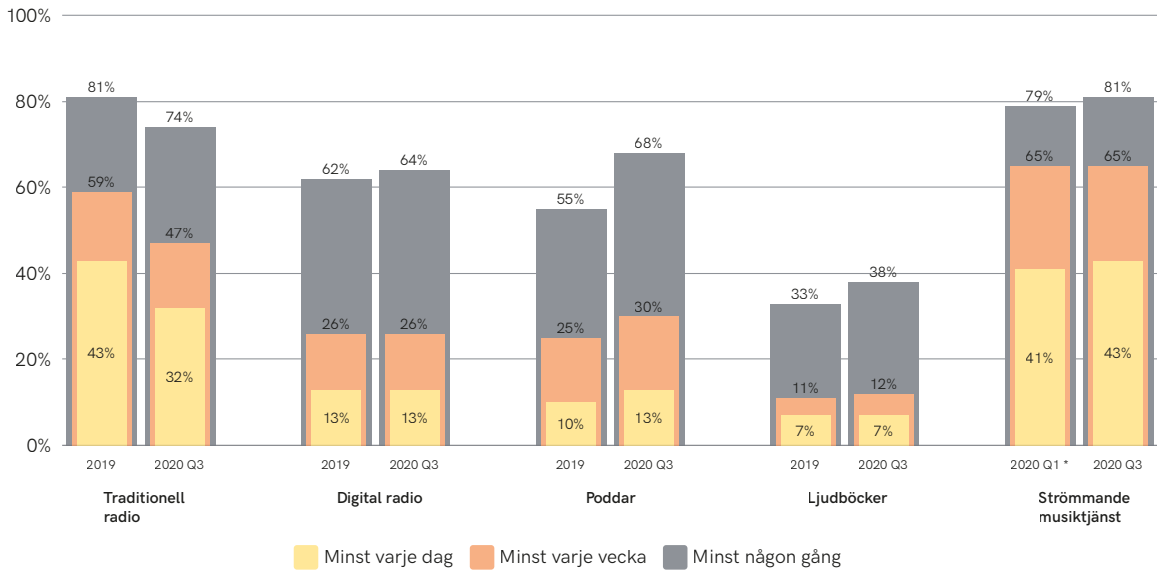
Bland de 66 år och äldre är tv-kanalernas playtjänster större än Youtube. Bland 55 år och yngre är Youtube störst och används av i princip alla. Strömmande videotjänster används av drygt 9 av 10 internetanvändare i åldern 16–45 år. Den största ökningen under pandemin har dock skett hos de som är äldre än 55 år.

Lyssna

Poddar växer kraftigt

I detta diagram ska vi ge en överblick av fem medier för lyssnande. Bland dessa är strömmande musiktjänster mest populära, som 81 procent använder. Under pandemin har strömmande musiktjänster ökat lite såväl totalt som för dagligt lyssnande. Strömmande musiktjänster har alltså fler lyssnare både totalt sett och på daglig basis än den traditionella radion.

Diagram 6.5 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder traditionell radio respektive olika digitala medier för lyssnande, år 2019 och 2020 Q3 *) Obs! Data för strömmande musiktjänst saknas för 2019, staplarna för tjänsten visar 2020 Q1 och Q3.

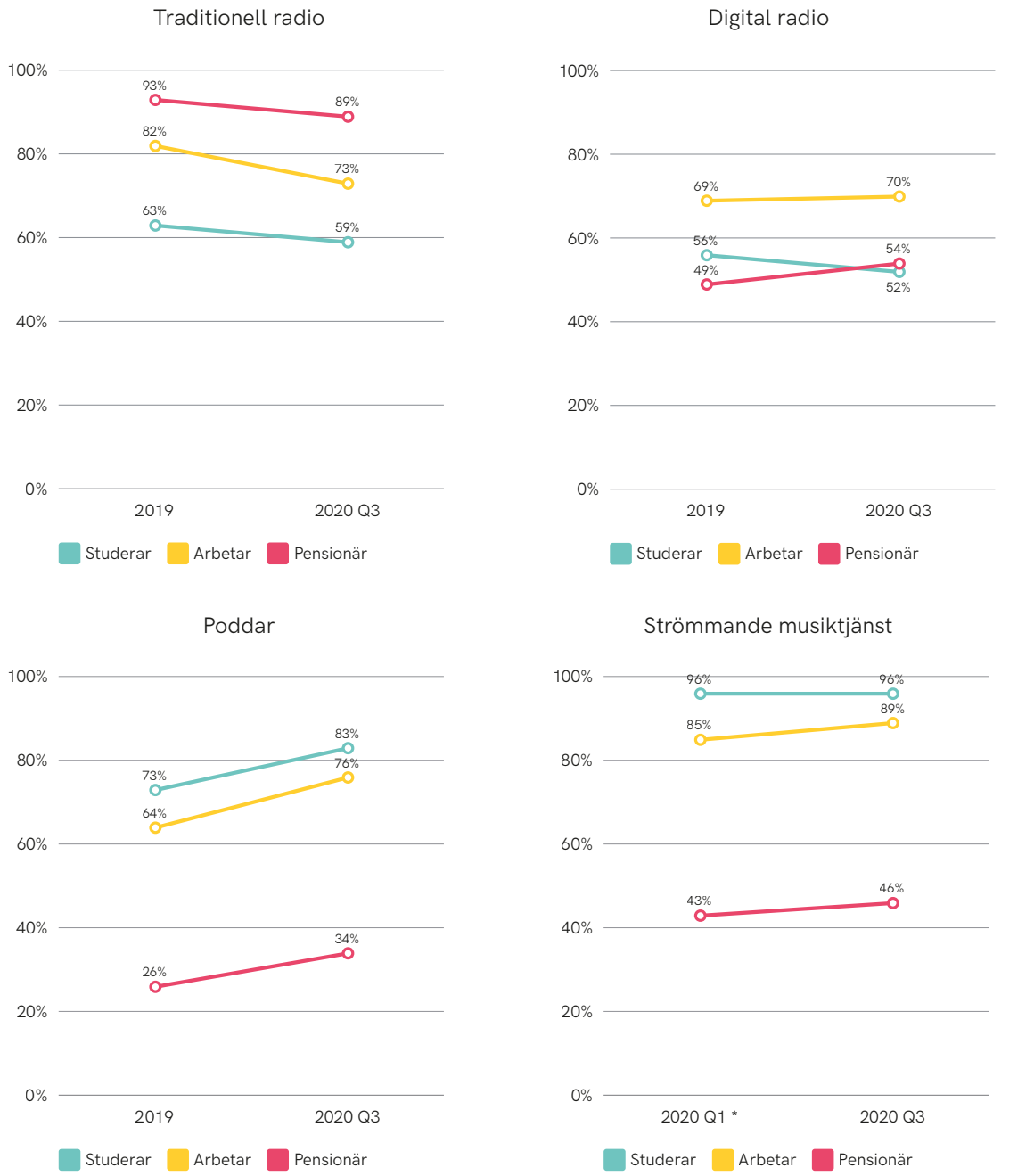


Poddar lyssnar 68 procent på i 2020 Q3, och sedan 2019 har poddar ökat mest i jämförelse med hela 13 procentenheter. Den digitala radion används av 64 procent och går långsamt framåt med en liten ökning sedan 2019. Ljudböckerna ökade något mer med 5 procentenheter mellan 2019 och 2020 Q3 till 38 procent. Ljudböcker finns också med i motsvarande *diagram 6.8* under avsnittet *Läsa* för jämförelser med bland annat e-böcker.

Det enda medieslag i jämförelsen som förlorat lyssnare är den traditionella radion. Mellan 2019 och 2020 Q3 har lyssnandet på traditionell radio minskat med 7 procentenheter.

Pensionärerna har gått om de studerande i att lyssna på digital radio

Diagram 6.6 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder traditionell radio respektive digitala medier för lyssnande minst någon gång, Sysselsättning, år 2019 och 2020 Q3. *) Obs! Jämförbara data saknas för strömmande musiktjänst 2019, linjerna för tjänsten visar 2020 Q1 och Q3.



I detta diagram ska vi titta närmare på fyra av de olika medieslagen för lyssnade, sett till sysselsättning. Ljudboken ska vi återkomma till igen i avsnittet *Läsa*, då i jämförelse med bland annat e-boken. Se *Diagram 6.9* för nedbrytning på sysselsättning.

De studerande ligger under pandemin kvar på samma höga nivå för strömmande musiktjänster, nämligen 96 procent. Att lyssna på poddar har blivit allt mer populärt bland de studerande och mellan 2019 och 2020 Q3 ökade poddlyssnandet med 10 procentenheter till 83 procent i Q3. De studerande lyssnar däremot allt mindre på radio då både traditionell radio (59%) och digital radio (52%) minskat med 4 procentenheter sedan 2019. I jämförelse lyssnar de studerande mer på poddar och strömmande musiktjänster än de arbetande och pensionärer gör.

Pensionärerna har sedan 2019 ökat sitt lyssnande på digital radio med hela 6 procentenheter till 54 procent i Q3. Pensionärerna har till och med gått om de studerande, där siffran är 52 procent. Pensionärerna har minskat sitt lyssnande på traditionell radio sedan 2019, och ligger på 89 procent i Q3.

De arbetande lyssnar mer än både studerande och pensionärer på digital radio – i 2020 Q3 lyssnade 70 procent på digital radio vilket är i princip samma nivå som 2019. Samtidigt är digital radio det medieslag de lyssnar minst på i jämförelse med andra medieslag – de lyssnar mer på både traditionell radio (73%), poddar (76%) och strömmande musiktjänster (89%). Traditionell radio minskar över tid medan poddar har ökat med hela 12 procentenheter sedan 2019. Strömmande musiktjänster har ökat med 4 procentenheter under pandemin.

I åldern 16–55 år är strömmande musiktjänst förstahandsvalet för lyssnande

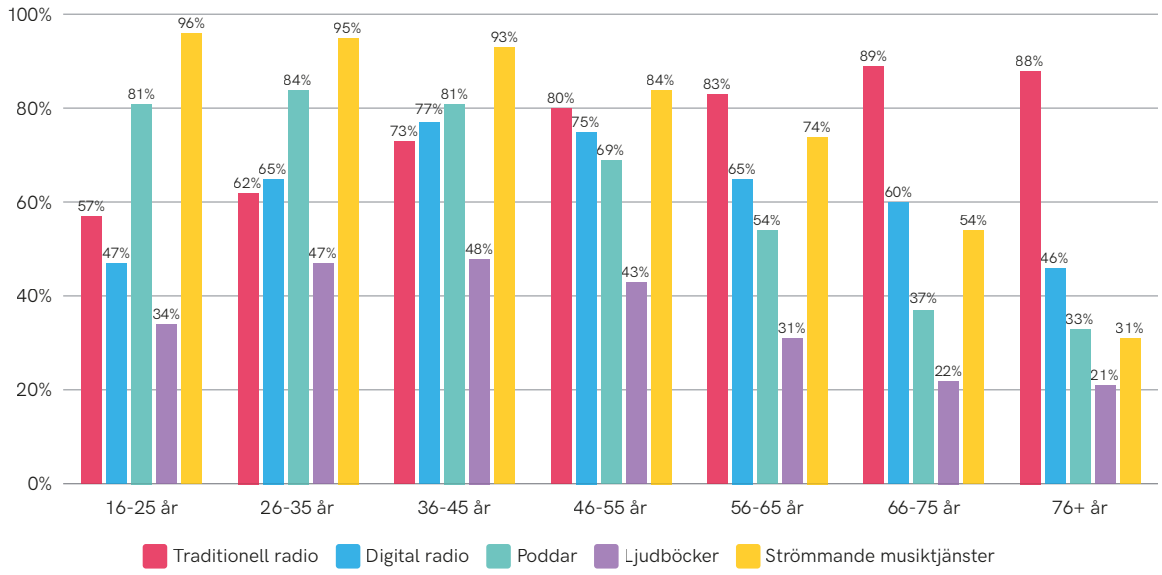
Drygt 9 av 10 använder en strömmande musiktjänst i åldern 16–45 år. Mellan 16–55 år är strömmande musiktjänst också förstahandsvalet för lyssnande bland de fem medieslagen vi jämför. Från 56 år och uppåt tar istället traditionell radio över som förstahandsval, som fler än 8 av 10 lyssnar på.

Digital radio är som mest populär mellan 36–45 år, och minst populär bland både de allra yngsta 16–25 år och de äldsta 76+ år. Den digitala radion har dock ökat stort bland de allra äldsta sedan 2019.

Att lyssna på poddar har ökat i alla åldrar sedan 2019. Bland 16–45 år lyssnar mer än 8 av 10 på poddar vilket är fler än de som lyssnar på både traditionell och digital radio i den åldern.

Ljudboken finns även med i dessa diagram för jämförelse men vi kommer att analysera den närmare i motsvarande *Diagram 6.10* under avsnittet *Läsa*.

Diagram 6.7 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder traditionell radio respektive olika digitala medier för lyssnande minst någon gång, Ålder, år 2020 Q3.

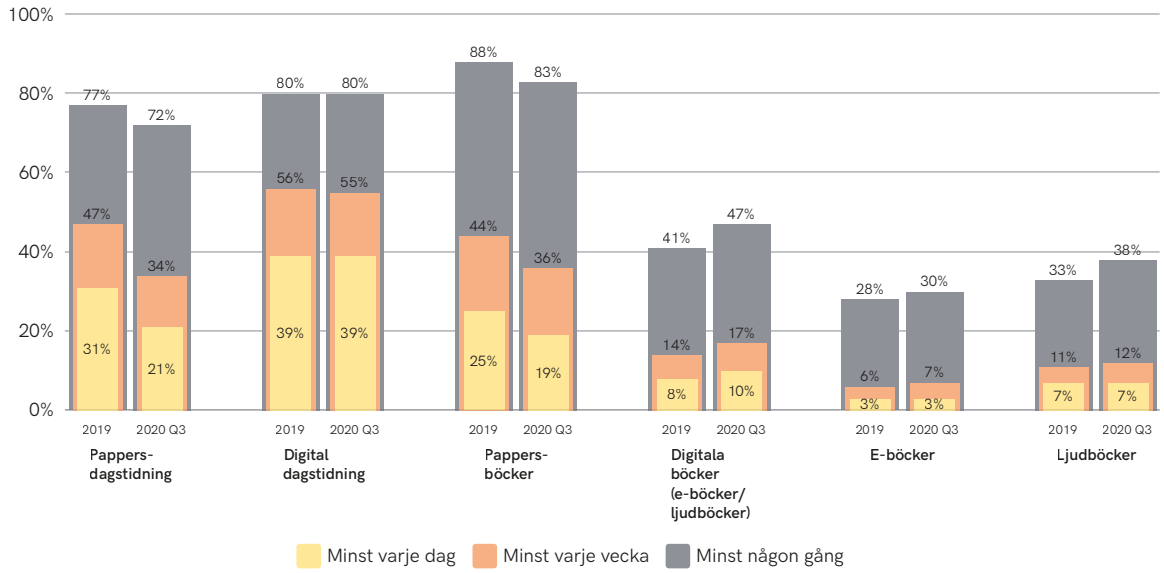


Läsa

Pappersböcker minskar och digitala böcker ökar

I detta diagram ska vi undersöka läsandet, både det digitala och i pappersformat. De traditionella papperstidningarna och pappersböckerna har tappat lite mark sedan 2019, men pappersboken är fortfarande mest populär med 83 procent av internetanvändarna som läsare i 2020 Q3.

Diagram 6.8 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder olika traditionella respektive digitala medier för läsning, år 2019 och 2020 Q3.



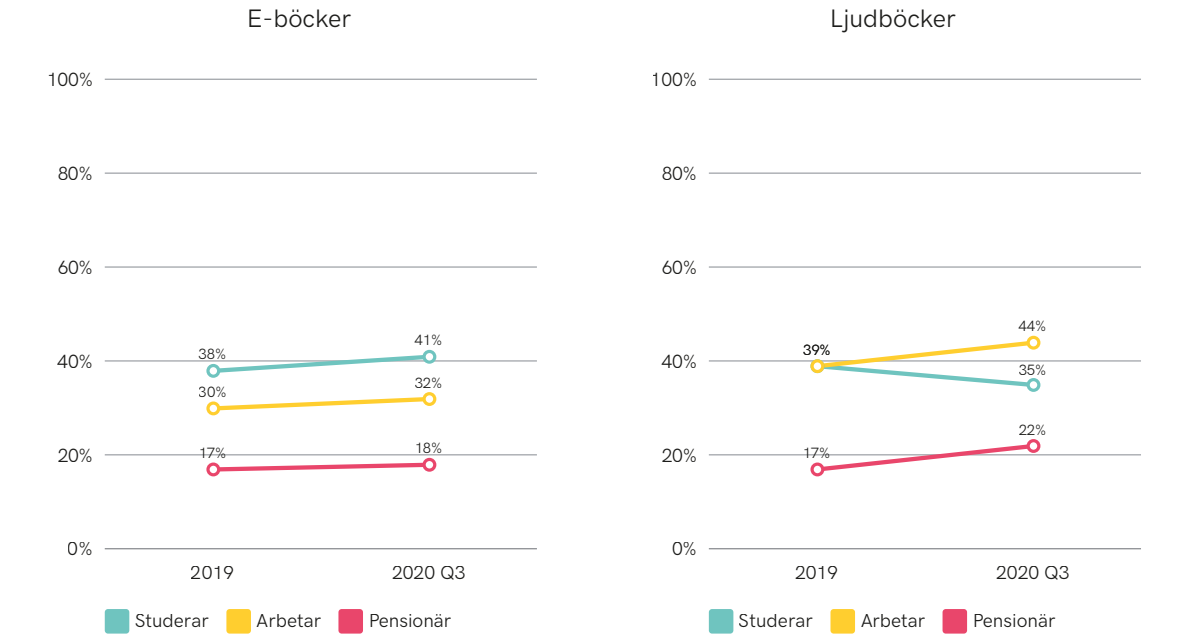
Att läsa en digital dagstidning har varken ökat eller minskat sedan 2019 utan ligger kvar på samma nivå, 80 procent. Den digitala dagstidningen har allra flest dagliga läsare, 39 procent. Det är nästan dubbelt så många som papperstidningen, som dessutom tappat en tredjedel av sina dagliga läsare sedan 2019.

Läsandet av e-böcker har sedan 2019 ökat något till 30 procent i 2020 Q3. Den har dock en bit kvar till ljudboken på 38 procent, som fått ett uppsving med 5 procentenheter sedan 2019. Sammantaget ökade digitala böcker med hela 6 procentenheter mellan 2019 och 2020 Q3 till 47 procent.

Ljudböcker ökar – men inte hos de studerande

I detta diagram ska vi jämföra olika medier för läsande i förhållande till sysselsättning, samt jämföra de traditionella medierna pappersdagstidning och pappersbok mot sina digitala motsvarigheter.

Diagram 6.9 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder olika traditionella respektive digitala medier för läsning minst någon gång, Sysselsättning, år 2019 och 2020 Q3.



Pensionärerna har minskat sin läsning av både pappersdagstidningar och pappersböcker sedan 2019. Konsumtionen av digitala dagstidningar ligger i princip kvar på samma nivå medan läsandet av digitala böcker ökar. År 2019 läste 17 procent av pensionärerna e-böcker, och lika hög andel konsumerade ljudböcker.
I det tredje kvartalet 2020 har siffran ändrats till 18 procent för e-böcker och 22 procent för ljudböcker.

De arbetande är de som ökat sin konsumtion av digitala böcker mest. Digitala böcker läses av 53 procent av de arbetande i 2020 Q3, vilket är en ökning med 7 procentenheter sedan 2019. Ljudboken är den som ökat mest med 5 procentenheter, till 44 procent i 2020 Q3. E-böcker, som 32 procent läser har ökat mer blygsamt. Pappersboken ligger bland de arbetande på 82 procent i 2020 Q3, men har minskat något sedan 2019. Att läsa pappersdagstidning har också minskat från 2019 till 72 procent i 2020 Q3. Den digitala dagstidningen (83%) ligger oförändrad kvar på samma nivå som 2019.

Av de studerande är det 62 procent som läser pappersdagstidning, vilket är samma nivå som 2019. Den digitala dagstidningen har endast ökat marginellt till 71 procent i 2020 Q3. Bland de studerande läser 86 procent pappersböcker, vilket är en minskning med 6 procentenheter sedan 2019. Digitala böcker har ökat något, men endast med 2 procentenheter, sedan 2019. Det är e-böckerna som har ökat medan ljudböckerna har minskat. Därmed har e-boken på 41 procent gått om ljudboken som ligger på 35 procent bland de studerande i 2020 Q3. Med tanke på hur mycket poddlyssnandet har ökat bland de studerande under samma period är det sannolikt så att poddarna har trängt undan ljudböckerna åtminstone till viss del.

Att poddar är gratis medan ljudböcker oftast kostar pengar, per bok eller i form av en ljudboktjänst, kan också ha spelat in.

I nästa *diagram 6.10* ska vi titta ännu närmare på läsandet fördelat på åldersgrupper.

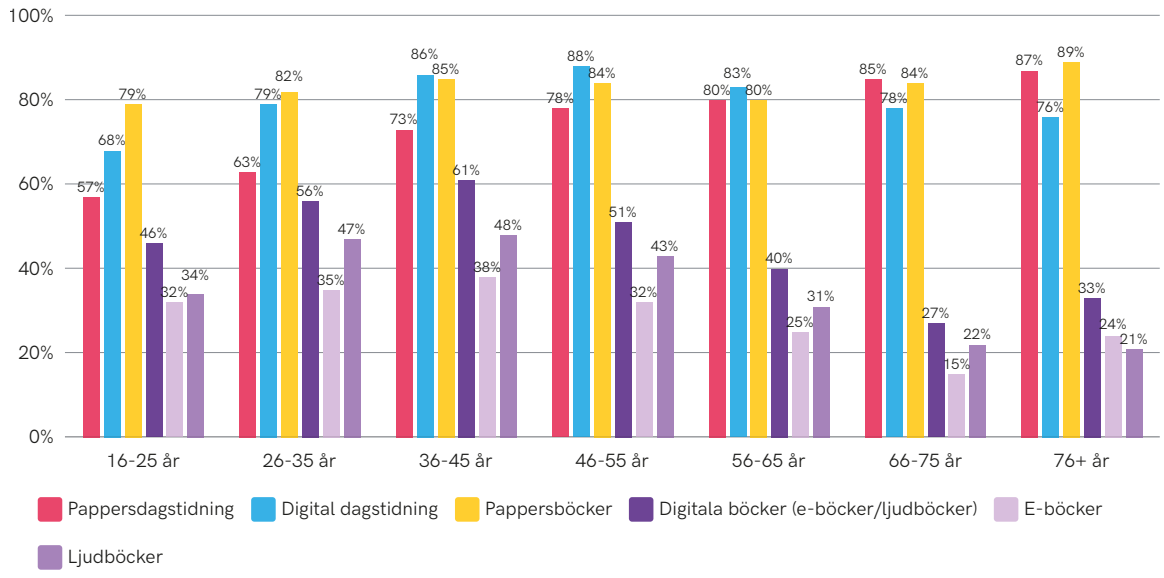
De yngsta 16–25 år läser dagstidningar och pappersböcker i lägre grad än andra

Pappersdagstidningen konsumeras mer än den digitala dagstidningen endast av de som är 66 år eller äldre. Mellan 36–65 år läses den digitala dagstidningen mest av alla medier i jämförelse.

De allra yngsta 16–25 år ligger däremot lägst av alla åldersgrupper vad gäller läsning av pappersdagstidning, digital dagstidning och pappersböcker. E-böcker har en svag ökning sedan 2019 medan konsumtion av ljudböcker minskat något sedan 2019. Vad säger detta sammantaget om de ungas läsande?

Mer än hälften mellan 26–55 år konsumerar digitala böcker, allra mest de mellan 36–45 år. Ljudboken är mer populär än e-boken upp till 75 år, men bland 76+ år vinner e-boken med knapp marginal. Sett över tid har den digitala boken ökat stort bland de 76+ år, faktiskt mer än hos alla andra åldersgrupper. Pappersboken har en stadig ställning bland de äldsta där 9 av 10 konsumerar den, mer än alla yngre åldersgrupper.

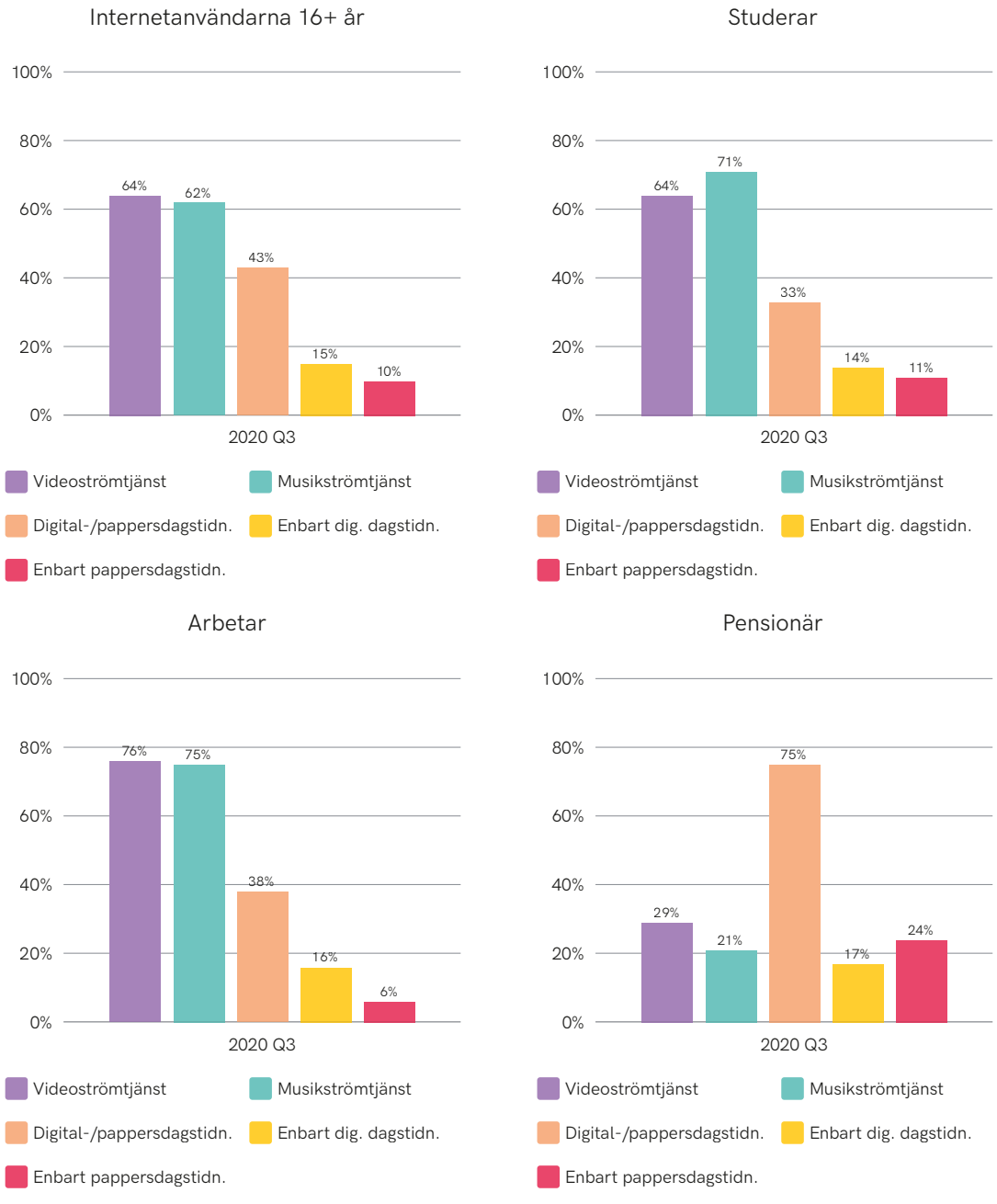
Diagram 6.10 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder olika traditionella respektive digitala medier för läsning minst någon gång, Ålder, år 2020 Q3.



Strömma, prenumerera och betala

Nära två tredjedelar betalar för strömmande tjänster, men inte ens hälften för en dagstidningsprenumeration

Diagram 6.11 Andel av internetanvändarna (16+ år), Betalar för abonnemang på en strömmande videotjänst respektive musiktjänst / Prenumererar på en dagstidning (papper och/eller digital), Sysselsättning, år 2020 Q3.



I detta diagram ska vi undersöka i vilken grad internetanvändarna 16+ år betalar för strömmande musiktjänster (till exempel Spotify eller Apple Music), strömmande videotjänster (till exempel Netflix, HBO Nordic eller Amazon Prime Video) samt prenumererar på dagstidning (papperstidning, digital eller både och) i 2020 Q3.

Skillnaderna är stora utifrån internetanvändarnas sysselsättning. Exempelvis betalar 3 av 4 arbetande för strömmande tjänster, och färre än 4 av 10 för en dagstidningsprenumeration. Bland pensionärerna är det istället 3 av 4 som prenumererar på en dagstidning, men färre än 3 av 10 som betalar för en strömmande tjänst.

Låt oss först titta på de strömmande tjänsterna. Totalt sett bland internetanvändarna är det drygt 6 av 10 som betalar för strömmande musiktjänst (62%) och strömmande videotjänst (64%). Sett till sysselsättning så betalar 3 av 4 arbetande för strömmande musik- (74%) respektive videotjänster (76%). De studerande betalar i högre grad för strömmande musik (71%) än videotjänster (64%). Pensionärerna betalar istället i högre grad för videotjänster (29%) än musiktjänster (21%). Mer om de strömmande tjänsterna finns att läsa i de tidigare avsnitten *Titta* och *Lyssna*.

I frågan om strömmande tjänster ingår också hur många olika tjänster för musik respektive video som internetanvändarna abonnerar på. Vad gäller musik har majoriteten (92%) endast en strömmande tjänst. Fördelningen bland de som har fler är att 5 procent har två tjänster, 2 procent har tre tjänster och 2 procent har fyra musiktjänster eller fler.

För strömmande videotjänster är det däremot betydligt vanligare att ha flera stycken. Hälften (50%) har en strömmande videotjänst, 30 procent har två, 14 procent har tre och 6 procent har fyra olika strömmande videotjänster eller fler. Detta kan förstås genom att videotjänster som Netflix och HBO Nordic till största delen erbjuder unikt innehåll i form av inköpt material och egenproducerade tv-serier. Strömmande musiktjänster däremot har till största delen liknande utbud med varandra.

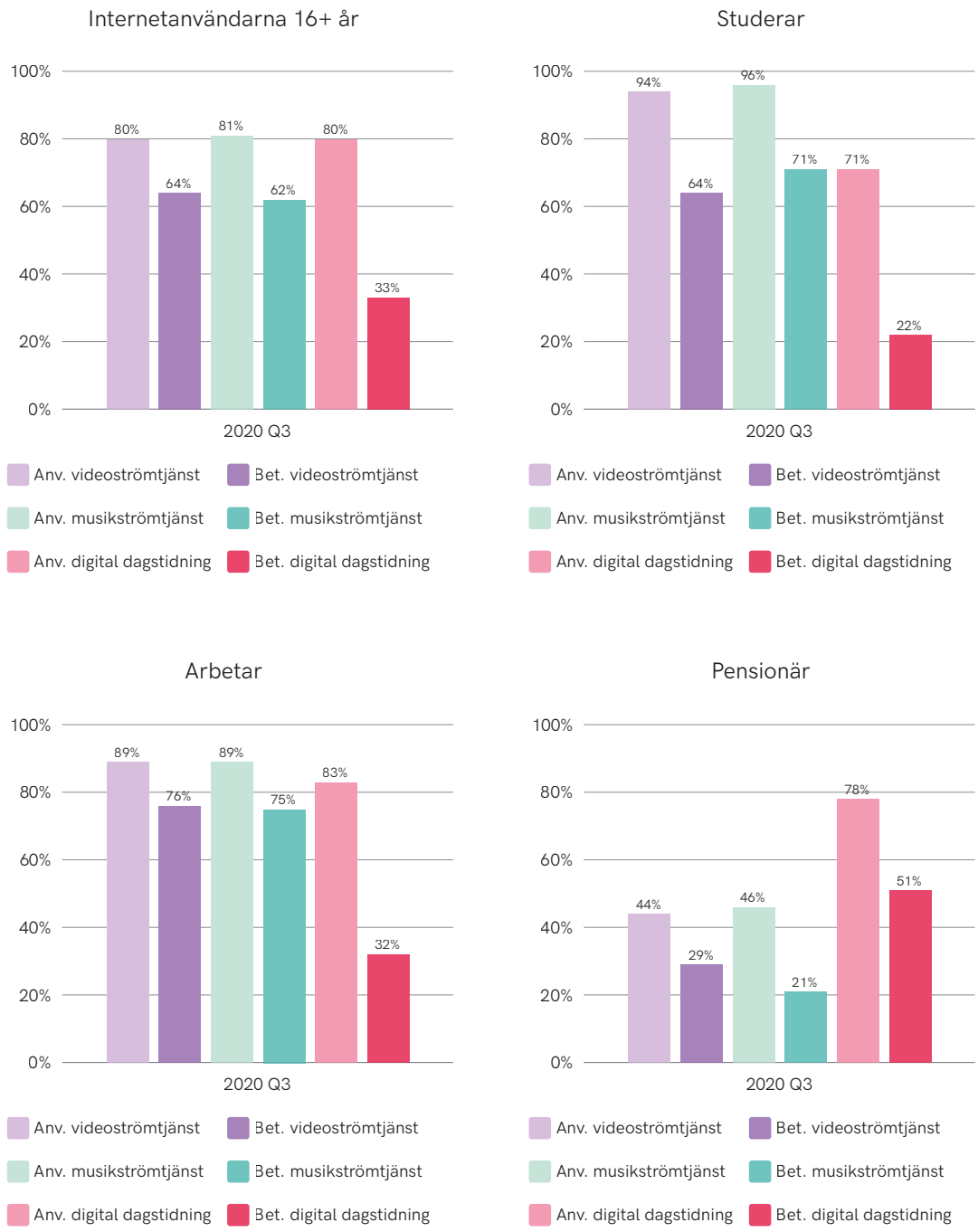
Nu ska vi titta på dagstidningsprenumerationer. Jämfört med strömmande tjänster är det betydligt färre internetanvändare som prenumererar på en pappersdagstidning och/eller digital dagstidning, nämligen bara 43 procent. Endast 10 procent prenumererar på enbart en pappersdagstidning i 2020 Q3, och endast 15 procent på enbart digital tidning.

Pensionärerna är de som i högst grad prenumererar på en dagstidning – 75 procent. Långt under det finns de arbetande som ligger på 38 procent och de studerande på 33 procent. Bland pensionärerna är det fler som har prenumeration på enbart papperstidning (24%) än enbart digital dagstidning (17%), men bland både arbetande och studerande är det vanligare med enbart digital.

I nästa *diagram 6.12* ska vi titta närmare på hur många som använder strömmande tjänster och digitala dagstidningar, respektive hur många som betalar för dem.

Betydligt fler använder digitala medietjänster än betalar för dem

Diagram 6.12 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder respektive betalar för abonnemang på en strömmande videotjänst respektive musiktjänst / Använder respektive prenumererar på en digital dagstidning i hushållet, Sysselsättning, år 2020 Q3.



Nu ska vi jämföra hur många som använder en strömmande tjänst för video (film/serier) eller musik, respektive hur många som betalar för minst ett abonnemang på motsvarande tjänst. Vi ska också göra samma sak med digitala dagstidningar – hur många använder digital dagstidning respektive betalar för en prenumeration? I prenumeration ingår både de som prenumererar på enbart en digital dagstidning och de som har en kombinerad prenumeration på papperstidning och digital tidning.

Det står klart att avsevärt många fler betalar för abonnemang på strömmande tjänster än för en digital dagstidningsprenumeration. Faktum är att betalningsviljan för strömmande tjänster är nära dubbelt så stor som för digitala dagstidningar. Detta trots att lika många, cirka 80 procent, använder digitala dagstidningar som strömmande tjänster.

Det är också tydligt att det är betydligt fler som använder dessa olika digitala tjänster än som betalar för dem. I dagstidningens fall beror det sannolikt på att många internetanvändare tar del av det fria material som många tidningar erbjuder. Frågan om prenumeration på dagstidningar är därtill ställd på hushållsnivå, alltså om man betalar för en prenumeration "i hemmet".

Frågorna om abonnemang på strömmande tjänster är däremot ställda på individnivå. Det kan alltså vara så att någon annan i hushållet betalar för den strömmande tjänst som används. De flesta strömmande videotjänster kan användas av ett helt hushåll där varje person får en egen profil. Strömmande musiktjänster är mer individuella, men erbjuder särskilda familjeabonnemang där varje person då får ett eget konto. Att de studerande använder strömmande tjänster mest av alla medan de arbetande betalar för dem i högst grad tyder på detta.

En av de största strömmande musiktjänsterna, Spotify, erbjuder dessutom ett gratisabonnemang med begränsad funktionalitet och reklamavbrott. Det är dessutom sannolikt att vissa delar inloggningsuppgifter till videotjänster med varandra fastän man inte bor i samma hushåll, samt att många utnyttjar de fria testperioder som många strömmande tjänster erbjuder.

Ser vi till de strömmande tjänsterna så använder 8 av 10 internetanvändare en sådan. Det är i princip lika många som använder en strömmande musiktjänst som en strömmande videotjänst. När det gäller att betala för en strömmande tjänst är det drygt 6 av 10 internetanvändare som öppnar plånboken, där strömmande videotjänster har en svag ledning över musiktjänster – 64 procent respektive 62 procent.

Bland de arbetande använder 89 procent strömmande tjänster för video och musik, och tre fjärdedelar betalar också för motsvarande abonnemang. Bland de studerande använder 96 procent någon strömmande musiktjänst, och nästan lika många – 94 procent – använder någon strömmande videotjänst. De betalar däremot i högre grad för musik (71%) än för video (64%).

I Q3 använder nära hälften av pensionärerna en strömmande videotjänst, och nästan lika många en strömmande musiktjänst. De betalar i högre grad för video (29%) än för musik (21%).

För dagstidningar är skillnaden stor mellan användningen (80%) och betalningsviljan (33%) bland internetanvändarna – hela 47 procentenheter. Skillnaden är minst bland pensionärerna, där 51 procent betalar för en digital dagstidningsprenumeration medan 78 procent använder digital dagstidning. Här kan vi jämföra med de arbetande där 32 procent betalar för en prenumeration och de studerande där 22 procent gör det.

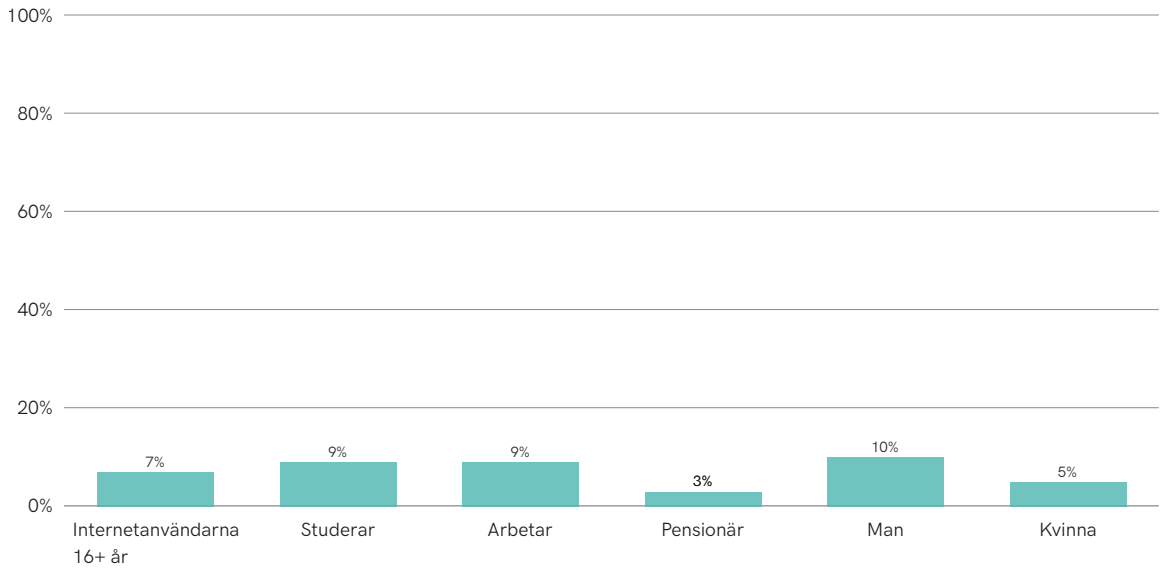
Nu ska vi lämna strömmande tjänster och tidningsprenumerationer, för att istället i *diagram 6.13* undersöka i vilken grad internetanvändare i 2020 Q3 betalar upphovsmän direkt för innehåll.

Färre än 1 av 10 betalar för att stödja en upphovsman direkt

Utöver att betala för en strömmande tjänst eller prenumerera på en tidning kan man betala en upphovsman direkt för att stödja en produktion och ta del av deras innehåll. Det kan exempelvis handla om att betala en journalist, eller en som producerar poddar eller gör filmer på Youtube.

När vi ställde frågan i 2020 års tredje kvartal (Q3) angav endast 7 procent av internetanvändarna att de betalar en upphovsman direkt.

Diagram 6.13 Andel av internetanvändarna (16+ år), Betalar upphovsman (t ex. journalist, poddare, youtubare) direkt för att stödja deras produktion av innehåll, Sysselsättning samt kön, år 2020 Q3.



En av de mest kända tjänsterna för att betala upphovsmän direkt är Patreon. Där kan man genom sitt konto betala en upphovsman antingen med ett fast belopp per månad, eller varje gång nytt material publiceras, till exempel ett poddavsnitt eller video på Youtube. 2 procent anger att de betalar via Swish, och 3 procent med hjälp av Patreon. Därtill svarar 3 procent att de betalar på ett annat sätt.

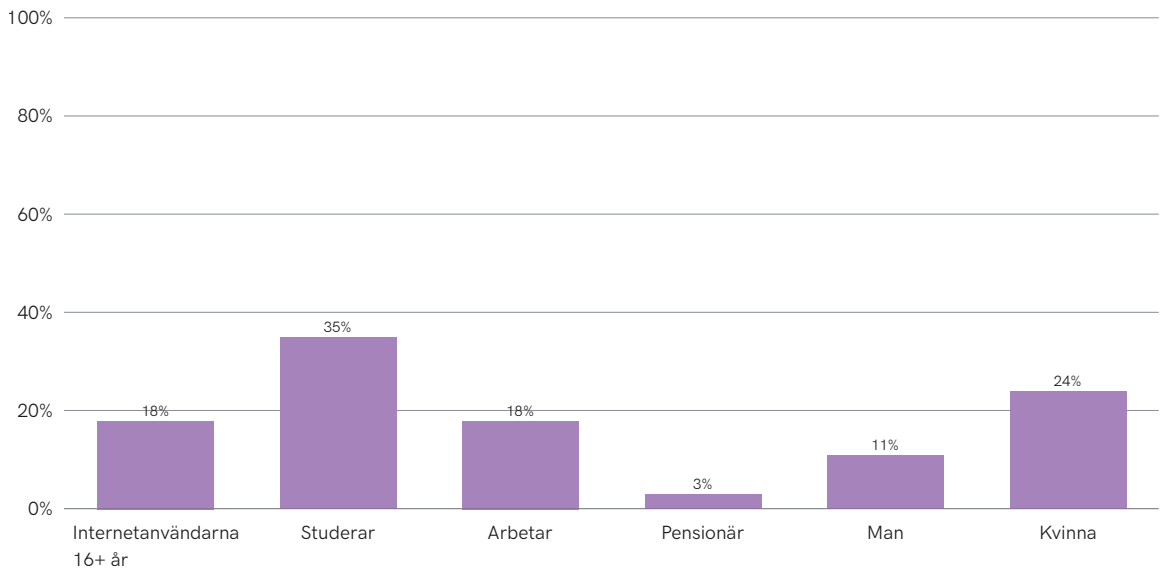
Det är dubbelt så många män som kvinnor som stödjer en upphovsman direkt – 10 procent respektive 5 procent. I synnerhet gäller detta män i åldern 26–35 år där siffran är 18 procent. Därtill är det betydligt vanligare att betala direkt bland studerande (9%) och arbetande (9%) än bland pensionärer (3%).

Att stödja en upphovsman direkt är också mer ett stadsfenomen, och något som de med en funktionsvariation gör i högre grad. Det som är mest särskiljande är dock ålder, vilket vi ska titta närmare på i *diagram 6.15*. Men först ska vi i nästa *diagram 6.14* se hur många som brukar köpa något på rekommendation av en influencer.

Nära 2 av 10 köper varor på rekommendation av känd influencer

En influencer ("påverkare") kallas en opinionsbildare eller annan person som uttalar sig i sociala medier och påverkar attityder och handlingar hos sina läsare och följare. Influencers är ofta bloggare, Youtube-personligheter och poddare som får betalt för att lyfta fram vissa produkter eller varumärken på ett personligt sätt.

Diagram 6.14 Andel av internetanvändarna (16+ år), Köpt vara som känd influencer rekommenderat, Sysselsättning samt kön, år 2020 Q3.



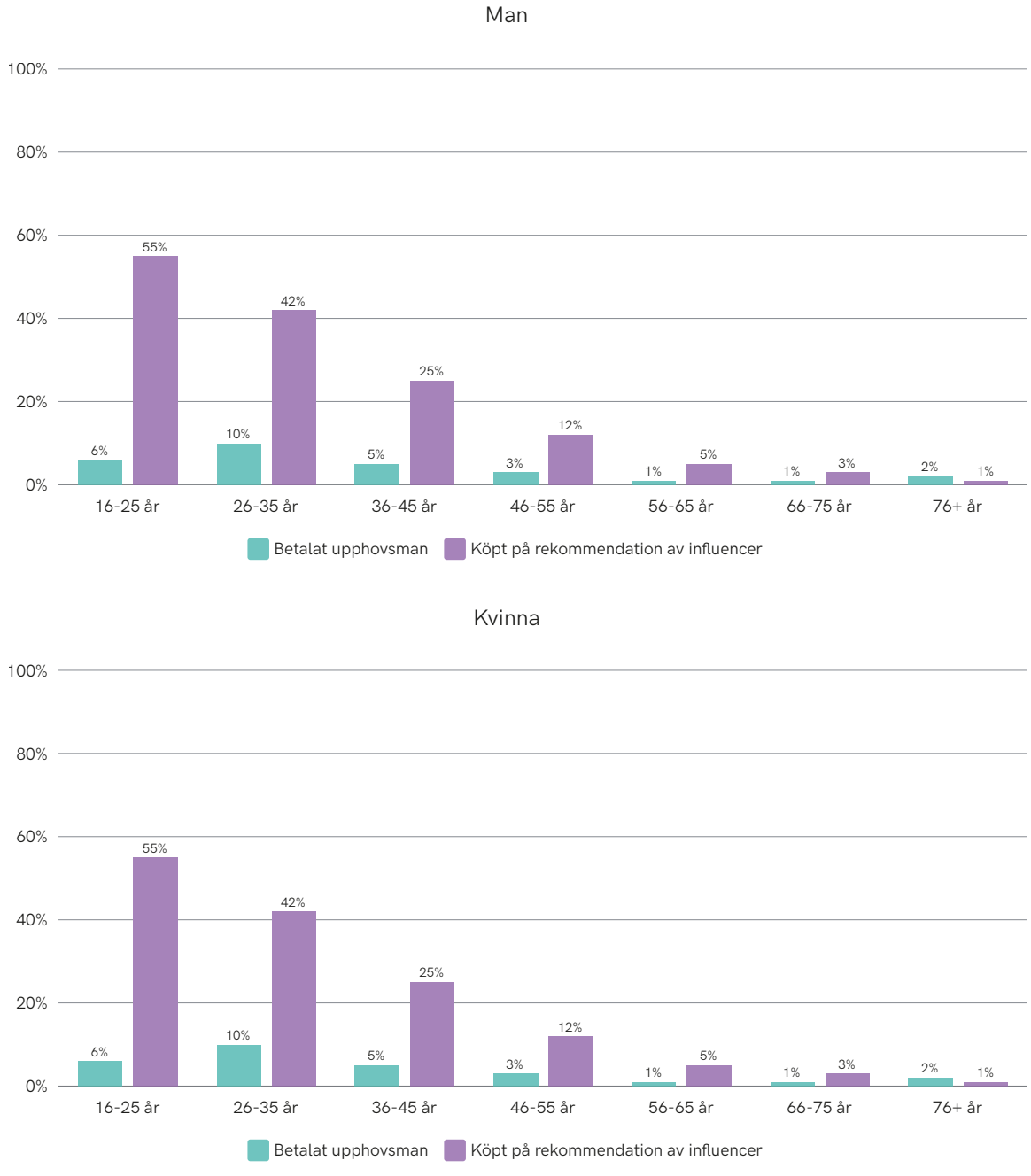
Att köpa en vara som en känd influencer rekommenderat har 18 procent av internetanvändarna gjort. Det är i synnerhet något som de studerande – till stor del de yngre – ägnar sig åt. Där är siffran 35 procent jämfört med de arbetande (18%) och pensionärer (3%).

Det är också mer än dubbelt så många kvinnor som handlar på rekommendation av influencer, nämligen 24 procent jämfört med 11 procent för män. I synnerhet är det unga kvinnor som gör det – exempelvis åldern 16–25 år där siffran är hela 55 procent. Mer om åldrar fördelat på kön i nästa *diagram 6.15*.

Unga i åldern 16–35 år stödjer upphovsmän direkt och köper på rekommendation av influencer mer än andra

Det står tydligt att det framförallt är de yngre internetanvändarna som betalar en upphovsman direkt, och som handlar produkter på rekommendation av en influencer.

Diagram 6.15 Andel av internetanvändarna (16+ år), Betalar upphovsman direkt för att stödja deras produktion av innehåll / Köpt vara som känd influencer rekommenderat, Ålder, år 2020 Q3.



Skillnaden är inte bara stor i ålder, utan även när vi jämför män och kvinnor. Överlag är det mest män som stödjer upphovsmän direkt. Bland de allra yngsta på 16–25 år är det 13 procent av männen som stödjer en upphovsman direkt, och 6 procent av kvinnorna. I åldern 26–35 år är siffrorna 18 procent för männen och 10 procent för kvinnorna.

När det gäller att köpa varor på rekommendation av en influencer är det istället kvinnorna som är i stor majoritet. Flest köpare finns i åldern 16–25 år, både för män (30%) och kvinnor (55%). I åldern 26–35 år är siffrorna 15 procent för männen och 42 procent för kvinnorna.

I de högre åldrarna influeras allt färre och siffran sjunker kraftigt för männen, och ligger på 4 procent bland 46–55 år och 3 procent bland 56–65 år. Bland kvinnorna handlar fortfarande 25 procent – alltså en fjärdedel – i åldern 36–45 år på rekommendation av en känd influencer. Därefter sjunker siffran till 12 procent bland de som är 46–55 år. I de högsta åldrarna är det endast ett fåtal som influeras av influencers.

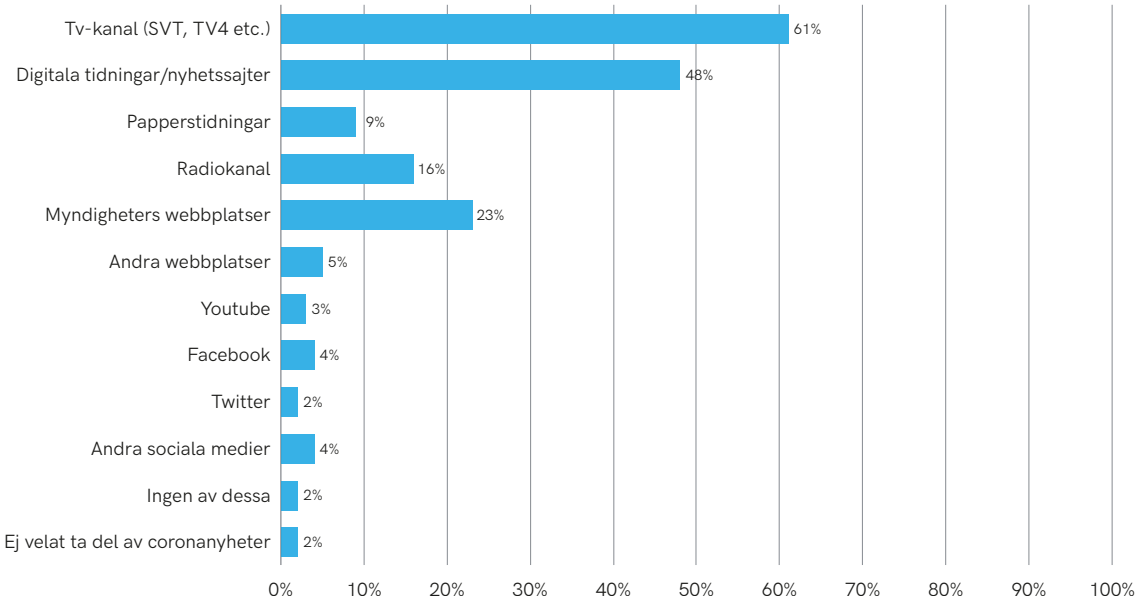
I nästa *diagram 6.16* ska vi byta område till vad internetanvändarna har för huvudsaklig källa för nyheter om coronaviruset och den pågående pandemin.

Nyhetskälla coronaviruset

Var fjärde har använt myndigheters webbplatser som huvudsaklig källa för uppdateringar om coronaviruset

I 2020 Q3 frågade vi internetanvändarna om vilken deras huvudsakliga källa för nyheter om coronaviruset var, och max två svar var tillåtna. Det står klart att de allra flesta tittar på tv för att inhämta nyheter om coronaviruset, nämligen 61 procent. Därefter följer digitala tidningar/nyhetssajter som nära hälften utnyttjar. På tredje plats hamnar myndigheters webbplatser, som 23 procent – nära en fjärdedel – använder som huvudsaklig källa.

Diagram 6.16 Andel av internetanvändarna (16+ år), Huvudsakliga källor för att hålla sig uppdaterad om coronaviruset, år 2020 Q3. Max två svar har varit tillåtna.



Vidare använder 16 procent radio som sin huvudsakliga källa, och färre än 1 av 10 använder främst papperstidningar. Andra webbplatser än myndigheters är det endast några få procent som använder som huvudsaklig nyhetskälla, liksom sociala medier (mer om användandet av sociala medier överlag i *kapitel 7*). 2 procent svarar också att de inte velat ta del av nyheter om coronaviruset överhuvudtaget.

I nästa *diagram 6.17* ska vi se hur dessa svar fördelar sig sett till de som studerar, arbetar eller är pensionärer.

9 av 10 pensionärer har haft tv som huvudsaklig källa för ny information om coronaviruset

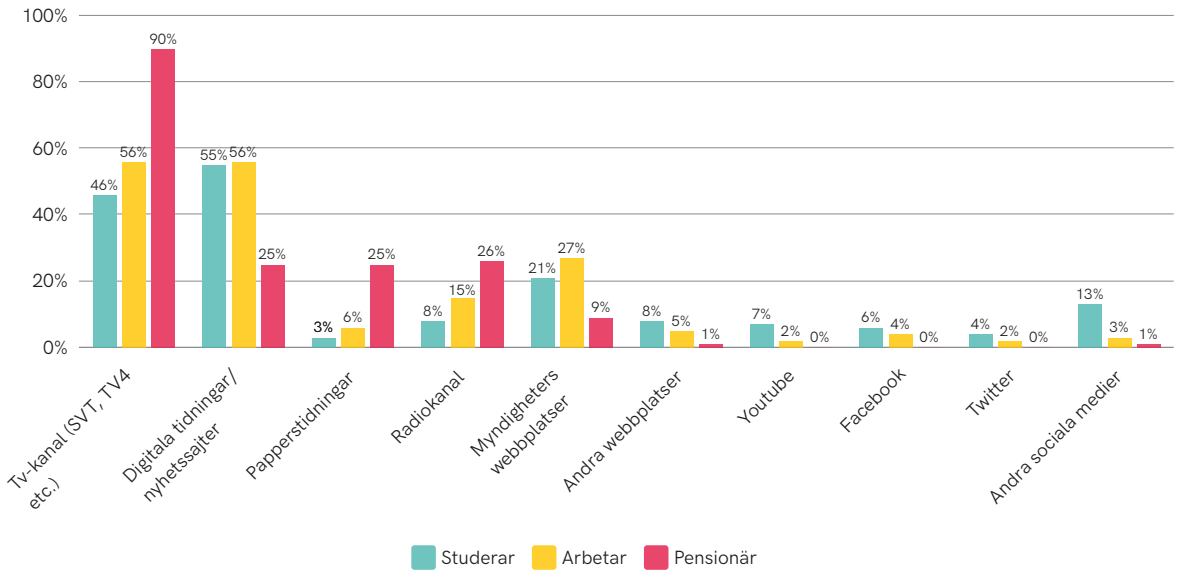
Tittar vi på vad internetanvändarna använt för olika källor för nyheter om coronaviruset ser vi stora skillnader utifrån sysselsättning (som till stor del också speglar ålder).

Pensionärerna har ett tydligt förstahandsval i tv:n, vilka 90 procent ser som sin huvudsakliga källa för nyheter om coronaviruset. Långt efter kommer radiokanal på andra plats med 26 procent, och tidningar som 25 procent använder som sin huvudsakliga källa. Både digital tidning och papperstidning ligger på 25 procent hos pensionärerna. Myndigheters webbplatser däremot vänder sig knappt var tionde pensionär till (9%).

För de arbetande hamnar tv och digitala dagstidningar på delad förstaplats med 56 procent, följt av myndigheters webbplatser (27%) och radio (15%). Papperstidningen ser bara 6 procent av de arbetande som en huvudsaklig källa för nyheter om coronaviruset.

För de studerande är förstahandsvalet digitala tidningar/nyhetssajter som 55 procent anger som huvudsaklig källa. Därefter kommer tv (46%) och myndigheters webbplatser (21%). Bara 3 procent anger papperstidning som huvudsaklig nyhetskälla. Sociala medier förekommer något mer hos de studerande, om än i liten utsträckning.

Diagram 6.17 Andel av internetanvändarna (16+ år), Huvudsakliga källor för att hålla sig uppdaterad om coronaviruset, Sysselsättning, år 2020 Q3. Max två svar har varit tillåtna.



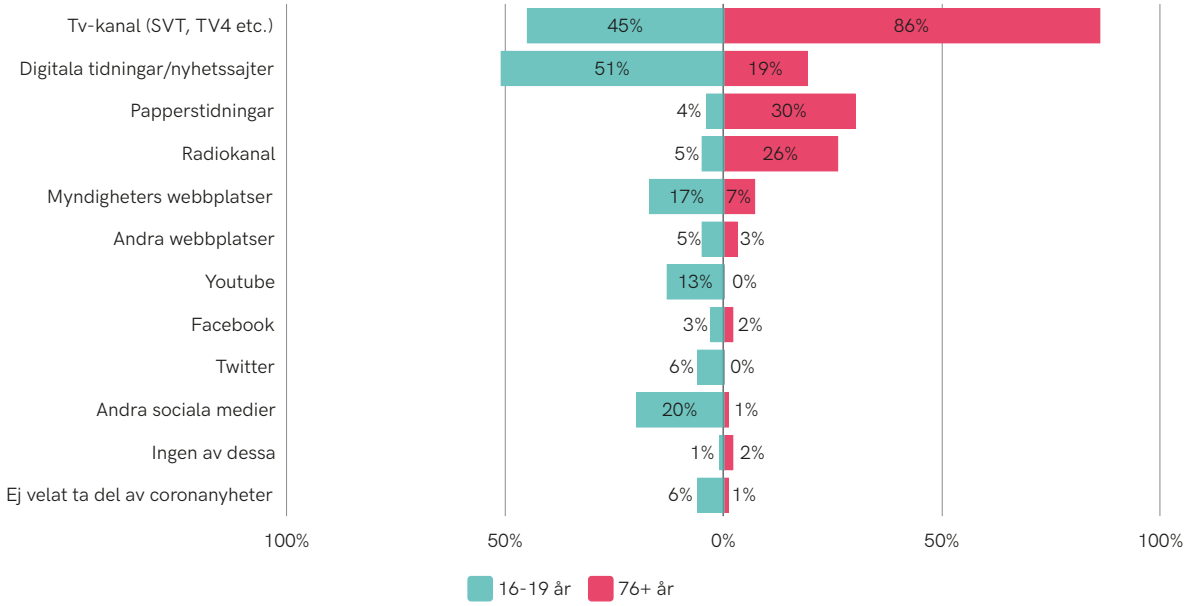
Vi kan alltså se att valet av nyhetskällor för coronaviruset skiljer sig mycket mellan de studerande och pensionärerna. Men om vi tar det ett steg till och jämför

ytterligheterna, det vill säga tonåringarna 16–19 år och de allra äldsta 76+ år – hur stora är skillnaderna då? Det ska vi ta reda på i nästa *diagram 6.18*.

6 procent av de yngsta 16–19 år har inte velat ta del av nyheter om coronaviruset

I detta diagram ställer vi de allra yngsta internetanvändarna 16–19 år mot de allra äldsta 76+ år, och jämför vilka huvudsakliga källor man använt för nyheter om coronaviruset. Skillnaderna är stora – i stort sett följer mönstret det mellan de studerande och pensionärerna i föregående *diagram 6.17*, men det finns anmärkningsvärda detaljer i dessa ytterligheter.

Diagram 6.18 Andel av internetanvändarna (16+ år), Huvudsaklig källa för att hålla sig uppdaterad om coronaviruset, Åldrar 16-19 år respektive 76+ år, år 2020 Q3. Max två svar har varit tillåtna.



Lite drygt hälften av tonåringarna – 51 procent – ser digitala tidningar/nyhetssajter som sin huvudsakliga källa för nyheter om coronaviruset, följt av tv på 45 procent och långt därefter myndigheters webbplatser på 17 procent. Ungdomarna ser i högre grad än andra Youtube (13%) som en huvudsaklig nyhetskälla för coronaviruset, och även Twitter (6%) samt andra sociala medier (20%). Hela 6 procent svarar också att de inte har velat ta del av nyheter om coronaviruset.

De allra äldsta använder främst tv:n – 86 procent, följt av betydligt färre som använder papperstidningen (30%) och därefter radion (26%). Digitala tidningar/nyhetssajter använder 19 procent. Papperstidningen är alltså en betydligt viktigare nyhetskälla för de allra äldsta internetanvändande pensionärerna än den digitala tidningen. Myndigheters webbplatser anger bara 7 procent av de äldsta som en

huvudsaklig nyhetskälla. Praktiskt taget alla 76+ år har velat ta del av nyheter om coronaviruset.

Sociala medier har ökat under pandemin

Vi har frågat Sveriges internetanvändare om de använder nio olika sociala medier, och hur ofta.

Sociala medier eller sociala nätverk är ett samlingsnamn för en lång rad olika tjänster och plattformar på internet. Det kan röra sig om mobilappar, webbplatser eller båda, med fokus på att dela bilder eller länkar, skapa inlägg, videoklipp och mycket annat. Gemensamt är dock att användarna av tjänsten i någon mån är med och skapar innehållet, och tar del av varandras innehåll.

Flera av de största sociala nätverken har stått i centrum för olika kontroverser under året. Facebook kallades bland annat till ett korsförhör i amerikanska senaten[1] gällande eventuella brott mot USA:s konkurrenslagstiftning. Ett annat exempel är turerna kring den kinesiska mobilappen Tiktok[2], som påstås olovligen samla in data om sina användare.

Ändå är sociala medier en central del av många svenskars digitala liv. I det här kapitlet undersöker vi användningen av ett antal olika sociala nätverk, och tittar på hur utvecklingen påverkats under pandemin genom att jämföra hur det såg ut i årets första kvartal (Q1) med årets tredje (Q3).

Innehåll kapitel 7

Nio sociala medier i jämförelse

7.1 Fler använder sociala medier under pandemin
7.2 Pensionärerna har ökat sin användning av sociala medier under pandemin
7.3 Instagram växer mest hos pensionärer
7.4 Fler kvinnor än män på Facebook, Instagram, Snapchat, Pinterest och Tiktok

Åldrar – Facebook, Instagram, Snapchat + Facebooktjänster

7.5 9 av 10 som är mellan 16–25 år använder Instagram och Snapchat
7.6 Facebook Marketplace har vuxit under pandemin

1 https://www.svt.se/nyheter/utrikes/apple-amazon-facebook-google-i-historiskt-kongressforhor
2 https://www.svd.se/tiktok-utreds--utpekas-som-spionverktyg

Åldrar – Tiktok, Twitch

7.7 Tiktok och Twitch domineras av de som är 25 år eller yngre

7.8 Fler kvinnor än män använder Tiktok

Åldrar – Twitter, Reddit, Pinterest

7.9 Twitter mest populärt bland 16–25 år

Socialt professionellt nätverk – Linkedin

7.10 Användandet av Linkedin har ökat under pandemin

7.11 2 av 3 tjänstemän använder Linkedin

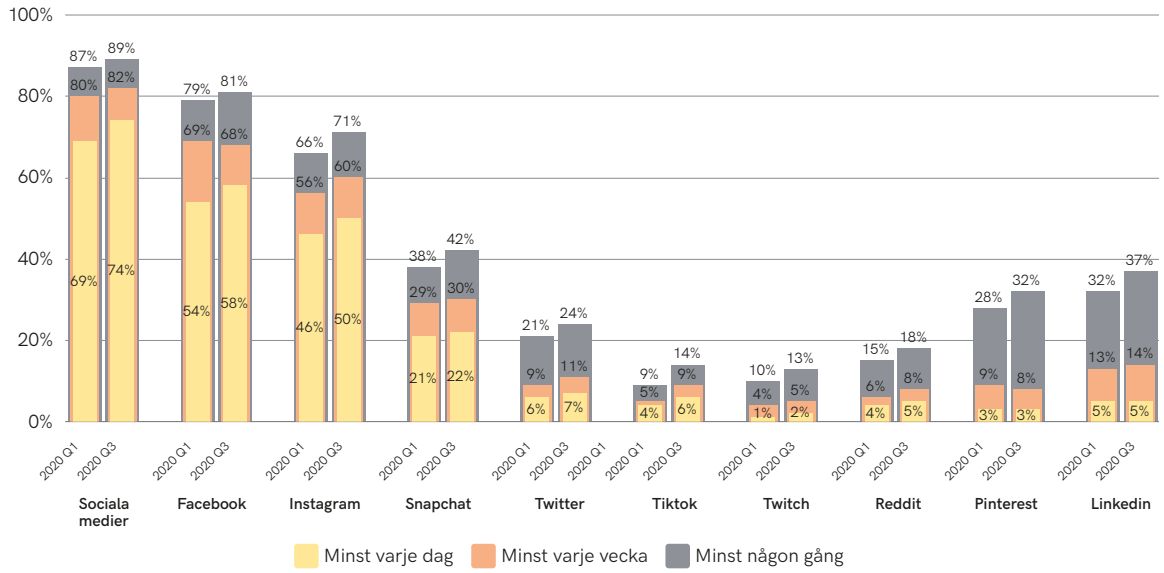
Special – Internetanvändare 12–15 år 2020 Q1

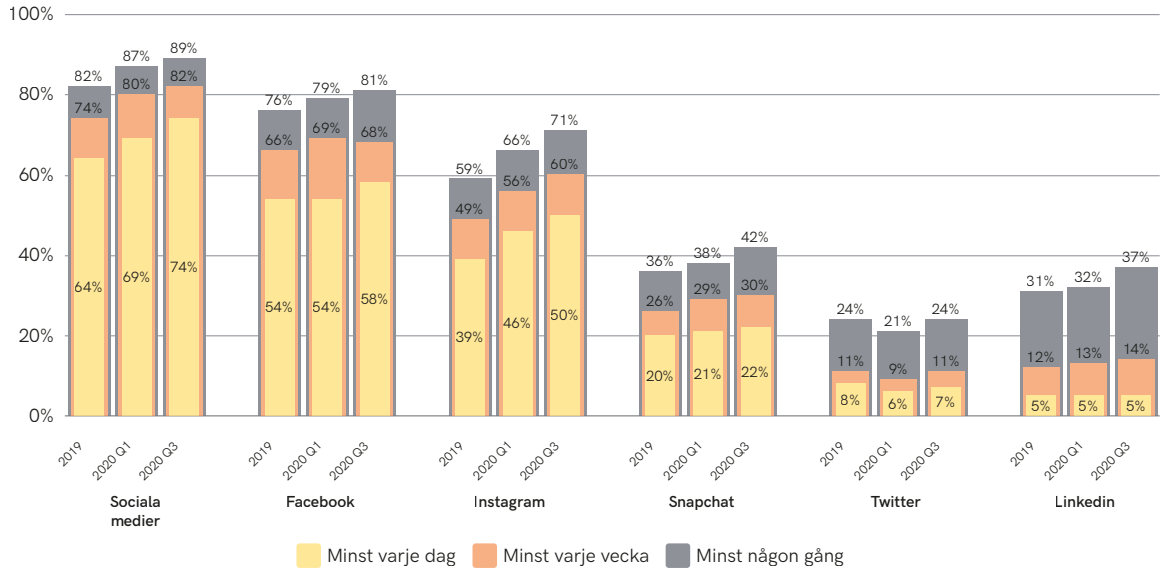
7.12 7 av 10 av de mellan 12–15 år använde Tiktok i första kvartalet 2020

Nio sociala medier i jämförelse

Fler använder sociala medier under pandemin

Diagram 7.1 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder olika sociala medier, år 2020 Q1-Q3 respektive år 2019, 2020 Q1-Q3.





I dessa två diagram ger vi en överblick över de sociala medier vi undersökt. Dels hur användningen av de nio sociala medier vi mätt i både Q1 och Q3 har förändrats

under pandemin. Vi blickar även tillbaka till 2019 i ett separat diagram och jämför med de sociala medier vi undersökte redan då. För de sociala nätverken Tiktok, Twitch, Pinterest och Reddit har vi inga mätvärden för 2019 att jämföra med.

Under pandemin har internetanvändarnas användning av sociala medier sammantaget ökat med 2 procentenheter, från 87 procent i första kvartalet 2020 (Q1) till 89 procent i tredje kvartalet (Q3). Jämfört med 2019 (82%) är det en ökning med hela 7 procentenheter.

Det innebär att 9 av 10 internetanvändare nyttjar minst en social nätverksplats i Q3 2020. Det dagliga användandet har också ökat stadigt till 74 procent i Q3.

Samtliga nio sociala medier vi frågat om har också ökat under pandemin. Det största sociala nätverket i jämförelsen är Facebook, som 8 av 10 använder i Q3. Det innebär att Facebook har ökat bland internetanvändare som är 16 år eller äldre med 2 procentenheter under pandemin, och med 5 procentenheter sedan 2019. Också det dagliga användandet av Facebook har ökat med 4 procentenheter under pandemin, från 54 procent till 58 procent.

De sociala nätverk som i jämförelse vuxit mest bland internetanvändarna 16+ år under pandemin är Instagram, Linkedin och Tiktok, vilka alla tre vuxit med 5 procentenheter från årets första kvartal. Därefter kommer Snapchat och Pinterest som båda har ökat med 4 procentenheter.

Twitter och Linkedin verkar båda ha fått en extra skjuts under pandemin. Twitter minskade mellan 2019 och det första kvartalet 2020, för att sedan ta fart igen till det tredje kvartalet 2020. Linkedin hade en blygsam ökning på bara 1 procentenhet mellan 2019 och 2020 Q1, men har alltså ökat med 5 procentenheter mellan Q1 och Q3 i år.

Om man ser till det dagliga användandet är det Instagram som ökat mest i vår jämförelse sedan 2019. I Q3 besökte hälften av internetanvändarna Instagram varje dag, vilket är en ökning med 4 procentenheter under pandemin och hela 11 procentenheter sedan 2019. Användningen av Instagram totalt sett har ökat med 12 procentenheter sedan 2019.

För Pinterest och Reddit har vi mätvärden från 2018 att jämföra med vad gäller internetanvändare 16+ år. Utifrån detta kan vi se en stadig ökning vad gäller användning. Pinterest har ökat med 11 procentenheter mellan 2018 och 2020 Q3, och Reddit med 8 procentenheter.

I kommande diagram ska vi titta närmare på vilka som använder dessa olika sociala nätverk utifrån parametrar som sysselsättning, kön och ålder.

Pensionärerna har ökat sin användning av sociala medier under pandemin

Diagram 7.2 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder olika sociala medier, Sysselsättning, år 2019–2020 Q1 och Q3.

Praktiskt taget alla som studerar – vilka till stor del är de yngre i befolkningen – använder sig av sociala medier. I Q1 svarade 98 procent av de studerande att de använde sociala medier minst någon gång, och 89 procent att de gjorde det

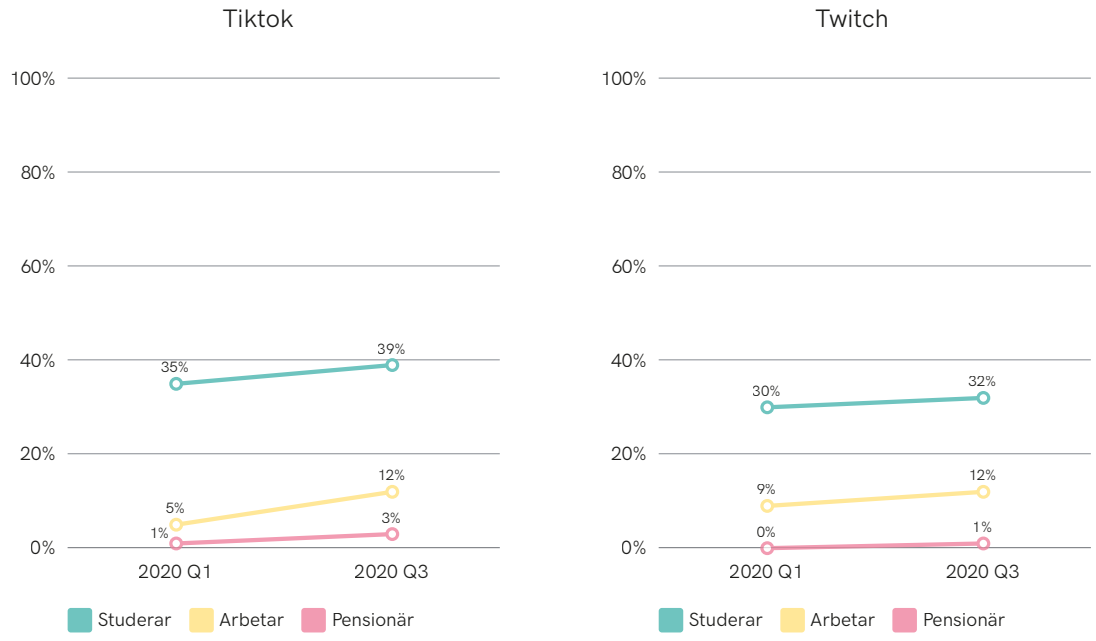
dagligen. I Q3 var motsvarande siffror 99 procent respektive 90 procent, det har alltså skett en liten ökning under pandemin.

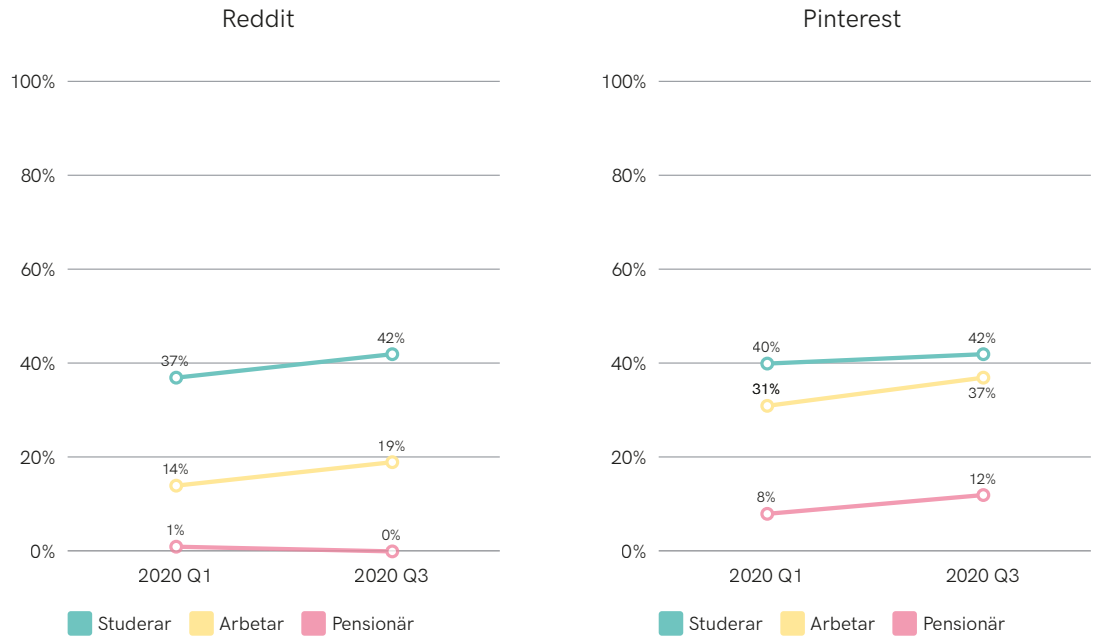
Drygt 9 av 10 (93%) av de arbetande använder sociala medier i Q3, vilket är en ökning med två procentenheter sedan Q1. De arbetande ökar i synnerhet sitt dagliga användande, från 72 procent i Q1 till 78 procent i Q3.

Men det är de internetanvändande pensionärerna som har ökat sin närvaro på sociala medier mest jämfört med studerande och arbetande. Användningen har gått upp med 4 procentenheter under pandemin, från 67 procent i Q1 till 71 procent i Q3. Från 2019 innebär det en ökning med hela 11 procentenheter.

Instagram växer mest hos pensionärer

Diagram 7.3 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder olika sociala medier minst någon gång, Sysselsättning, år 2019–2020 Q1 och Q3.





Nu ska vi jämföra åtta av de sociala medierna utifrån internetanvändarnas sysselsättning. I denna jämförelse finns inte det sociala nätverket Linkedin med då deras målgrupp huvudsakligen är de arbetande. Linkedin kommer vi istället att titta närmare på i *diagram 7.11*.

I föregående *diagram 7.2* såg vi att pensionärerna ökat sin närvaro på sociala medier. Jämför vi olika sociala medier från Q1 till Q3 har pensionärernas användning av Instagram ökat med 9 procentenheter, Facebook med

5 procentenheter och Pinterest med 4 procentenheter. De har också ökat sin användning av Snapchat och Tiktok med ett par procentenheter.

De studerande är de som har högst närvaro på sju av de åtta olika sociala medier i jämförelsen. Undantaget är Facebook, där de arbetande i 2020 års första kvartal gick om de yngre vad gäller användning. I Q3 befinner sig de studerande allra mest på Instagram (88%), följt av Facebook (84%) och Snapchat (82%). Facebook har fått en skjuts i användning under pandemin hos de studerande, och gått upp med 4 procentenheter. Användningen av Instagram har dock bara ökat med 1 procentenhet under pandemin, och Snapchat har till och med minskat något från 84 procent i Q1.

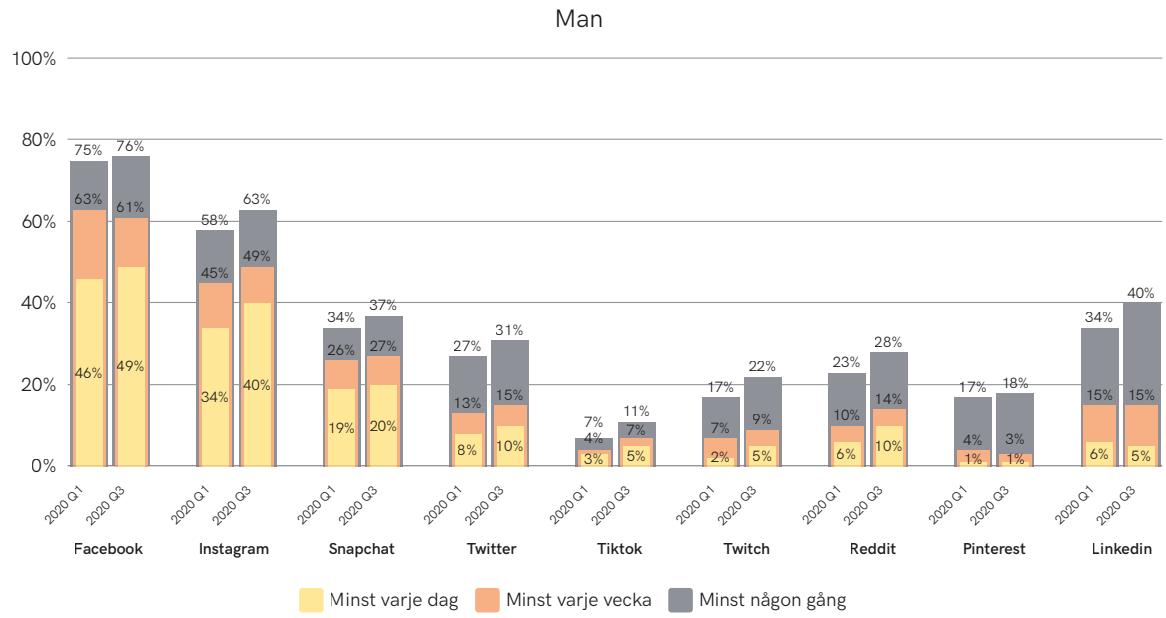
De studerande har dock ökat sin närvaro på flera andra sociala medier under pandemin. Störst är ökningen på Twitter med 9 procentenheter. Cirka 4 av 10 studerande använder också Tiktok i Q3, vilket är en ökning med 4 procentenheter sedan Q1. En tredjedel är på Twitch i Q3, en ökning med 2 procentenheter under pandemin. Drygt 4 av 10 av de studerande befinner sig också på Pinterest respektive Reddit, där båda ökat i användning under pandemin men i synnerhet Reddit.

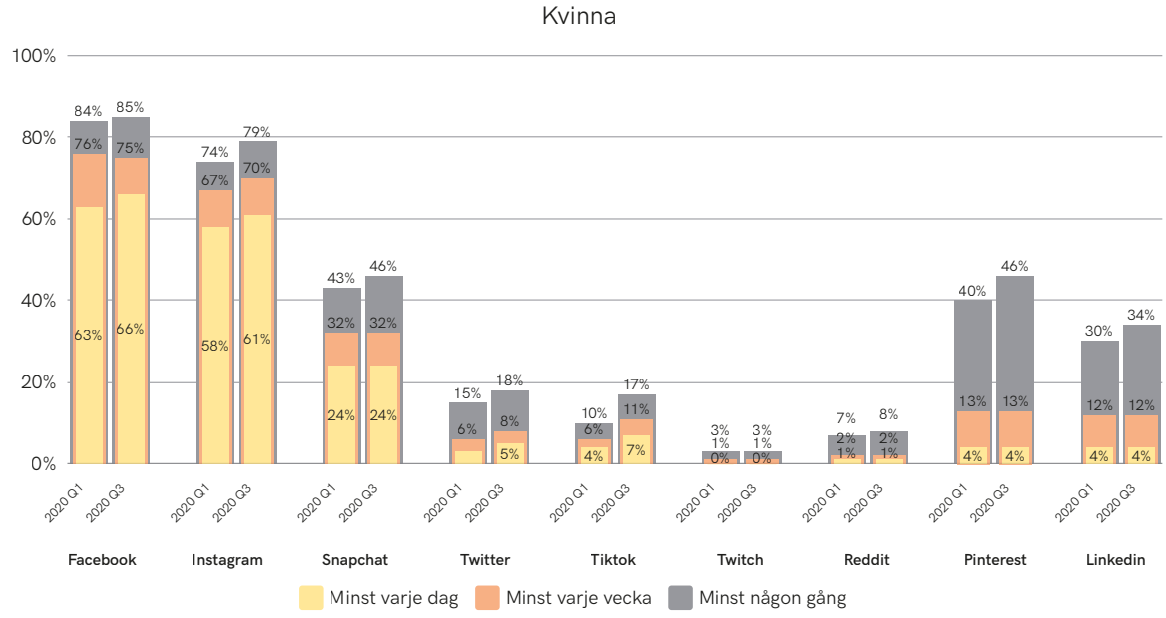
Arbetande internetanvändare befinner sig allra mest på Facebook (85%), där de ökat sin användning marginellt med en procentenhet under pandemin. På alla andra sociala medier har de arbetande haft en större ökning från Q1 till Q3. Mest har de ökat sin närvaro på Tiktok, där användningen har gått upp med 7 procentenheter under pandemin. Detta följs av en ökning med 6 procentenheter på Instagram, Snapchat och Pinterest.

Fler kvinnor än män på Facebook, Instagram, Snapchat, Pinterest och Tiktok

Vi kan se skillnader mellan hur män och kvinnor använder de olika sociala medierna. Kortfattat är det fler kvinnor som använder Facebook, Instagram, Snapchat, Tiktok och Pinterest. Fler män använder Linkedin, Twitter, Twitch och Reddit.

Diagram 7.4 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder olika sociala medier, Kön, år 2020 Q1-Q3.



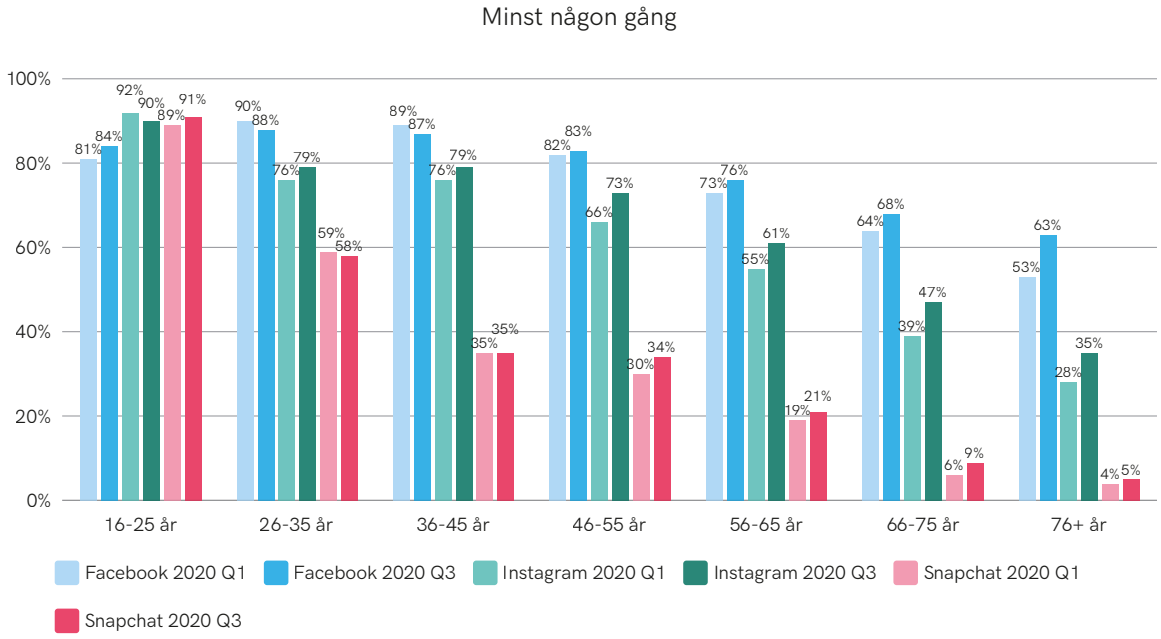


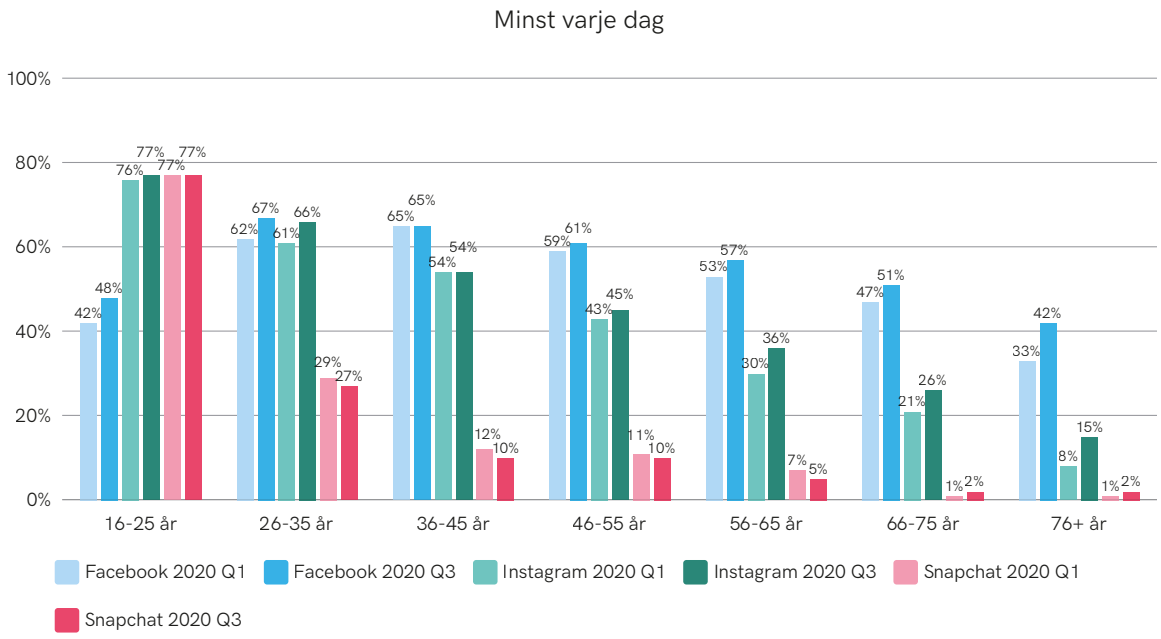
Störst är skillnaden när vi tittar på Twitch, som har tio gånger fler män än kvinnor som användare. Reddit har mer än tre gånger fler män än kvinnor, och Pinterest har mer än dubbelt så många kvinnor som män. Instagram har nästan lika många kvinnor som är dagliga användare (61%) som män totalt sett (63%). Alla siffror gäller årets tredje kvartal (Q3).

Åldrar – Facebook, Instagram, Snapchat + Facebooktjänster

9 av 10 som är mellan 16–25 år använder Instagram och Snapchat

Diagram 7.5 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder olika sociala medier minst någon gång respektive dagligen, Ålder, år 2020 Q1–Q3.





I dessa två diagram ska vi se hur de tre största sociala medierna fördelar sig på ålder. Det är tydligt att de yngsta mellan 16–25 år är flitiga användare av alla tre – 9 av 10 använder Instagram och Snapchat, och mer än 8 av 10 använder Facebook.

I alla åldersgrupper på 26 år eller äldre är Facebook det mest använda sociala nätverket. Bland internetanvändare mellan 26–45 år använder nästan 9 av 10 Facebook. De som ökat sin användning av Facebook mest under pandemin är dock de som är 76 år eller äldre, där användningen gått upp med 10 procentenheter, från 53 procent i Q1 till 63 procent i Q3. Instagram tappar en del i användning efter 16–25 år, men mellan 26–45 år använder ändå 8 av 10 det sociala nätverket minst någon gång. I åldrarna 66–75 år använder nära hälften Instagram, och bland de som är 76 år eller äldre är siffran en dryg tredjedel (35%).

Snapchat dyker kraftigt vad gäller användning från åldrarna 16–25 år (91%) till 26–35 år (58%). Därefter är fallet fortsatt brant till 36–55 år där en dryg tredjedel är användare. I åldrarna 66–75 år använder knappt 1 av 10 Snapchat, och vid 76+ år endast 5 procent.

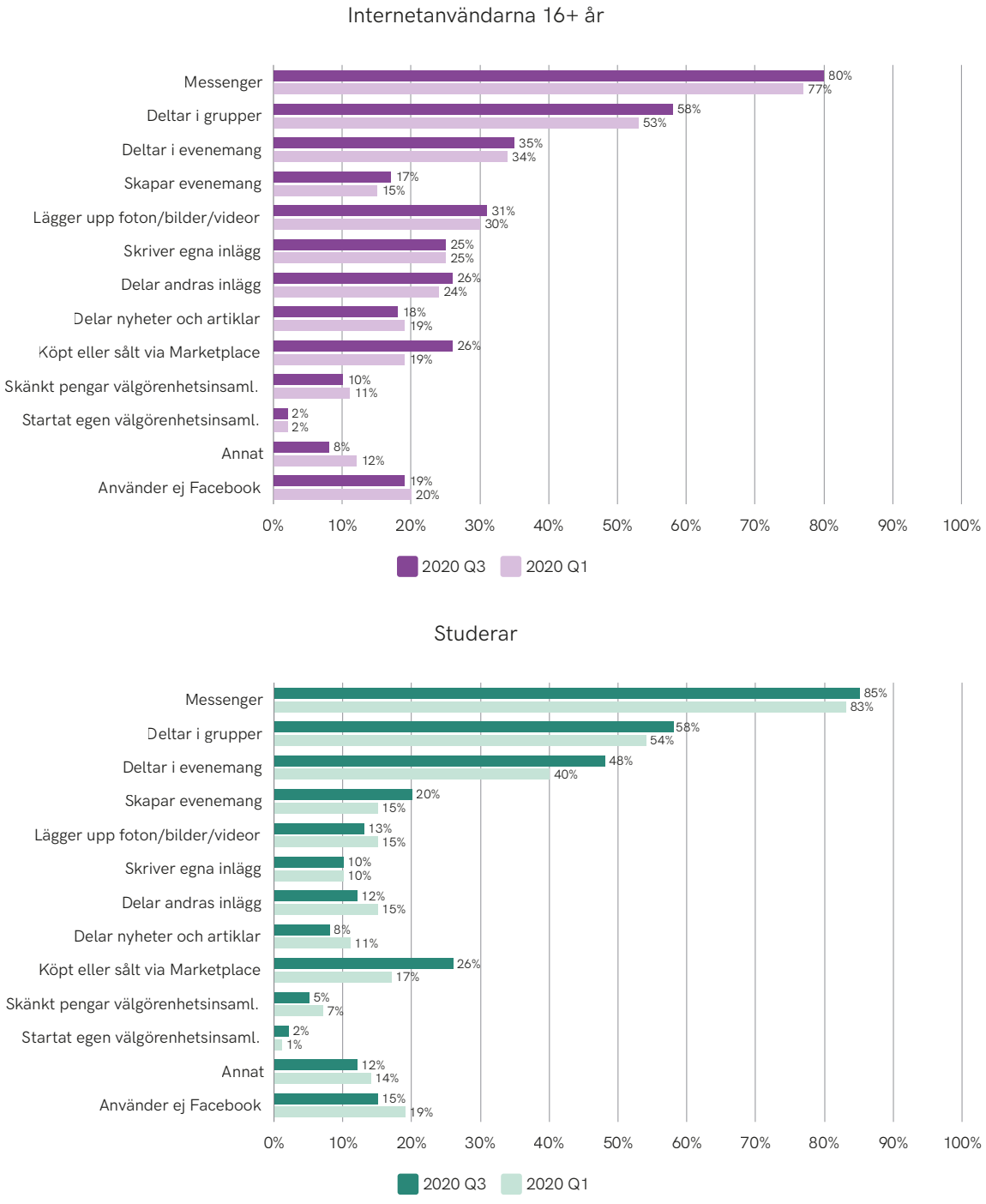
Den dagliga användningen av de olika sociala medierna följer i stora drag den totala fördelningen, men vi kan se stora skillnader i åldrarna 16–35 år. Till exempel använder knappt hälften av de 16–25 år Facebook dagligen, medan nära 8 av 10 är dagliga användare av Instagram och Snapchat.

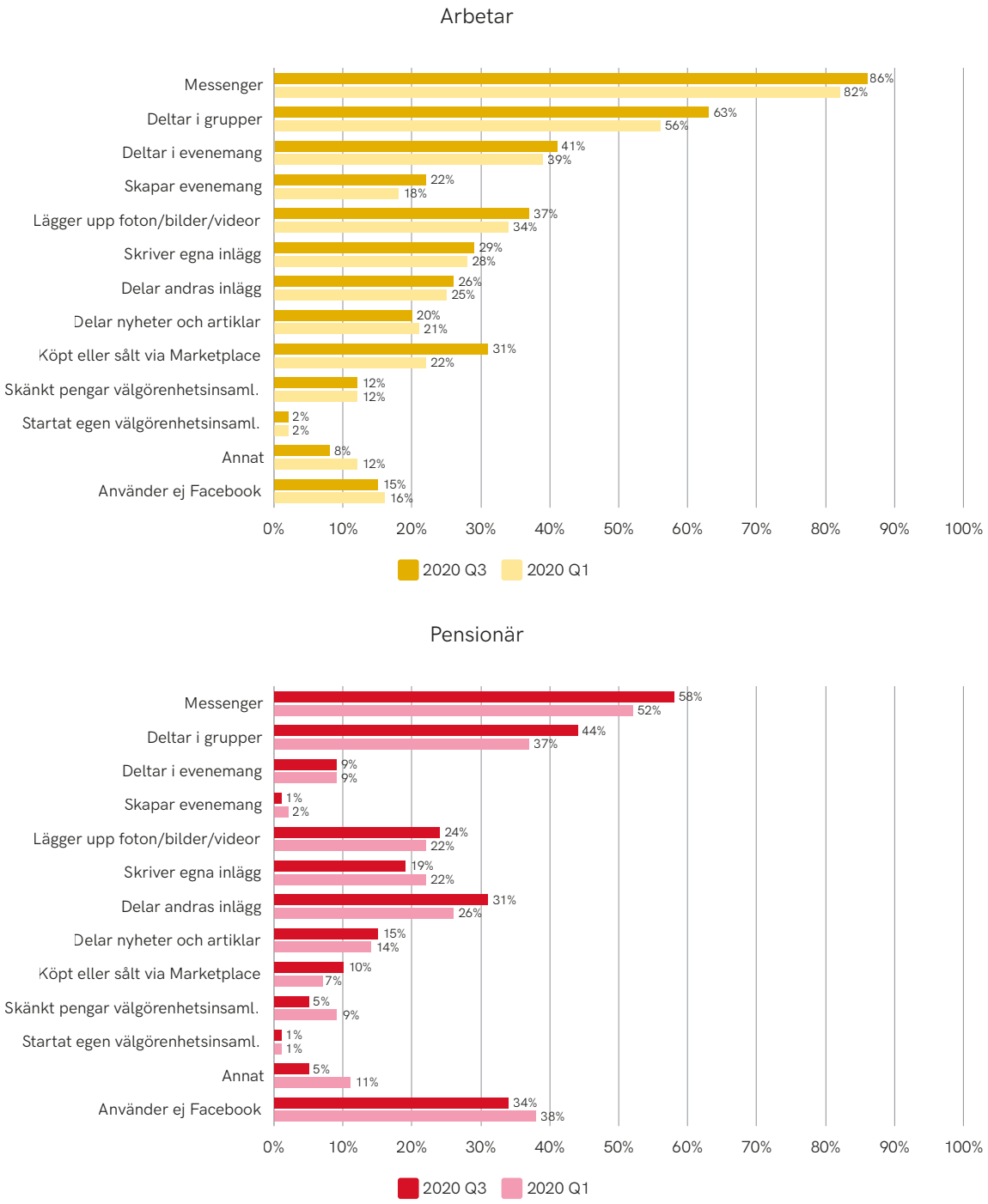
I åldersgruppen 26–35 år är det en hårfin skillnad mellan det dagliga användandet av Facebook (67%) och Instagram (66%), där användningen av båda också ökat med 5 procentenheter under pandemin.

Facebook Marketplace har vuxit under pandemin

I detta diagram ska vi titta på olika aktiviteter på det sociala nätverket Facebook, och jämföra hur de används sett till internetanvändarnas sysselsättning (som i mångt och mycket speglar ålder).

Diagram 7.6 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder olika tjänster på Facebook, Sysselsättning, år 2020 Q1-Q3.





Den mest populära aktiviteten på Facebook av de vi jämför är chattklienten Messenger. Skillnaden i användning mellan arbetande (86%) och studerande (85%) är mycket liten, de förstnämnda tenderar ha gått om marginellt under pandemin. Vi kommer att titta närmare på Facebook Messenger i *Kapitel 8* som handlar om digitala kommunikationstjänster.

Utöver Messenger använder de yngsta internetanvändarna främst Facebook genom att delta i grupper, evenemang och köpa eller sälja något på handelsplatsen Marketplace. De äldsta internetanvändarna deltar främst i grupper, delar andras inlägg och lägger ut foton och videor.

De två tjänster som ökat mest bland internetanvändarna i stort under pandemin är att delta i grupper, och att köpa eller sälja något på Marketplace. Nära 6 av 10 internetanvändare i Q3 deltar i grupper på Facebook, vilket är en ökning med 5 procentenheter sedan Q1. Gruppdeltagande är populärast bland de arbetande, som också ökat sin medverkan i grupper mest under pandemin, tillsammans med pensionärerna.

Marketplace är den aktivitet på Facebook som har ökat mest av alla i jämförelsen, med 7 procentenheter från 19 procent i Q1 till 26 procent i Q3. Denna tjänst nyttjas i Q3 främst av de arbetande (31%) men tätt följt av studenterna (26%) som båda ökat sin användning med hela 9 procentenheter under pandemin. Bara 1 av 10 pensionärer använder dock Marketplace, fastän användningen har ökat något under pandemin.

1 av 10 internetanvändare skänker pengar till välgörenhet via Facebook, en aktivitet som dock backat något under pandemin. I synnerhet är det pensionärer som dragit ned på detta från 9 procent i Q1 till 5 procent i Q3. Att starta en egen välgörenhetsinsamling är inte alls lika populärt – det gör endast 2 procent av internetanvändarna, en siffra som inte ändrats under pandemin.

Att skapa och delta i evenemang har endast ökat blygsamt under pandemin. Det är aktiviteter som främst de studerande gör – alltså de yngre internetanvändarna. Nära 5 av 10 studerande svarar att de deltar i evenemang i Q3, en ökning med 8 procentenheter under pandemin. Detta kan jämföras med knappt 1 av 10 pensionärer, och utan någon ökning under pandemin.

Att lägga ut bilder och skriva inlägg är aktiviteter som knappt påverkats av pandemin om man ser till internetanvändarna totalt sett. Detta är något som de studerande ägnar sig åt allra minst i jämförelse, och att lägga ut bilder har minskat något i den gruppen från Q1 till Q3. Både de arbetande och pensionärerna har ökat något när det gäller att lägga ut bilder, men pensionärerna har dragit ned något på att skriva egna inlägg under pandemin.

Att dela nyheter och artiklar gör 18 procent av internetanvändarna, och det har under pandemin minskat med 1 procentenhet. Att dela andras inlägg gör 26 procent, och det har istället ökat med 2 procentenheter. De studerande har under pandemin dragit ned på båda dessa aktiviteter, medan de arbetande enbart har minskat på delandet av nyheter och artiklar. Pensionärerna däremot har ökat båda dessa aktiviteter, och är de som mest av alla i jämförelsen delar andras inlägg i Q3 (31%).

Åldrar – Tiktok, Twitch

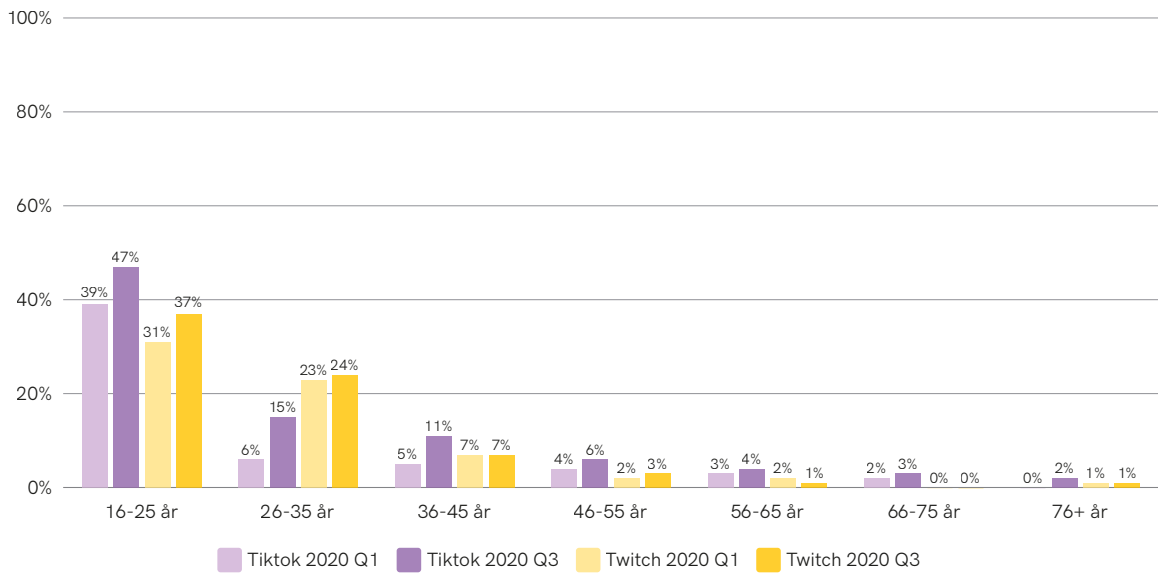
Tiktok och Twitch domineras av de som är 25 år eller yngre

Tiktok och Twitch är två sociala medier med unga som sin huvudsakliga målgrupp, och de domineras av de yngre internetanvändarna. Tiktok är en mobilapp avsedd för att skapa och dela videor och livesändningar. Twitch är en videotjänst som främst används för att livesända datorspel och chatta.

Det kinesiskt ägda Tiktok har varit omskrivet i media under pandemin, bland annat genom påståenden att appen olovligen hanterar data om användaren. Detta har bland annat resulterat i att SVT och SR uppmanat sin personal[3] att inte använda appen.

Under pandemin har ändå användandet av Tiktok ökat i samtliga åldersgrupper. I åldrarna 16–25 år har användningen gått upp med hela 8 procentenheter, från 39 procent i Q1 till 47 procent i Q3. Allra störst ökning har dock skett i åldrarna 26–35 år – där har användningen gått upp med 9 procentenheter till 15 procent i Q3. Bland internetanvändare äldre än 45 år använder däremot färre än 1 av 10 Tiktok.

Diagram 7.7 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använt Tiktok och Twitch minst någon gång, Ålder, år 2020 Q1–Q3.



Twitch har också ökat under pandemin, främst i åldersgruppen 16–25 år där användningen gått upp med 6 procentenheter till 37 procent i Q3. Mellan 26–35 år använder 24 procent Twitch i Q3, vilket alltså är fler än som använder

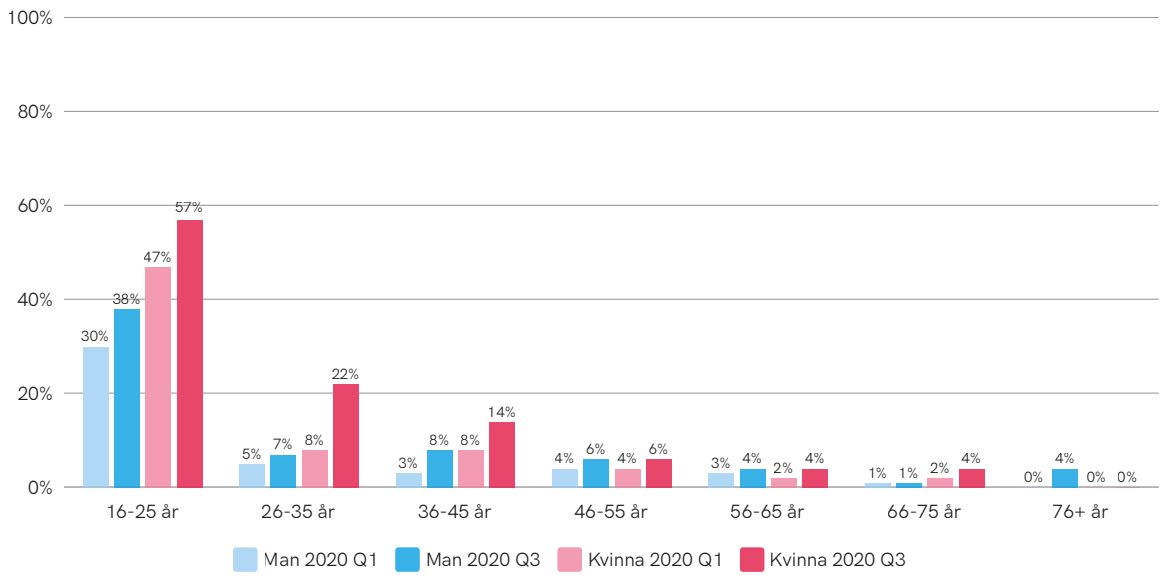
3 https://www.svt.se/kultur/svt-uppmanar-personalen-att-radera-videoappen-tiktok

Tiktok (15%). Bland internetanvändare äldre än 36 år är det bara 7 procent eller färre som använder Twitch. Som vi ska se i *diagram 7.12* är det däremot helt annorlunda i åldern 12–15 år.

Fler kvinnor än män använder Tiktok

Det är genomgående fler kvinnor än män som använder Tiktok från 16 år och upp till 75 år. Bland de äldsta internetanvändarna på 76+ år är rollerna däremot ombytta, då 4 procent av männen anger att de använder Tiktok jämfört med 0 procent av kvinnorna.

Diagram 7.8 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder Tiktok minst någon gång, Kön, år 2020 Q1–Q3.



Bland både män och kvinnor är användandet som störst mellan 16–25 år, där i Q3 nära 6 av 10 av kvinnorna använder Tiktok och nära 4 av 10 av männen. Under pandemin har kvinnorna på 16–25 år ökat sin användning av Tiktok med 10 procentenheter och männen med 8 procentenheter. Störst ökning under pandemin har dock skett bland kvinnor i åldersgruppen 26–35 år, där användningen ökat med hela 14 procentenheter, från 8 procent i Q1 till 22 procent i Q3.

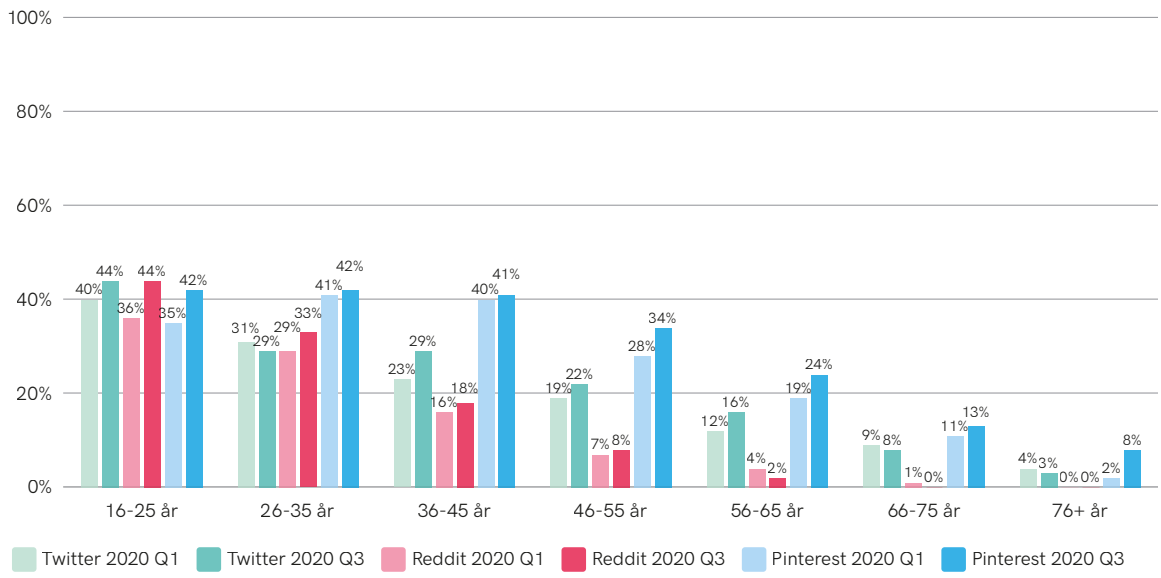
Vill man veta mer om hur Tiktok används i andra samhällsgrupper så hänvisar vi till *tabellbilagan*.

Åldrar – Twitter, Reddit, Pinterest

Twitter mest populärt bland 16–25 år

Twitter är en så kallad mikroblogg där användarna skriver egna korta inlägg som kan läsas av alla. Twitter är tveklöst störst bland de yngsta internetanvändarna på 16–25 år, där 44 procent använder tjänsten i Q3. Det är en ökning med 4 procentenheter sedan Q1. Därefter är glappet stort till åldersgruppen 26–45 år där 29 procent använder Twitter. Sedan är det allt färre i de högre åldrarna som "twittrar". Under pandemin har Twitter dock ökat i alla åldersgrupper utom 26–35 år samt de som är 66+ år.

Diagram 7.9 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder Twitter, Reddit, Pinterest minst någon gång, Ålder, år 2020 Q1–Q3.



Reddit är en slags social nyhetssida där användarna kan skapa egna inlägg och dela länkar, samt rösta upp inlägg de tycker är bra så att de syns av fler. Användningen av Reddit har ökat under pandemin bland internetanvändare mellan 16–55 år. Störst är ökningen i åldrarna 16–25 år, där användningen gått från 36 procent i Q1 till 44 procent i Q3. Internetanvändarna på 16–25 år är dessutom de flitigaste användarna av Reddit, men därefter sjunker användningen med åldern. Praktiskt taget inga internetanvändare över 66 år använder Reddit i Q3.

Pinterest är ett socialt nätverk där användarna kan lägga upp, spara och sortera bilder på olika digitala anslagstavlor. De kan också följa andra användares anslagstavlor för att hitta bilder och inspiration. Användningen av Pinterest har ökat i samtliga åldersgrupper under pandemin, men i synnerhet bland 16–25 år som ökat

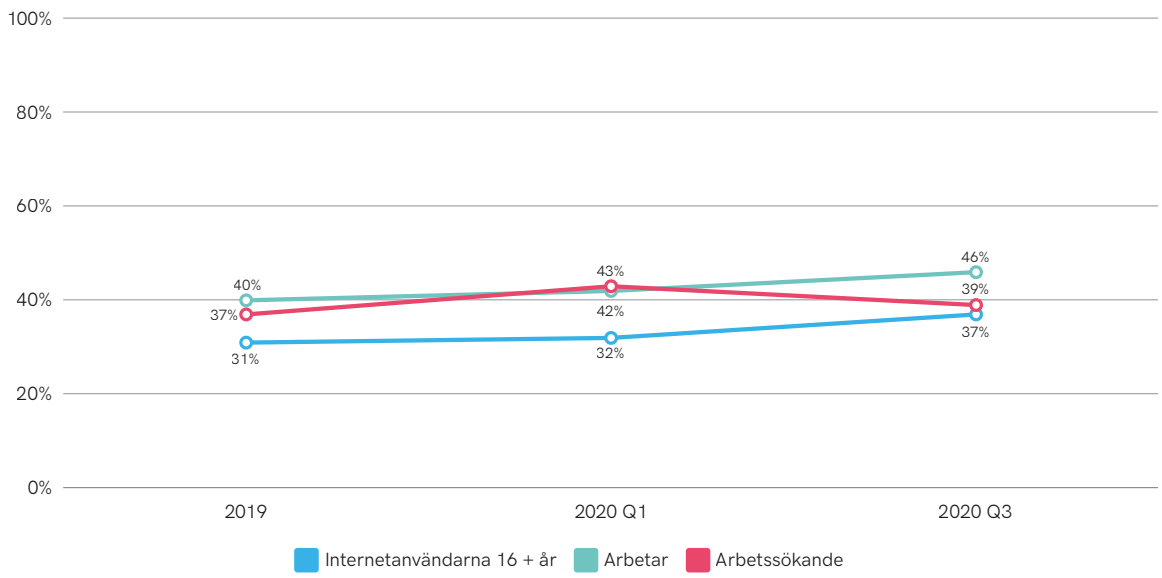
från 35 procent i Q1 till 42 procent i Q3. I åldrarna 16–45 år använder drygt 4 av 10 Pinterest. Även de äldre använder Pinterest, och under pandemin har de äldsta internetanvändarna på 76+ år ökat sin användning med 6 procentenheter, från 2 procent i Q1 till 8 procent i Q3.

Socialt professionellt nätverk – Linkedin

Användandet av Linkedin har ökat under pandemin

Linkedin är ett socialt nätverk med fokus på arbetslivet, och nätverkande mellan arbetssökande och företag. Nära hälften av de arbetande internetanvändarna i Q3 använder Linkedin, vilket innebär en ökning med 4 procentenheter under pandemin. De arbetssökande utgörs av en liten bas med högre felmarginal men de tenderar ha minskat sin närvaro på Linkedin under pandemin.

Diagram 7.10 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder Linkedin minst någon gång, år 2019–2020 Q1 och Q3.

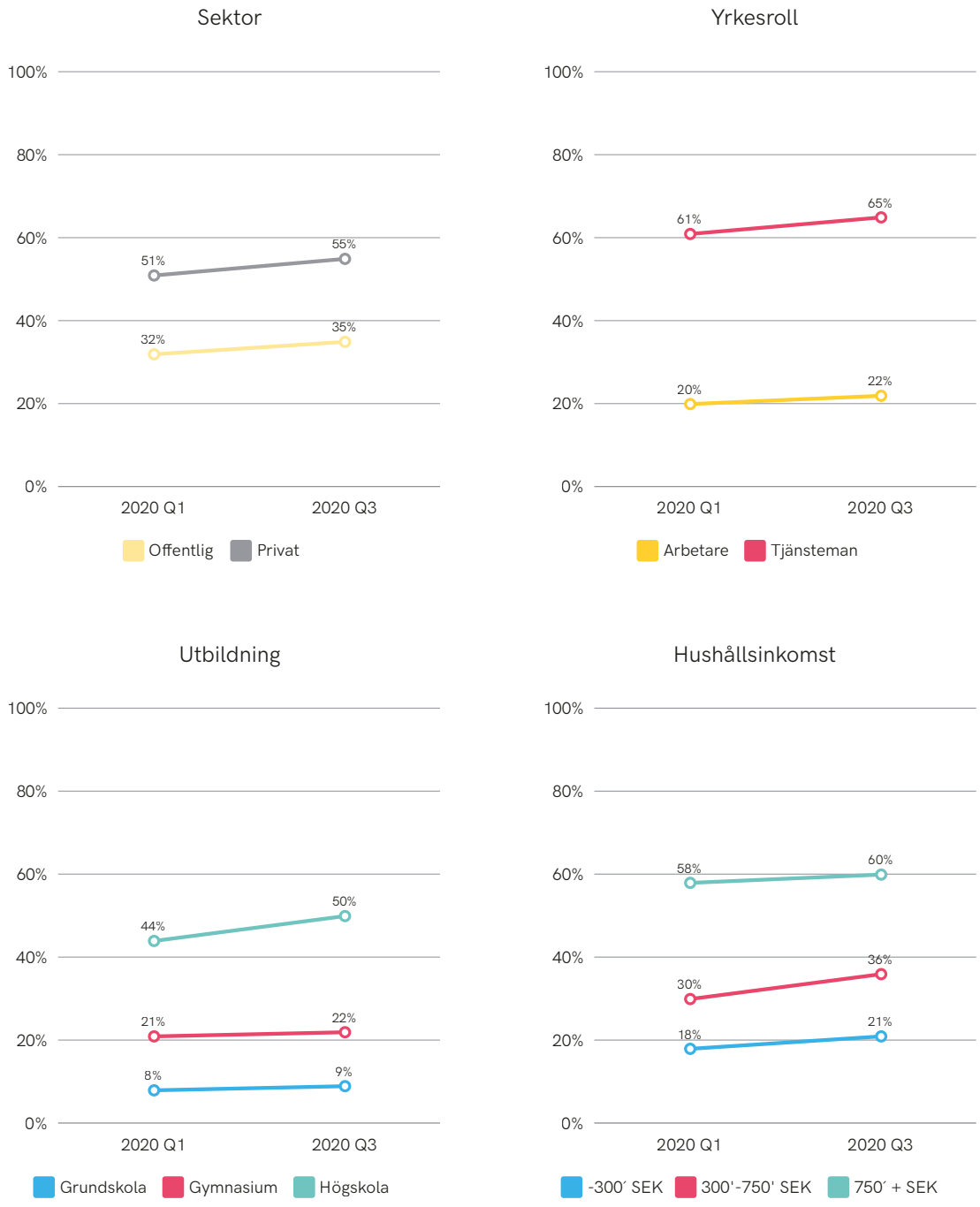


I nästa *diagram 7.11* ska vi titta på hur Linkedin används sett till sektor, yrkesroll, utbildningsnivå och hushållsinkomst.

2 av 3 tjänstemän använder Linkedin

Kort sammanfattat så används Linkedin jämförelsevis mest av tjänstemän, högutbildade, personer som bor i höginkomsthushåll samt personer som jobbar i privat sektor.

Diagram 7.11 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder Linkedin minst någon gång, Sektor/Yrkesroll/Utbildning/Hushållsinkomst, år 2020 Q1-Q3.



2 av 3 tjänstemän (65%) svarar i Q3 att de använder Linkedin minst någon gång, vilket är en stor skillnad mot arbetarna där motsvarande siffra är 22 procent. Båda grupperna har ökat sin användning av Linkedin under pandemin, men tjänstemännen i högre utsträckning.

Mer än hälften av de som jobbar i privat sektor använder Linkedin i Q3 till skillnad från bara en dryg tredjedel av de som jobbar i offentlig sektor. Båda grupperna har ökat sin användning under pandemin, men de i den privata sektorn i högre utsträckning.

De högutbildade är de som har ökat sin närvaro på Linkedin mest under pandemin, från 44 procent i Q1 till 50 procent i Q3 – alltså en ökning med 6 procentenheter. De med lägre utbildning använder inte detta forum i alls lika hög grad, och pandemin har heller inte fått dem att göra det i särskilt mycket större utsträckning.

Av de som bor i ett höginkomsthushåll svarar 6 av 10 i Q3 att de använder Linkedin. Det är en liten ökning på 2 procentenheter från Q1. Personer med lägre hushållsinkomst använder inte Linkedin lika mycket, men de har däremot ökat sin användning mer än de i höginkomsthushåll. Personer i medelinkomsthushåll har ökat sin användning med hela sex procentenheter, till 36 procent i Q3.

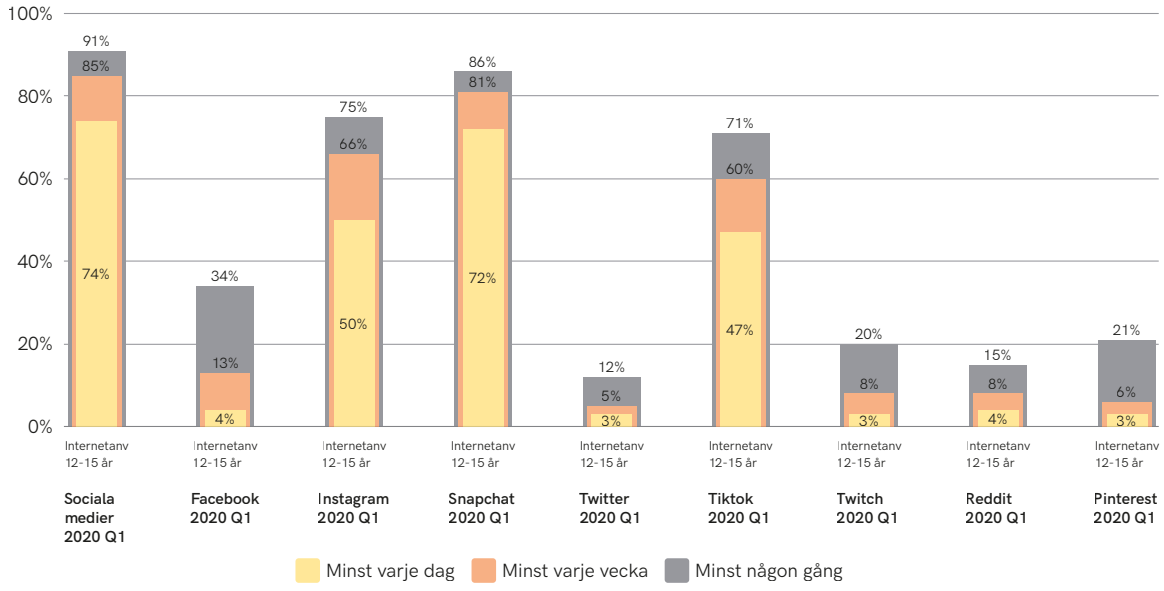
Special – Internetanvändare 12–15 år 2020 Q1

7 av 10 av de mellan 12–15 år använde Tiktok i första kvartalet 2020

Här följer nu en specialtabell över ett antal sociala nätverk med data från 2020 års första kvartal (Q1). Då intervjuade vi även internetanvändare i åldrarna 12–15 år (med målsmans godkännande). Den kompletterande mätningen i årets tredje kvartal (Q3) fokuserade på att mäta den så kallade coronaeffekten på digitaliseringen i Sverige. Av utrymmesskäl och tidsskäl intervjuade vi i Q3 endast internetanvändare 16+ år.

Vi vet dock att det är intressant att se hur användandet av olika sociala medier ser ut just bland 12–15-åringar. Därför har vi valt att redovisa det resultatet redan nu. Övriga frågor ställda till åldersgruppen 12–15 år i 2020 Q1 kommer att redovisas nästa år i samband med uppföljande studier.

Diagram 7.12 Andel av internetanvändarna 12-15 år, Använder sociala medier, år 2020 Q1 Obs! Specialdiagram - enda diagrammet i rapporten som innehåller 2020 Q1 12-15 år.



Hela 9 av 10 12-15-åringar använder sociala medier i 2020 Q1, och 3 av 4 gör det dagligen. Bland 12–15-åringar är Snapchat det sociala media som används mest, 86 procent. Därefter följer Instagram (75%) och Tiktok (71%). Facebook med 34 procent kommer först på fjärde plats bland de sociala nätverk vi jämfört. Var femte 12–15-åring är också på Twitch och Pinterest. I lägst grad använder 12–15 åringar Reddit (15%) och Twitter (12%).

Ser vi till dagligt användande befinner sig nästan 3 av 4 på Snapchat varje dag och runt hälften på Instagram och Tiktok på daglig basis. Facebook besöker bara 4 procent varje dag och endast 13 procent är där på veckobasis.

Det är fler tjejer (82%) än killar (61%) bland 12–15-åringar på Tiktok. På Twitch är det nästan inga tjejer (3%) utan mest killar (36%) i denna ålder.

Digitala videosamtal har skjutit i höjden under pandemin, främst bland de äldsta

Vi har frågat Sveriges internetanvändare om deras användning av olika samtals- och kommunikationstjänster för videosamtal, e-post och chatt.

Digitala samtals- och kommunikationstjänster används för att kommunicera på olika sätt; chatta och skicka meddelanden med text och ljud samt ringa röst- eller videosamtal. De flesta av tjänsterna vi jämför har stöd för flera olika av dessa kommunikationssätt. De kan vara en del av ett socialt nätverk (se *kapitel 7: Sociala medier*) eller en helt fristående tjänst.

Vi kan konstatera att användningen av de allra flesta samtals- och kommunikationstjänster generellt har ökat under pandemin – inte förvånande under ett år av social distansering och inställda fysiska möten. Mer uppseendeväckande är hur framförallt de äldsta internetanvändarna anammat digitala kommunikationstjänster, och i vissa fall dubblerat sin användning.

Innehåll kapitel 8

Samtals- och kommunikationstjänster

8.1 8 av 10 använder Facebook Messenger
8.2 Fler pensionärer än studerande använder Skype
8.3 6 av 10 studerande har använt Zoom under pandemin
8.4 Nära 3 av 4 av de som arbetat hemifrån under pandemin har använt Microsoft Teams

E-post, chatt och videosamtal

8.5 8 av 10 har haft ett videosamtal under pandemin
8.6 2 av 10 pensionärer har haft videosamtal varje vecka under pandemin
8.7 Den chattjänst som ökat mest under pandemin är Instagram
8.8 Singlar har haft videosamtal i betydligt högre utsträckning under pandemin
8.9 De som är 76 år eller äldre har dubblerat sin användning av videosamtal under pandemin

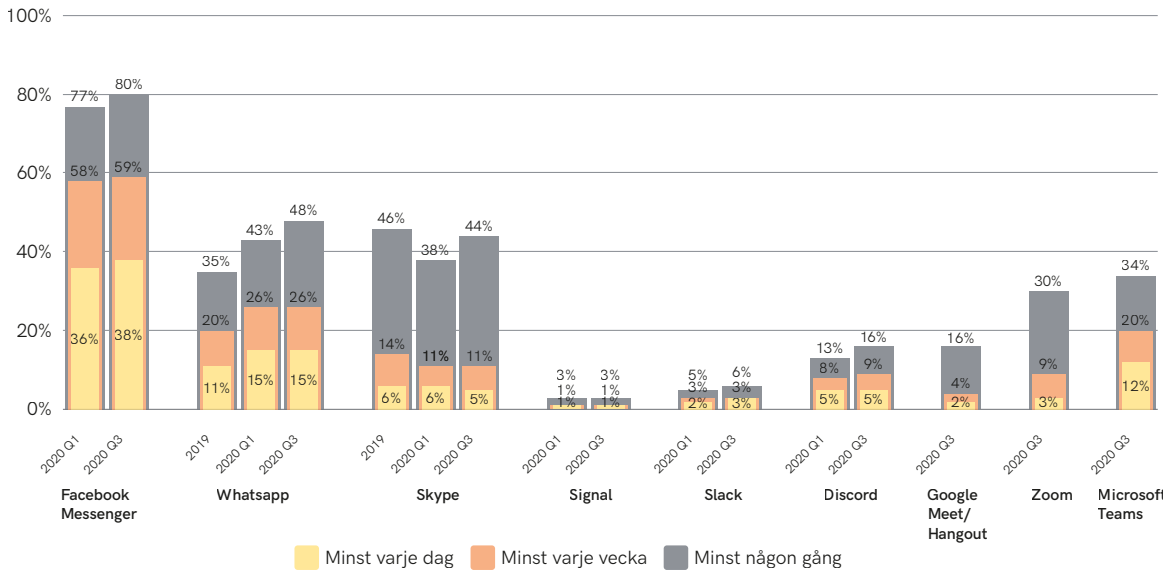
Samtals- och kommunikationstjänster

8 av 10 använder Facebook Messenger

Av de samtals- och kommunikationstjänster vi undersökt är Facebook Messenger den mest populära – 8 av 10 svarar att de använder den i Q3. Användningen har ökat med 3 procentenheter under pandemin, från 77 procent i Q1 till 80 procent i Q3.

Facebook Messenger har funnits med i tidigare år av *Svenskarna och internet*, men då endast när vi frågat kring användningen av olika Facebook-tjänster, utan möjlighet att ange hur ofta tjänsten används. Detta är alltså nytt för årets rapport, och tidigare år är inte fullt jämförbara.

Diagram 8.1 Andel av internetanvändarna (16+ år), Användning av olika samtals- och kommunikationstjänster, år 2020 Q1–Q3. Obs! Där data saknas för 2019 samt Q1 har frågan inte ställts.



Whatsapp är en av världens mest använda chattappar, och ägs av Facebook sedan 2014. Vi ser att tjänsten vuxit en del bland svenska internetanvändare sedan 2019, och att den har fortsatt att göra det under pandemin. År 2019 använde en dryg tredjedel Whatsapp, och i 2020 års tredje kvartal nära hälften (48%).

Skype är en tjänst för främst videosamtal som ägs av Microsoft. Användningen har minskat över tid, men nu har den fått en skjuts under pandemin. År 2019 använde 46 procent Skype, men första kvartalet 2020 hade användningen minskat med 8 procentenheter. Användningen har under pandemin tagit fart igen och gått upp med

6 procentenheter till 44 procent i Q3. Skype är alltså nästan tillbaka på 2019 års nivå.

Discord är en tjänst där användare kan skapa egna chattrum och kanaler, där det också går att bjuda in andra. Discord används till stor del för att samtala om dataspel och spela online tillsammans. Vi började mäta användningen av Discord i 2020, och kan se att den ökat med 3 procentenheter till 16 procent under pandemin.

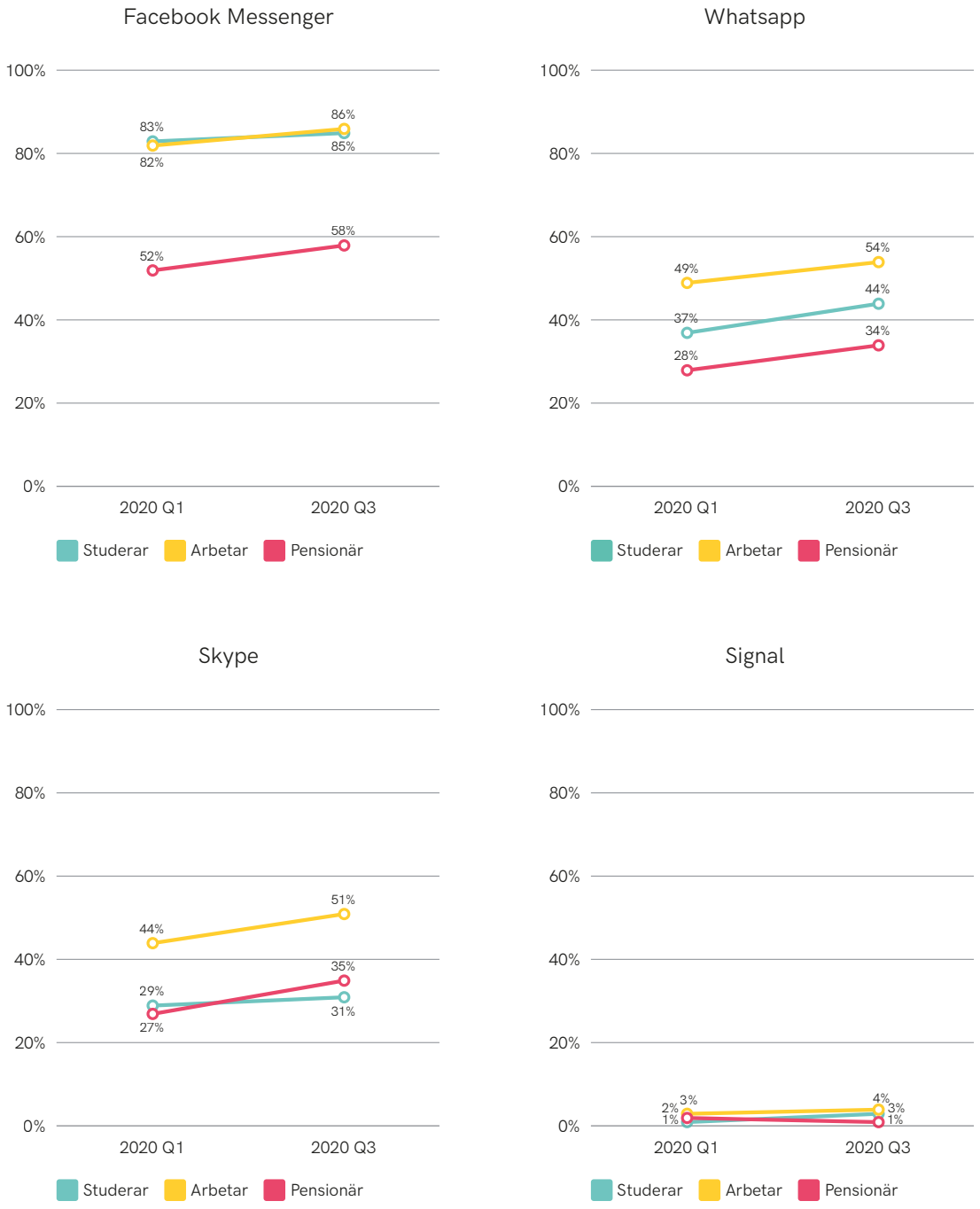
Två andra mindre tjänster vi mätt under 2020 är Signal, en chattjänst med fokus på säkerhet och krypterad kommunikation, samt Slack, en tjänst som används av många organisationer där man precis som i Discord kan skapa flera olika kanaler utifrån ämnen. Dessa båda appar har knappt påverkats av pandemin; Signal används endast av 3 procent och Slack av 6 procent i Q3.

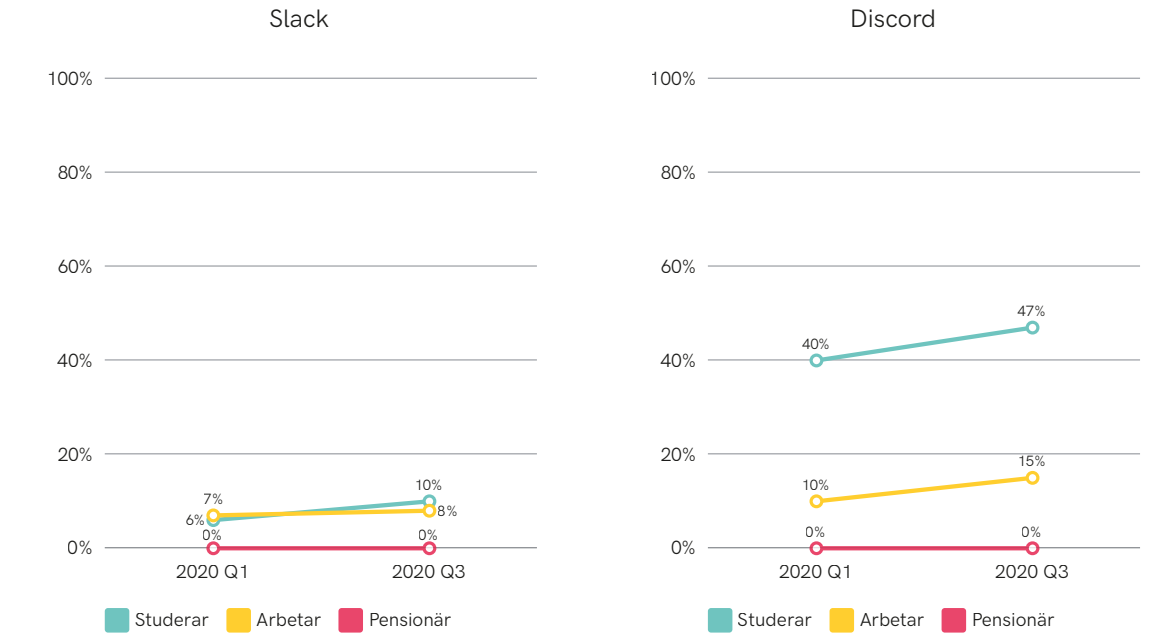
I mätningen för årets tredje kvartal har vi också lagt till tre tjänster för videosamtal som blivit mer aktuella under pandemin. Den största av dessa tre är Microsoft Teams som 34 procent använder, följt av Zoom på 30 procent och Google Meet (inklusive den snarlika tjänsten Google Hangout) på 16 procent.

Alla dessa tjänster ska vi granska fördelat på internetanvändarnas sysselsättning i *diagram 8.2* och *diagram 8.3*.

Fler pensionärer än studerande använder Skype

Diagram 8.2 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder olika samtals- och kommunikationstjänster minst någon gång, Sysselsättning, år 2020 Q1–Q3.





De studerande – som till stor del är de yngre – använder främst Facebook Messenger av de sex tjänsterna vi jämfört, och den har ökat med 2 procentenheter under pandemin. Nära hälften använder Discord, som ökat med sju procentenheter under pandemin, från 40 procent i Q1 till 47 procent i Q3. Mer än var fjärde använder också Whatsapp, som ökat med 7 procentenheter, från 37 procent i Q1 till 44 procent Q3.

Bland de studerande svarar 31 procent att de använder Skype, alltså i något lägre grad än både de arbetande (51%) och pensionärerna (35%). Under pandemin har pensionärerna börjat använda Skype mer, och rentav gått om studenterna i Q3. Pensionärerna har ökat sin användning av Skype med 8 procentenheter under pandemin, jämfört med de studerandes ökning på 2 procentenheter. Ökningen hos de arbetande var 7 procentenheter under pandemin.

Nära 6 av 10 av de internetanvändande pensionärerna använder Facebook Messenger, vilket är en ökning med 6 procentenheter under pandemin. En tredjedel (34%) använder Whatsapp. Däremot är det praktiskt taget ingen pensionär som använder Signal eller Slack, vilket en liten del av både de arbetande och de studerande gör.

De arbetande använder Facebook Messenger praktiskt taget i lika hög grad som de studerande – 86 procent jämfört med 85 procent. Under pandemin har de arbetande ökat användningen av Facebook Messenger med 4 procentenheter. Mer än hälften – 54 procent – av de arbetande använder Whatsapp, vilket är en ökning med 5 procentenheter under pandemin. Det är alltså mer än både de studerande (44%) och pensionärerna (34%) i Q3. Bara 15 procent av de arbetande använder Discord, men den tjänsten har ökat med 5 procentenheter under pandemin.

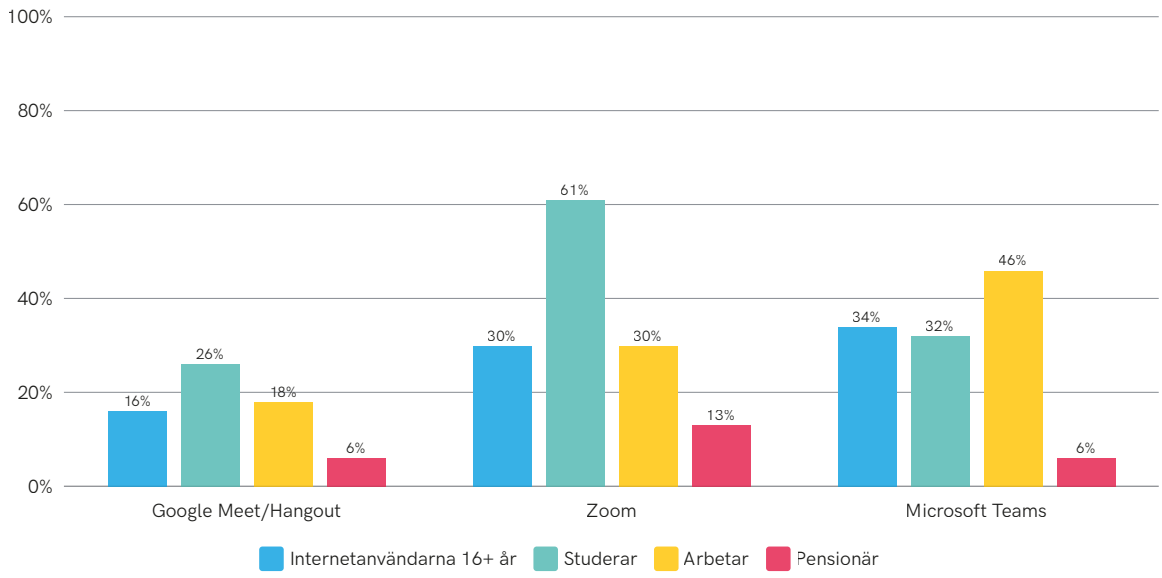
6 av 10 studerande har använt Zoom under pandemin

Ser vi till de tre samtals- och kommunikationstjänsterna vi mätte för första gången i kvartal 3 2020 kan vi konstatera stora skillnader i nyttjandegrad sett till sysselsättning (som till stor del också speglar ålder).

Zoom är mest använt hos de studerande, där 6 av 10 svarar att de använder tjänsten, jämfört med 3 av 10 av de arbetande och bara lite mer än var tionde pensionär.

Microsoft Teams används i högre grad av de arbetande – nära hälften eller 46 procent, men bara 6 procent av pensionärerna använder tjänsten. En lika stor del av pensionärerna använder Google Meet/Hangout, samt en dryg fjärdedel av de studerande. Av de arbetande är det nära 2 av 10 som använder Google Meet/Hangout.

Diagram 8.3 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använt olika samtals- och kommunikationstjänster minst någon gång, Sysselsättning, år 2020 Q3.

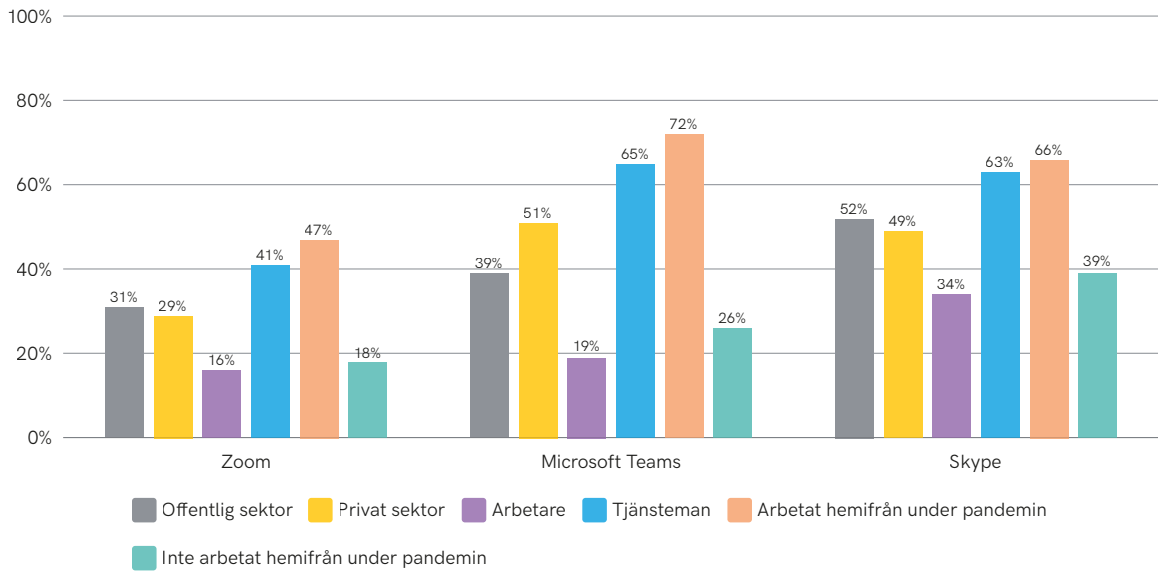


Nära 3 av 4 av de som arbetat hemifrån under pandemin har använt Microsoft Teams

Nu ska vi titta på hur några olika arbetsrelaterade grupper använder de tre tjänsterna Microsoft Teams, Skype och Zoom. Det ska dock understrykas att vi inte frågat internetanvändarna huruvida de använder dessa tjänster i arbetet eller privat. Resultatet speglar därför det totala användandet, det vill säga både yrkesrelaterat och privat.

Nära tre fjärdedelar (72%) av de som har arbetat hemifrån under pandemin har använt Microsoft Teams, jämfört med en fjärdedel av de som inte arbetat hemifrån. Nära hälften av hemarbetarna har använt Zoom, till skillnad från de icke hemarbetande där knappt 2 av 10 gjort det. Två tredjedelar av hemarbetarna har använt Skype, jämfört med en dryg tredjedel av de som inte arbetat hemifrån.

Diagram 8.4 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder olika samtals- och kommunikationstjänster minst någon gång, Sektor, Yrkesroll samt Arbete hemifrån, år 2020 Q3.



Tittar vi på yrkesroll kan vi se att runt två tredjedelar av tjänstemännen har använt Microsoft Teams (68%) och Skype (63%). Bland arbetarna har endast en tredjedel använt Skype, och bara 2 av 10 har använt Microsoft Teams. Zoom använder 41 procent av tjänstemännen, men bara 18 procent av arbetarna.

Skillnaden mellan de som arbetar i privat eller offentlig sektor är inte alls lika stora. Cirka hälften av de i privat sektor har använt Microsoft Teams (51%) och Skype (49%). De i offentlig sektor har använt Skype i lite högre grad (52%), men Microsoft Teams i lägre grad (39%). Zoom används i lägre grad av både de i offentlig sektor (31%) och privat sektor (29%).

Vi har nu tittat på användningen av olika samtals- och kommunikationstjänster som kan användas för både videosamtal och textchatt. I nästa *diagram 8.5* ska vi följa upp det genom att titta på hur mycket internetanvändarna specifikt ägnar sig åt att chatta och ha videosamtal, samt hur mycket de e-postar.

E-post, chatt och videosamtal

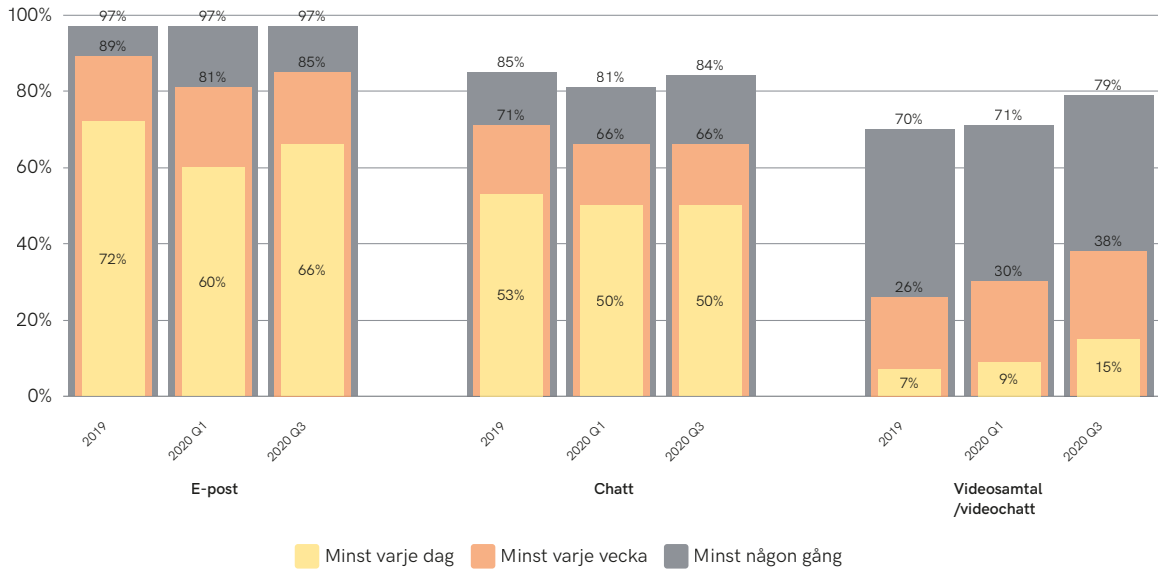
8 av 10 har haft ett videosamtal under pandemin

I detta diagram ska vi se i vilken omfattning och hur frekvent internetanvändarna ägnar sig åt e-post, chatt och videosamtal/videochatt.

Videosamtal har fått en ordentlig skjuts under pandemin. Från 2020 Q1 har det ökat med 8 procentenheter, så att 79 procent eller 8 av 10 internetanvändare 16+ år använder sig av videosamtal i Q3.

I stort sett alla internetanvändare 16+ år e-postar, och det totala användandet har legat stadigt på 97% sedan 2019 utan någon förändring under pandemin 2020. Däremot kan vi se att det dagliga e-postandet har gått upp under pandemin med 6 procentenheter från Q1 till Q3, efter ett tapp från 2019. Det är dock fortfarande färre som e-postar dagligen i Q3 (66%) än som gjorde det 2019 (72%).

Diagram 8.5 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använt av olika sätt att kommunicera över internet, år 2019–2020 Q1 och Q3.



Att chatta innebär att skicka direktmeddelanden i realtid över internet, till enskilda eller en grupp. Chattandet minskade något mellan 2019 och 2020 års första kvartal, både totalt sett och på daglig nivå. Under pandemin har chatt totalt sett fått ett litet uppsving på tre procentenheter, och i Q3 uppger 83 procent att de chattar. Vilka olika tjänster som används för att chatta kommer vi att se i *diagram 8.7*.

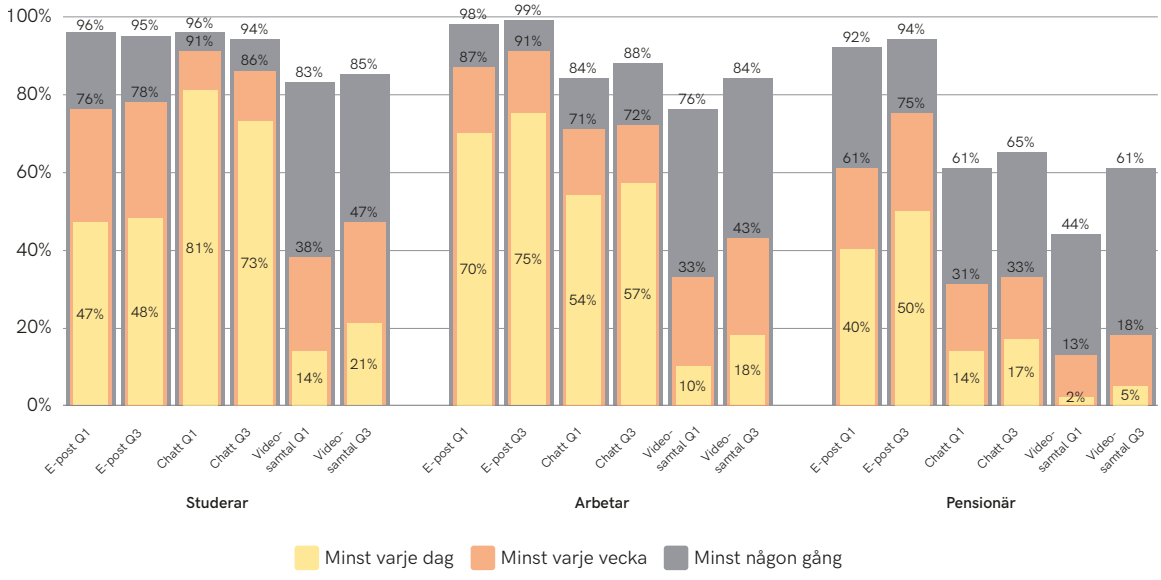
2 av 10 pensionärer har haft videosamtal varje vecka under pandemin

När vi tittar på e-post, chatt och videosamtal så är det de studerande – till stor del de yngsta – som påverkats minst av pandemin, jämfört med de arbetande och pensionärerna.

De studerandes totala användning av e-post tenderar minska något från 96 procent i Q1 till 95 procent i Q3. Även chatt har minskat lite, från 96 procent i Q1 till 94 procent i Q3. Videosamtal har däremot ökat med 2 procentenheter till 85 procent i Q3. En tänkbar förklaring är att de studerande i högre grad börjat använda video än textchatt när de under pandemin spenderat mer tid hemma, där det oftast finns en pålitlig wifi-anslutning, och där telefonens mobildata inte förbrukas.

De arbetande är de som e-postar mest av alla, och hela 99 procent svarar att de använder e-post. De arbetandes dagliga e-postande har ökat under pandemin med 5 procentenheter, och 3 av 4 e-postar dagligen i Q3. De arbetande har också börjat chatta mer under pandemin – i Q3 är det 88 procent som chattar någon gång, och 57 procent som gör det dagligen. De arbetandes användning av videosamtal har också ökat med hela 8 procentenheter på både total och daglig nivå.

Diagram 8.6 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder olika sätt att kommunicera över internet, Sysselsättning, år 2020 Q1-Q3.



De internetanvändande pensionärerna är de som ökat sin användning av e-post, chatt och videosamtal mest under pandemin. Detta är sannolikt en effekt av social distansering, och att många äldre tillhört en riskgrupp. Som vi såg i *kapitel 1: Internetanvändande och digital skärmtid* är det också pensionärer som allra mest ökat sin skärmtid under pandemin.

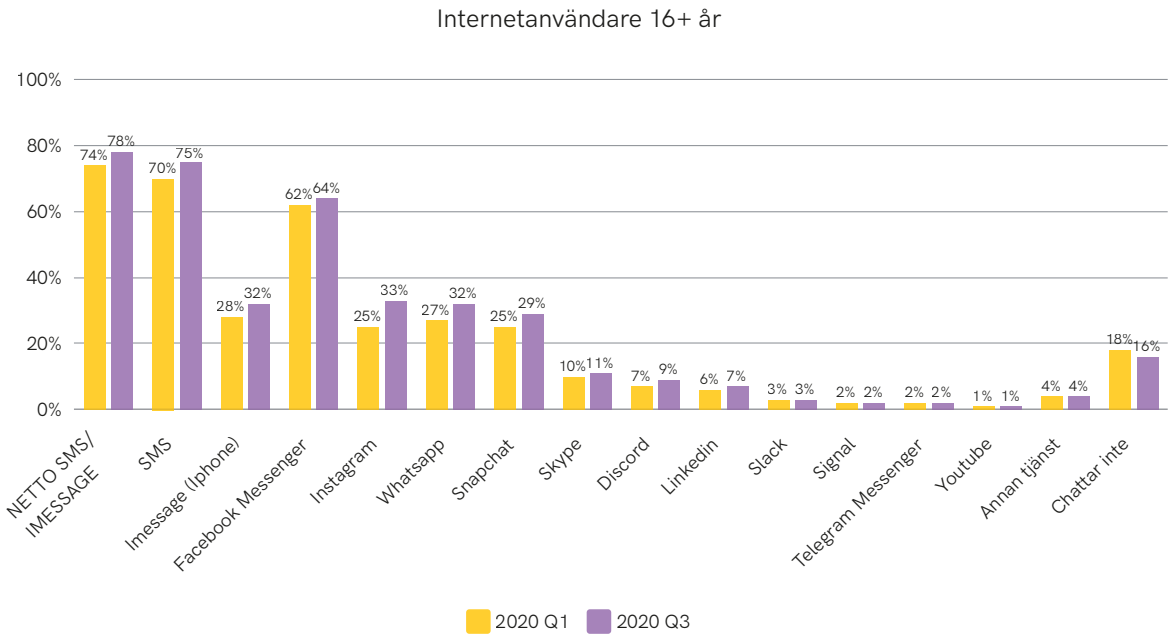
E-post har ökat totalt sett bland pensionärer, men i synnerhet på daglig nivå. Där har användningen gått upp med hela 10 procentenheter vilket innebär att hälften av de internetanvändande pensionärerna nu e-postar dagligen. 2 av 3 pensionärer svarar också i Q3 att de chattar, vilket är en ökning med 4 procentenheter under pandemin.

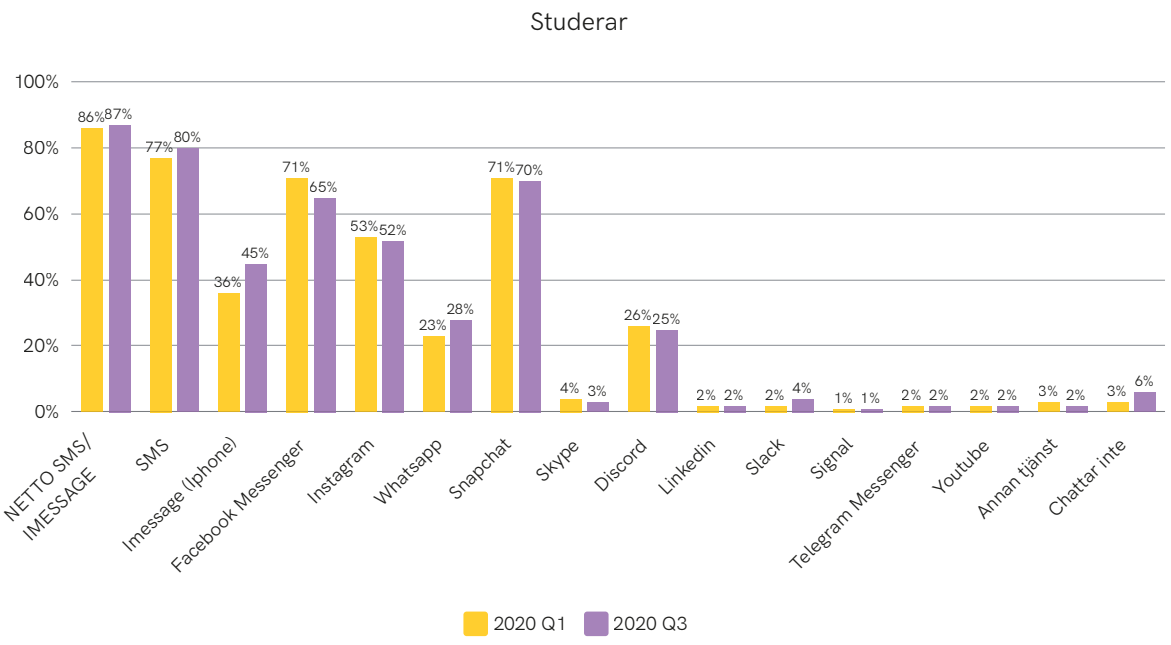
Men det är videosamtal som verkligen har skjutit i höjden för pensionärerna. I Q1 hade 44 procent videosamtal, vilket i Q3 har ökat med hela 17 procentenheter till 61 procent. I Q3 svarar också 5 procent av pensionärerna att de har videosamtal varje dag, och 18 procent att de har det varje vecka. I *diagram 8.8* och *diagram 8.9* ska vi titta närmare på hur olika samhälls- respektive åldersgrupper använder videosamtal.

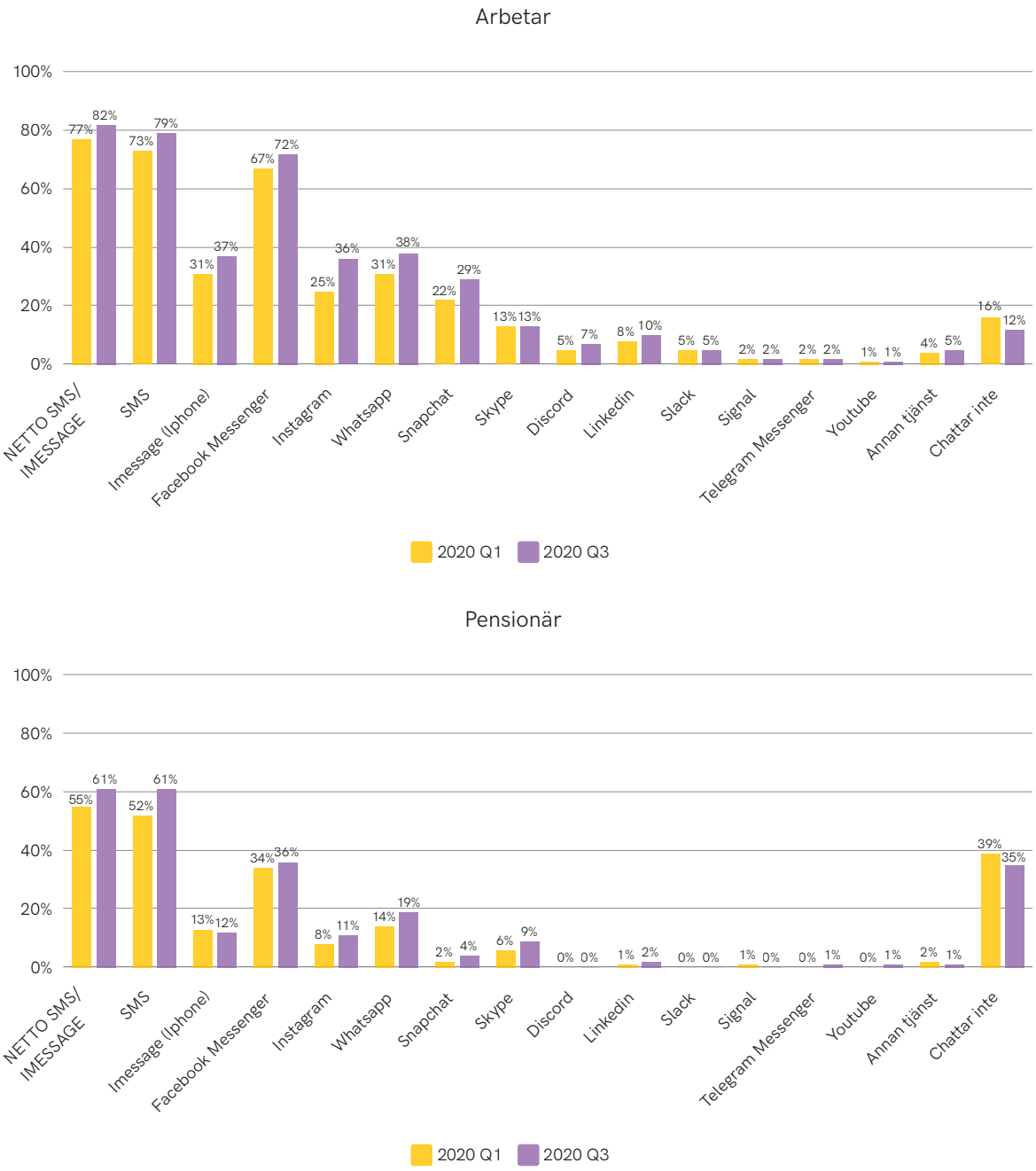
Den chattjänst som ökat mest under pandemin är Instagram

Nu ska vi titta på vilka olika tjänster som används för att chatta, alltså skicka direktmeddelanden i realtid till en person eller i en grupp. Vi ska också fördela detta på sysselsättning, vilket vi påminner om till stor del speglar internetanvändarnas ålder.

Diagram 8.7 Andel av internetanvändarna (16+ år), Vilka tjänster man använder för att chatta, dvs skicka direktmeddelanden, Sysselsättning, år 2020 Q1–Q3.







Frågan tillåter att flera olika tjänster anges som svar. Vi ska också understryka att många av dessa tjänster och appar också kan användas för att ringa röst- och videosamtal, och andra saker. Men frågan avser alltså endast att skicka direktmeddelanden.

För att chatta använder 3 av 4 internetanvändare sms. Det är en ökning med 5 procentenheter under 2020 från Q1 (70%) till Q3 (75%). En tredjedel svarar att de använder appen Imessage, som finns inbyggd i Apples produkter så som Iphone.

Där används Imessage både för sms och andra direktmeddelanden. Slår vi samman sms och Imessage når vi 78 procent i Q3.

Näst mest populärt är Facebook Messenger, som används av 64 procent för chatt och har ökat med 2 procentenheter under pandemin. Därefter är det ett stort glapp till tre tjänster som alla används av cirka 3 av 10 internetanvändare, nämligen Instagram, Whatsapp och Snapchat.

Instagram är i första hand en tjänst för att dela bilder, men har också en chattfunktion som används av 33 procent i Q3. Instagram för chatt har ökat med 8 procentenheter under pandemin, och därmed går den med minimal marginal om Whatsapp som används av 32 procent efter en ökning med 4 procentenheter under pandemin. Snapchat har också ökat med 4 procentenheter, och används av 29 procent i Q3.

De studerande är de som chattar mest jämfört med arbetande och pensionärer. De använder också Imessage mer – under pandemin har deras användning av Apples meddelandetjänst ökat med 9 procentenheter till 45 procent i Q3.

Den sammanslagna användningen av sms och Imessage är 87 procent, alltså nära 9 av 10 studerande. Därefter följer Snapchat som används av 70 procent, men har minskat med 1 procentenhet under pandemin. Därefter kommer Facebook Messenger som i Q1 låg på delad andraplats med Snapchat på 71 procent, men som minskat till 65 procent i Q3.

Drygt hälften av de studerande i Q3 använder också Instagram för att chatta, och nära 3 av 10 använder Whatsapp som ökat med 5 procentenheter under pandemin. Var fjärde studerande använder Discord. De chattjänster som ökat mest under pandemin för de studerande är alltså Imessage och Whatsapp, och den som minskat mest är Facebook Messenger.

De arbetande har ökat sin användning av nästan alla chattjänster i jämförelsen under pandemin. Utöver sms/Imessage, som används av 82 procent, är Facebook Messenger mest populär på 72 procent. Därefter följer Whatsapp (38%), Instagram (36%) och Snapchat (29%). Instagram är den tjänst som ökat mest för chatt bland de arbetande, med hela 11 procentenheter under pandemin. Både Whatsapp och Snapchat har ökat med 7 procentenheter, och Facebook Messenger har ökat 5 procentenheter. I Q3 använder dessutom 1 av 10 arbetande Linkedin för att chatta – en ökning med 2 procentenheter under pandemin.

Pensionärerna är de som chattar minst i jämförelse, men också de har ökat sin användning av vissa tjänster under pandemin. 6 av 10 pensionärer använder sms/Imessage, och det är en ökning med 6 procentenheter. Bryter vi ut Imessage används den tjänsten av drygt 1 av 10 pensionärer. Efter sms/Imessage i kombination kommer Facebook Messenger (36%) som ökat med 2 procentenheter under pandemin. På tredje plats kommer Whatsapp (19%) som ökat med 5 procentenheter. Runt 1 av 10 pensionärer i Q3 chattar via Instagram (11%) och Skype (9%). Endast 4 procent chattar via Snapchat.

4 procent av internetanvändarna svarar att de använder "annan tjänst" för att chatta. Här återfinns främst Microsoft Teams, följt av Viber och därefter Google Hangouts. Några andra tjänster som nämns av ett fåtal är Steam, Kik, Zoom

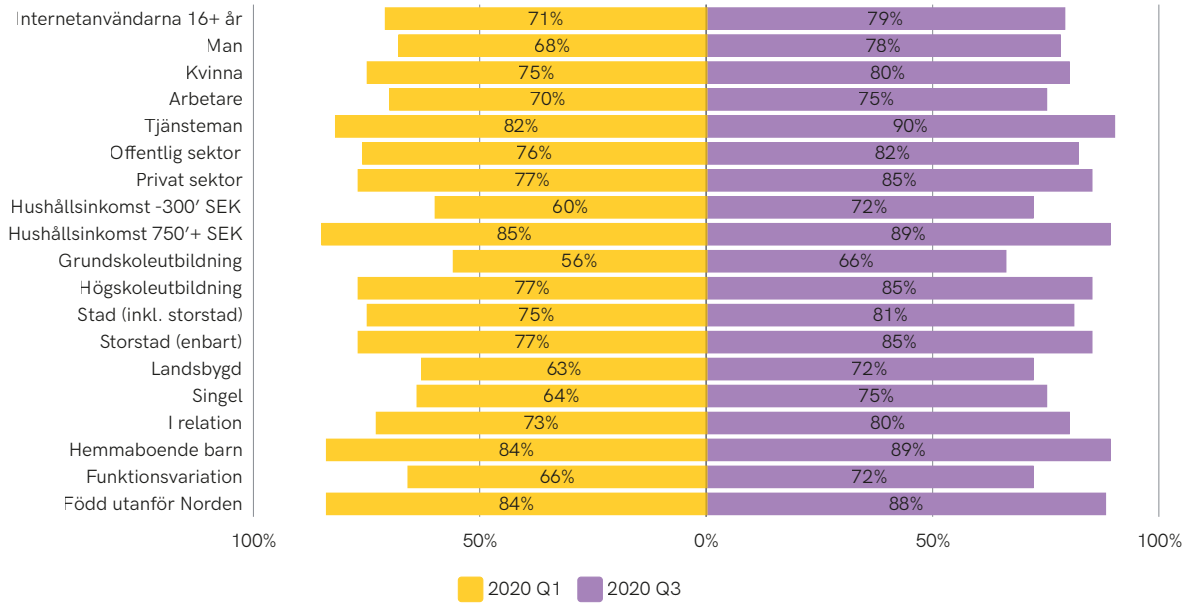
och korsordsappen Wordfeud. Fördelningen mellan Q1 och Q3 är i stort sett densamma, med tillägget att i Q3 har även några få nämnt att de använder Tiktok som en chattjänst.

Singlar har haft videosamtal i betydligt högre utsträckning under pandemin

I detta diagram ska vi fördela internetanvändarnas användning av videosamtal utifrån olika grupperingar så som kön, sysselsättning, hushållsinkomst och civilstånd.

De som haft videosamtal i högst grad både i Q1 och Q3 är tjänstemän, de som bor i höginkomsthushåll och de med hemmaboende barn under 18 år. Det är dock ingen av dessa grupper som ökat användningen av videosamtal mest under pandemin. Det är istället bland annat de som är singel/ensamstående – där användningen har ökat med hela 11 procentenheter under pandemin, till 75 procent i Q3. Den ökningen kan förstås genom att många singlar drabbats hårdare av social distansering än de som lever i en relation. Vi ska återkomma till singlarna i *kapitel 10: Digitala beteenden*.

Diagram 8.8 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder videosamtal/videochatt minst någon gång, Bakgrundsprofil, år 2020 Q1–Q3.

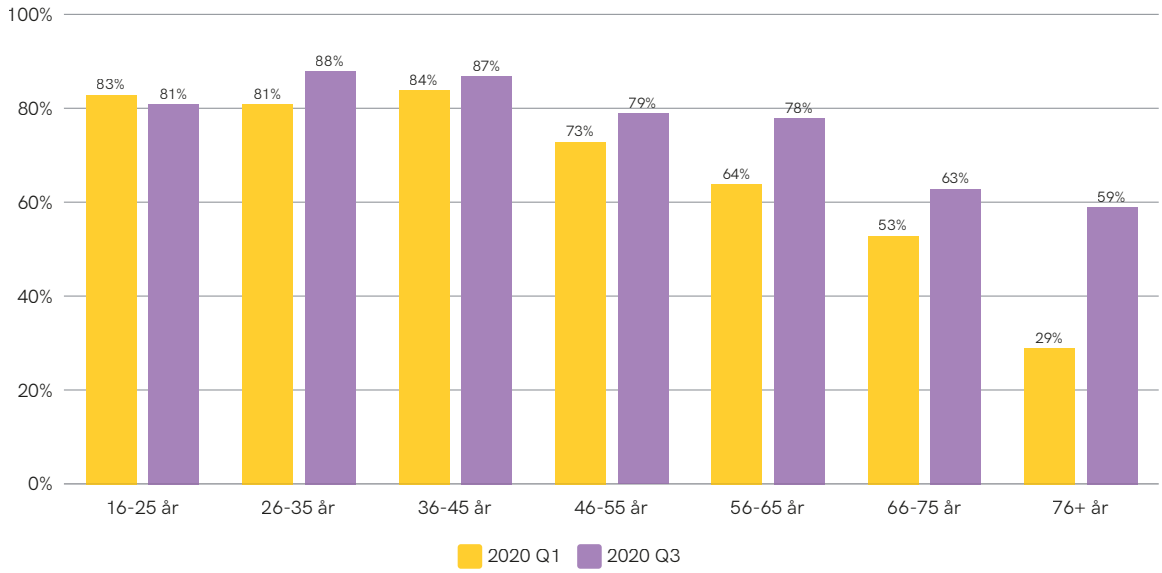


Två andra grupper som ökat användningen av videosamtal stort under pandemin är de som bor i låginkomsthushåll samt de med enbart grundskoleutbildning. Bland personer i låginkomsthushåll använder 72 procent videosamtal i Q3, en ökning med 12 procentenheter. Bland grundskoleutbildade är siffran 66 procent i Q3, en ökning med 10 procentenheter. Fördelar vi på kön ser vi att männens användning av videosamtal har ökat med 10 procentenheter under pandemin till 78 procent i Q3. Därmed är den skillnad som fanns mellan män och kvinnor i Q1 i stort sett utjämnad i Q3.

De som är 76 år eller äldre har dubblerat sin användning av videosamtal under pandemin

Ser vi till internetanvändarna 16+ år är videosamtal/videochatt något som ökat med 8 procentenheter under pandemin, till 79 procent i Q3. De som videosamtalar allra mest tillhör åldersgruppen 26–45 år. De yngsta på 16–25 år videosamtalar knappt mer än genomsnittet, men ligger kvar på ungefär samma nivå i Q3 som i Q1 – vi ser rentav en tendens till minskning under pandemin.

Diagram 8.9 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder videosamtal/videochatt minst någon gång, Ålder, år 2020 Q1–Q3.



Bland internetanvändare 56 år och äldre har användningen av videosamtal ökat med minst 10 procentenheter. Allra störst är ökningen bland de äldsta på 76+ år, vilka mer eller mindre dubblerat sin användning från 29 procent i Q1 till 59 procent i Q3. Det innebär en ökning på hela 30 procentenheter under pandemin.

Majoriteten av de som deltagit i distansutbildning föredrar fysiskt klassrum för bland annat bättre lärande

Vi har frågat Sveriges internetanvändare om de har deltagit i distansutbildning under pandemin, hur undervisningen har fungerat och om de haft tillgång till den utrustning som krävts.

Skolan är ännu ett område där coronapandemin tvingat till stora omställningar på kort tid, från undervisning i fysiska klassrum till distansundervisning med hjälp av digitala redskap. Folkhälsomyndigheten[1] gjorde bedömningen att barn och unga drabbas i lägre utsträckning av covid-19 än vuxna, och får mildare symptom. Personal som arbetar inom skolverksamheter har heller inte blivit smittade mer än andra yrkesgrupper. Därför beslutade regeringen att förskolor och grundskolor skulle hållas öppna tills vidare.

Gymnasieskolor, högskolor, universitet och annan vuxenutbildning rekommenderade[2] Folkhälsomyndigheten att stänga från och med 18 mars 2020, och därefter bedrevs undervisningen på distans. 29 maj gick Folkhälsomyndigheten ut med att de skulle ändra sina rekommendationer[3] från och med 15 juni, vilket innebar att gymnasieskolor kunde öppna igen från och med höstterminen 2020. Högskolor, universitet och motsvarande hänvisades till samma föreskrifter och rekommendationer som för övriga samhället. I praktiken innebar det distansundervisning när så är möjligt.

När vi i detta kapitel frågar om distansundervisning avses interaktiv undervisning som bedrivs med digital teknik via internet. Det omfattar alltså inte endast undervisning på gymnasiet eller högskola, utan också till exempel privata studier kopplat till en hobby eller ett fritidsintresse, eller studier i samband med sin yrkesroll.

1 https://www.folkhalsomyndigheten.se/smittskydd-beredskap/utbrott/aktuella-utbrott/covid-19/verksamheter/information-till-skola-och-forskola-om-den-nya-sjukdomen-covid-19/

2 https://www.regeringen.se/artiklar/2020/03/fortsatt-studiestod-till-studerande-vid-extraordinara-handelser/

3 https://www.folkhalsomyndigheten.se/nyheter-och-press/nyhetsarkiv/2020/maj/gymnasieskolorna-kan-oppna-till-hostterminen/

Innehåll kapitel 9

Digital utbildning

9.1 En fjärdedel av internetanvändarna har deltagit i en distansutbildning under pandemin
9.2 Nära 9 av 10 som deltagit i en distansutbildning anser sig ha tillgång till den digitala utrustning som krävs
9.3 Knappt en fjärdedel av de som studerar på högskola föredrar distansundervisning
9.4 Knappt 3 av 10 gymnasieelever anser att det egna lärandet fungerar lika bra vid undervisning på distans
9.5 2 av 3 gymnasieelever anser att det går lättare att fuska på digitala prov
9.6 8 av 10 gymnasieelever har av skolan tillgång till egen dator
9.7 Drygt 4 av 10 av gymnasieeleverna använder sin egen mobiltelefon på lektionerna för skolarbete
9.8 En fjärdedel av gymnasieeleverna har under pandemin fått lära sig hur de ska skydda sig mot nätkränkningar
9.9 6 av 10 gymnasieelever vet hur de ska skydda sig mot kränkningar på nätet

Intervju

Julia Eriksson, 19 år

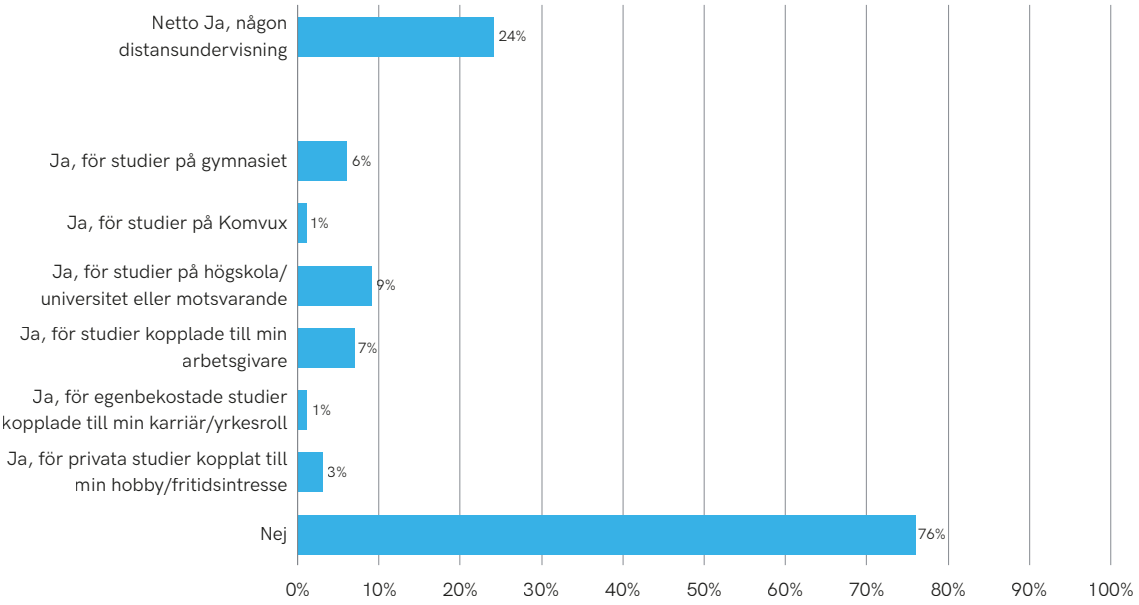
Digital utbildning

En fjärdedel av internetanvändarna har deltagit i en distansutbildning under pandemin

En fjärdedel (24%) uppger i årets tredje kvartal (Q3) att de under coronapandemin har deltagit i undervisning på distans som egentligen var avsedd att ske i ett fysiskt klassrum eller motsvarande. Med distansundervisning avses här interaktiv undervisning som bedrivs med digital teknik via internet.

Hur tycker då de som har deltagit i en undervisning på distans att det har fungerat? Detta ska vi titta på i flera olika aspekter i kommande diagram, både bland de som har deltagit i distansundervisning totalt sett (*diagram 9.2*), de 9 procent som haft distansutbildning på högskola/universitet (*diagram 9.4*) och de 6 procent som är gymnasieelever (*diagram 9.5*).

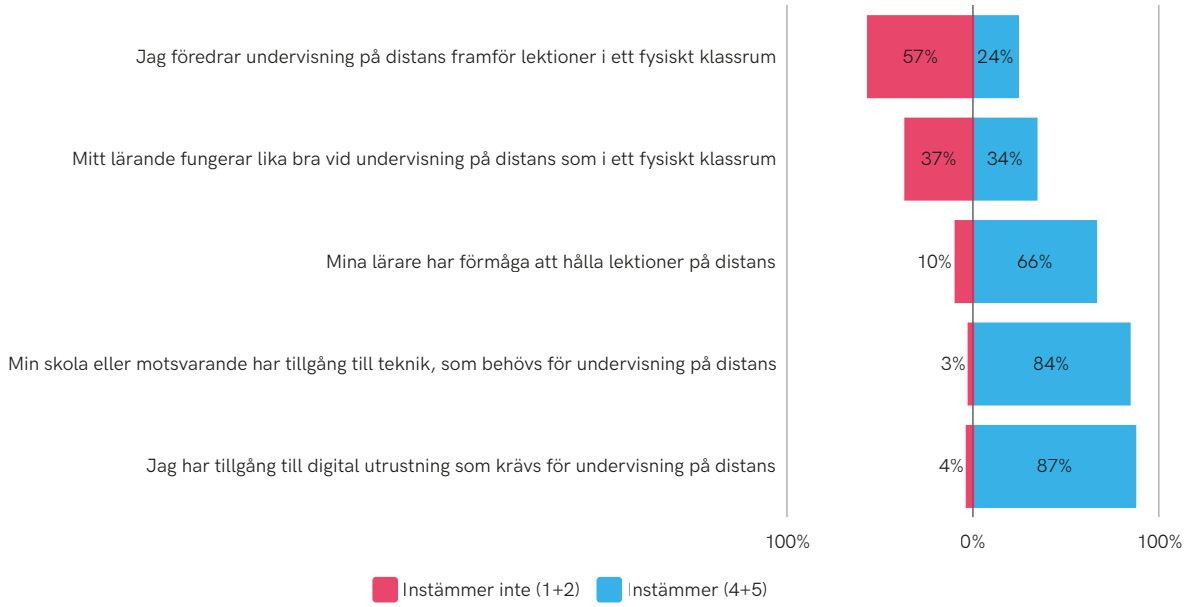
Diagram 9.1 Andel av internetanvändarna (16+ år), Har deltagit i undervisning på distans under pandemin som egentligen varit avsedd att ske i ett fysiskt klassrum eller motsvarande (flera svar har varit tillåtna), år 2020 Q3.



Nära 9 av 10 som deltagit i en distansutbildning anser sig ha tillgång till den digitala utrustning som krävs

Ser vi till de som har deltagit i en digital undervisning under pandemin totalt sett så är de allra flesta nöjda med skolan eller lärosätets teknik, och den egna digitala utrustningen. Två tredjedelar instämmer i att lärarna har förmåga att hålla lektioner på distans och bara var tionde instämmer inte i detta.

Diagram 9.2 Andel av internetanvändarna 16+ år som har deltagit i distansundervisning under pandemin, Instämmandegrad på olika påståenden de har erfarenhet av, Skala 1-5 1=Instämmer inte alls 5=Instämmer helt och hållet, år 2020 Q3.



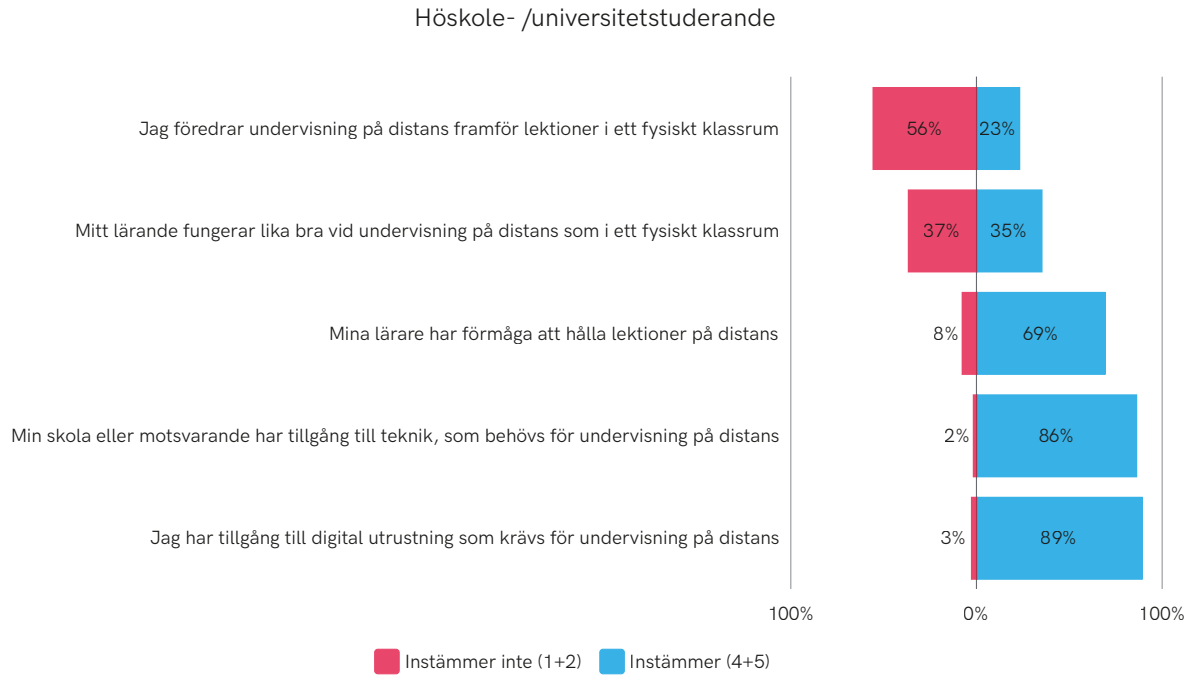
När det gäller det egna lärandet är däremot tongångarna annorlunda. Det är färre som håller med om att lärandet fungerar lika bra på distans som i ett fysiskt klassrum än som inte håller med, 34 procent instämmer och 37 procent instämmer inte.

Totalt sett är det bara var fjärde person som svarar att de föredrar utbildning på distans, och långt mer än hälften (57%) fördrar det fysiska klassrummet.

Knappt en fjärdedel av de som studerar på högskola föredrar distansundervisning

När vi tittar på personer som studerar på högskola, universitet eller motsvarande instämmer 7 av 10 i att deras lärare har förmåga att hålla lektioner på distans. 9 av 10 anser att deras lärosäten har tillgång till den teknik som krävs för undervisning på distans, samt att de själva har den digitala utrustning som krävs. De föredrar dock det fysiska klassrummet (56%) i mycket högre grad än distansundervisning (23%).

Diagram 9.3 Andel av internetanvändarna (16+ år) som studerar på högskola/universitet med distansundervisning under pandemin, Instämmandegrad på olika påståenden de har erfarenhet av, Skala 1-5 1=Instämmer inte alls 5=Instämmer helt och hållet, år 2020 Q3.



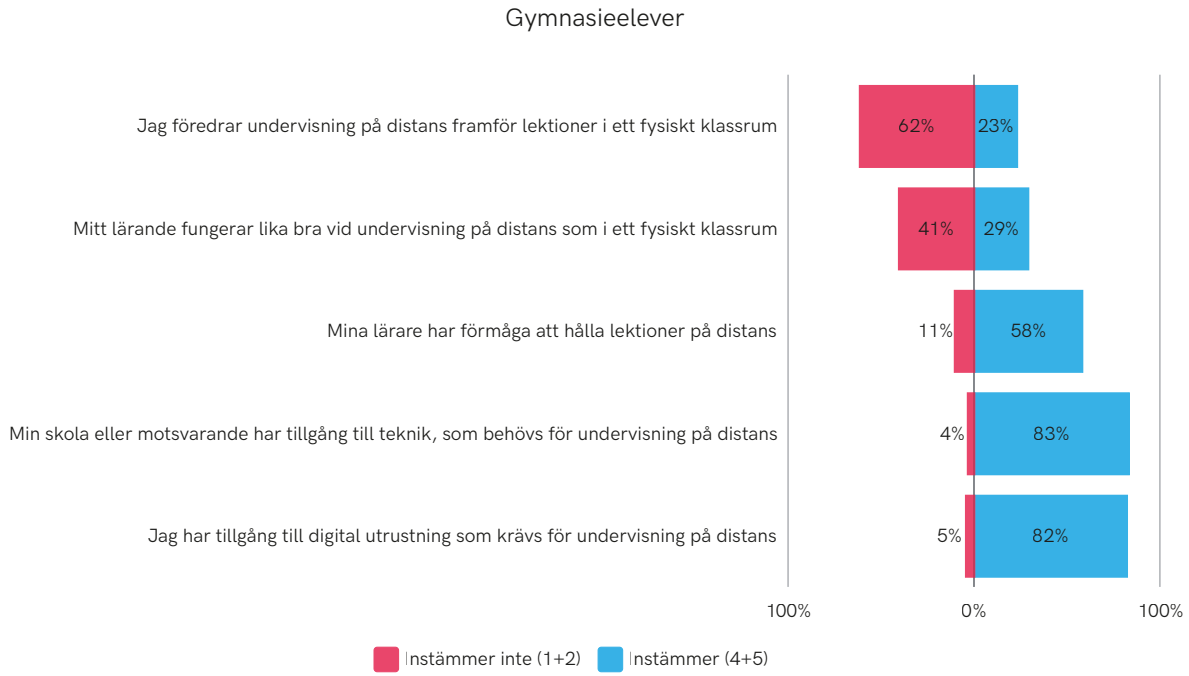
När det gäller det egna lärandet anser en dryg tredjedel (35%) att det fungerar lika bra på distans medan något fler (37%) anser att det fungerar bättre i fysiskt klassrum.

De som studerar på högskola/universitet är i jämförelse med gymnasieeleverna något mer nöjda med distansundervisning, vilket vi ska titta på i nästa *diagram 9.4.*

Knappt 3 av 10 gymnasielever anser att egna lärandet fungerar lika bra vid undervisning på distans

Gymnasieeleverna är i jämförelse med högskoleeleverna (*diagram 9.3*) överlag något mer missnöjda med undervisningen på distans. Något färre gymnasieelever, drygt 8 av 10, instämmer i att de har tillgång till den digitala utrustning som krävs för distansundervisning, och likaså att deras skola har teknik för detta.

Diagram 9.4 Andel av internetanvändarna (16+ år) som studerar på gymnasiet med distansundervisning under pandemin, Instämmandegrad på olika påståenden de har erfarenhet av, Skala 1-5 1=Instämmer inte alls 5=Instämmer helt och hållet, år 2020 Q3.



Gymnasiestudenterna är dessutom mindre nöjda än de högskolestuderande med deras lärares förmåga att undervisa på distans. Knappt 6 av 10 (58%) instämmer i att läraren har den förmågan.

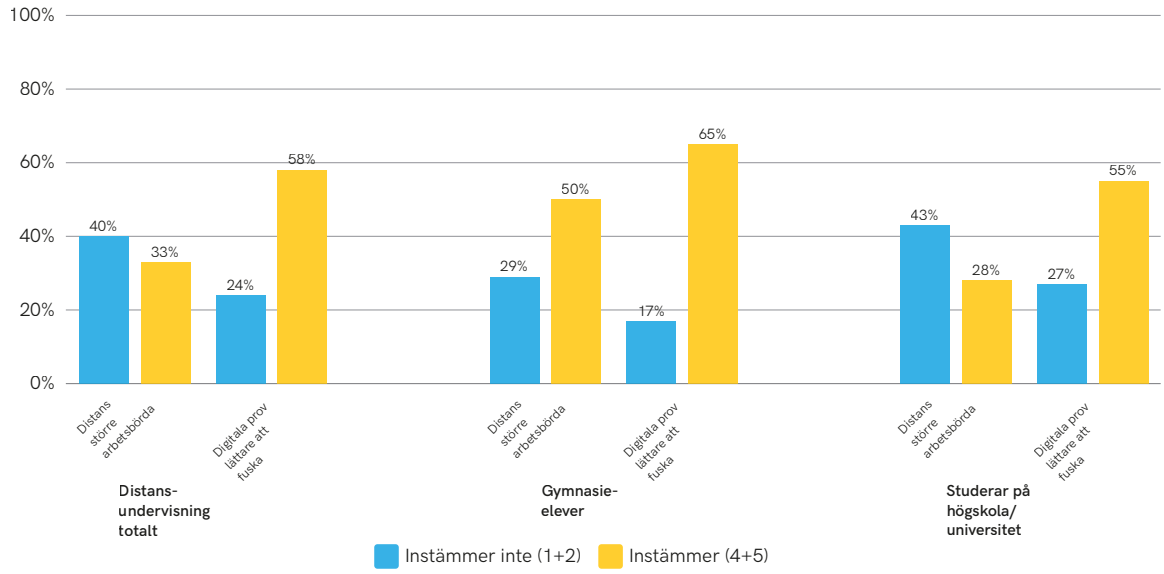
Det står också tydligt att gymnasieeleverna föredrar undervisning i fysiskt klassrum (62%) framför undervisning på distans (23%).

Detta hänger förmodligen också ihop med att drygt 4 av 10 anser att det egna lärandet blir lidande vid distansundervisning. Vi ska i nästa *diagram 9.5* även titta på två ytterligare aspekter, nämligen arbetsbörda och möjligheten att fuska på prov.

2 av 3 gymnasieelever anser att det går lättare att fuska på digitala prov

Totalt sett anser var tredje (33%) att distansundervisning medför en större arbetsbörda. Här är det dock stor skillnad mellan gymnasieeleverna och de som studerar på högskola eller universitet. Hälften av gymnasieleverna instämmer i att det blir en större arbetsbörda, men det gör inte ens var tredje högskolestuderande.

Diagram 9.5 Andel av internetanvändarna (16+ år) som har deltagit i distansundervisning under pandemin, Instämmandegrad i: Undervisning på distans har medfört en större arbetsbörda / Att göra digitala prov gör det lättare att fuska, Skala 1-5 1=Instämmer inte alls 5=Instämmer helt och hållet, år 2020 Q3.



Bland de högskolestuderande är det dessutom 43 procent som inte instämmer i påståendet att arbetsbördan blir större, till skillnad från bara 29 procent av gymnasieeleverna.

Bland alla internetanvändare som deltagit i undervisning på distans anser majoriteten (58%) att distansundervisningen gör det lättare att fuska på prov. Det här gäller i synnerhet för gymnasieeleverna där två tredjedelar (65%) instämmer i detta. Bland de som studerar på högskola eller universitet är det 55 procent som instämmer i att distansundervisningen gör det lättare att fuska.

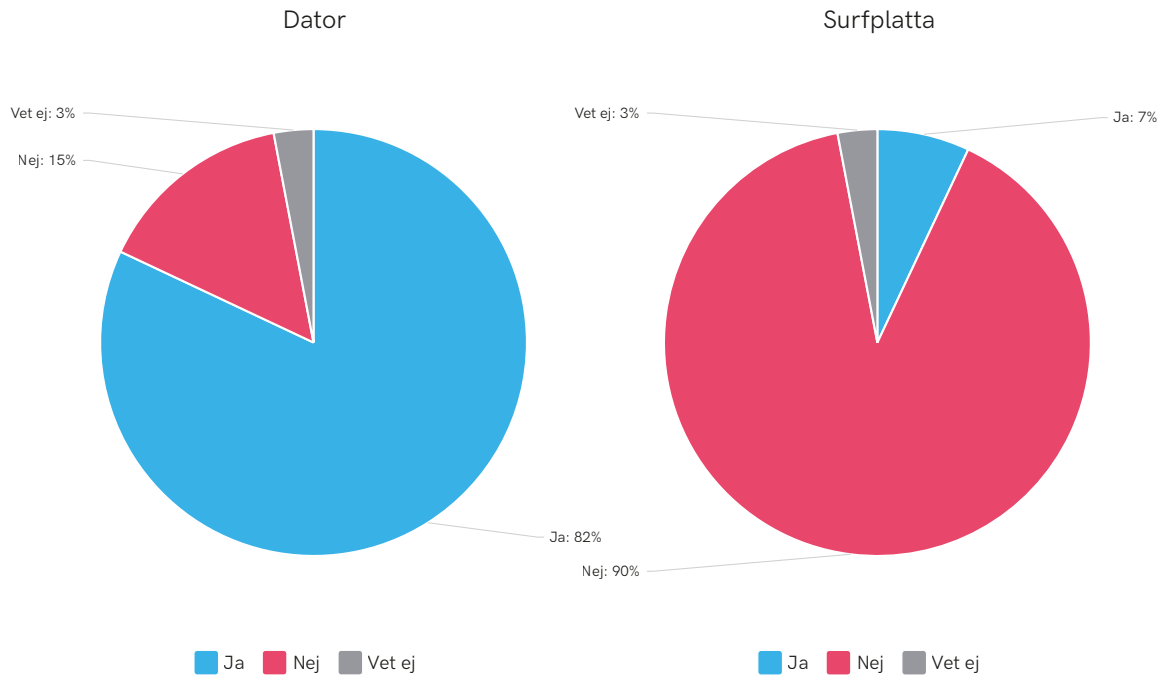
Att det är så pass stor skillnad mellan gymnasielever och de som studerar på högskola eller universitet kan ha att göra med vilken typ av prov som är vanligast. På universitet är det vanligt med så kallad hemtentamen, alltså ett prov utformat för att göras hemifrån under lite längre tid. Att fuska på prov som är avsedda att göras i ett klassrum är förmodligen lättare, om samma frågor plötsligt ges på distans där det inte finns samma möjlighet att övervaka eleverna.

Nu ska vi i de närmast kommande diagrammen titta på hur undervisningen har gått till på gymnasiet under pandemin.

8 av 10 gymnasieelever har av skolan tillgång till en egen dator

Det är datorer som gäller på gymnasiet, snarare än surfplatta. I årets tredje kvartal (Q3) svarade drygt 8 av 10 gymnasieelever att de fått tillgång till en dator av sin skola som de kan använda som sin egen. Färre än 1 av 10 har av skolan fått tillgång till en surfplatta som de har som sin egen.

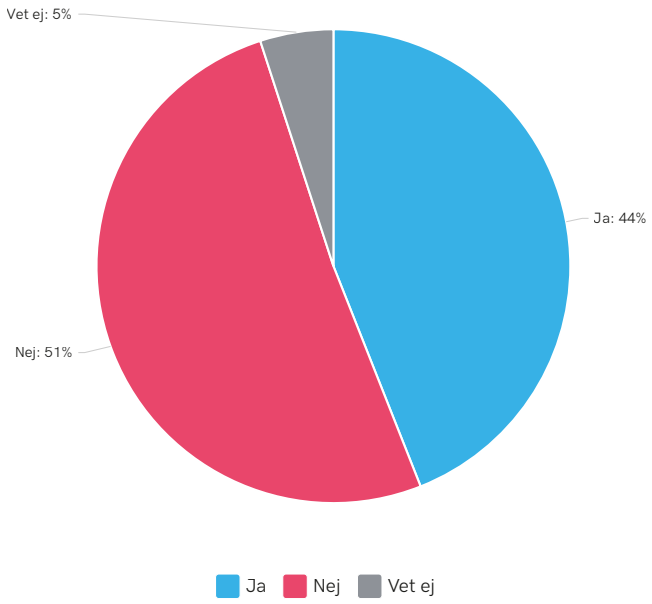
Diagram 9.6 Andel av internetanvändarna (16+ år) som studerar på gymnasiet, Av skola fått tillgång till dator respektive surfplatta att ha som sin egen, år 2020 Q3.



Drygt 4 av 10 av gymnasieeleverna använder sin egen mobiltelefon på lektionerna för skolarbete

När vi i Q3 frågade gymnasieeleverna om de använder sin egen mobiltelefon på lektionerna för att göra skolarbete svarade fler än 4 av 10 att de gör det. Något fler än hälften (51%) svarade att de inte använder sin mobil för skolarbete på lektionerna.

Diagram 9.7 Andel av internetanvändarna (16+ år) som studerar på gymnasiet, Använder egen mobiltelefon på lektionerna för att göra skolarbete, år 2020 Q3.



Dessa siffror visar att mobiltelefonens plats i undervisningen fortfarande är en omdiskuterad fråga, med stora skillnader i hur olika skolor arbetar. 2007 ändrades skollagen så att lärare fick rätt att ”omhänderta föremål som används på ett sätt som är störande för utbildningen”. I praktiken blev det då upp till läraren och skolan hur man skulle se på mobilen. Enligt exempelvis Skolverket[4] finns det forskning som pekar på att mobiltelefonen kan vara både ett användbart verktyg i skolundervisningen och ett störande moment – i stort en spegling av samhället utanför skolan.

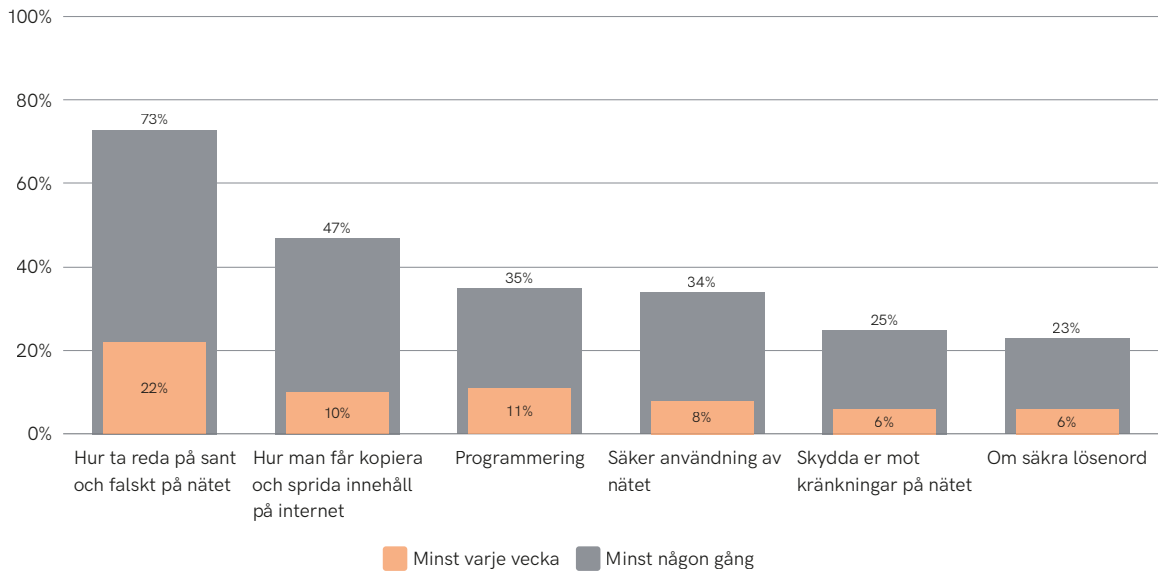
4 https://www.skolverket.se/skolutveckling/forskning-och-utvarderingar/forskning/mobiltelefoner-i-klassrummet-inte-bara-ett-problem

En fjärdedel av gymnasieeleverna har under pandemin fått lära sig hur de ska skydda sig mot nätkräkningar

I denna fråga ställd i kvartal 3 (Q3) undersöker vi vilken utbildning gymnasieeleverna har fått inom några viktiga digitala områden under pandemin. Källkritik, alltså att kunna avgöra vad som är sant eller falskt på nätet, har 3 av 4 gymnasieelever fått distansutbildning i under pandemin. Drygt 2 av 10 har fått det minst varje vecka.

Knappt hälften (47%) har fått lära sig hur man får kopiera och sprida innehåll på nätet, och endast en dryg tredjedel om säker användning av nätet respektive programmering. Endast en fjärdedel (25%) har fått undervisning i hur de ska skydda sig mot kränkningar på nätet och om hur man håller sina lösenord säkra.

Diagram 9.8 Andel av internetanvändarna (16+ år) som studerar på gymnasiet, Hur ofta i den digitala skolundervisningen de har fått arbeta med/lära sig om olika delar inom digital kompetens sedan pandemin bröt ut, år 2020 Q3.

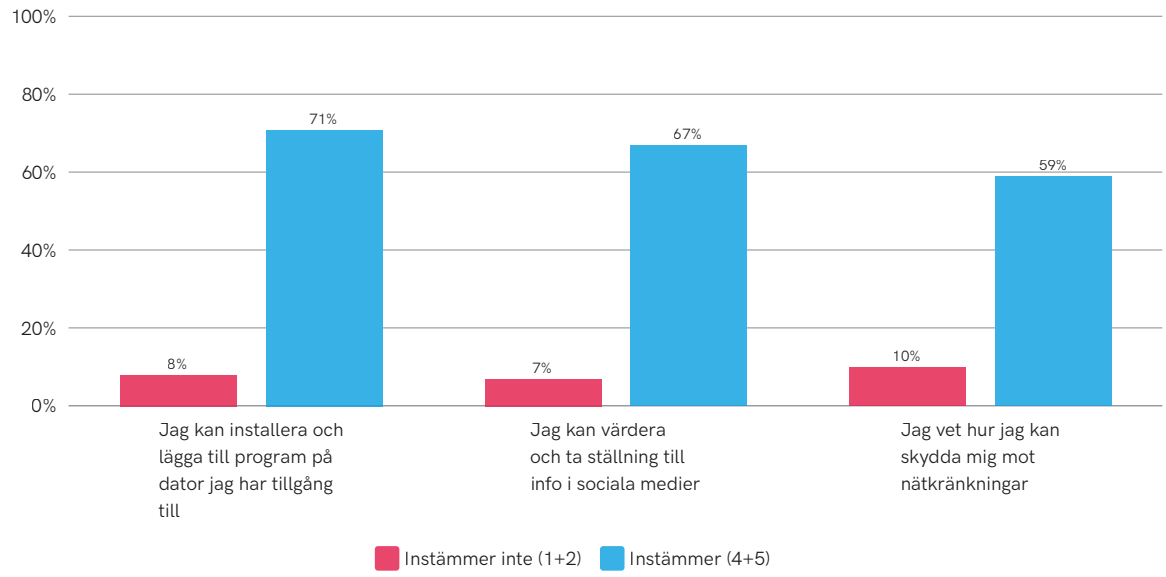


I nästa diagram ska vi följa upp detta med en kort fråga om hur gymnasieeleverna upplever sin kompetens inom tre nyckelområden.

6 av 10 gymnasieelever vet hur de ska skydda sig mot kränkningar på nätet

Majoriteten av gymnasieeleverna – 71 procent – upplever att de kan installera och lägga till program på en dator de har tillgång till, och 67 procent upplever att de kan värdera information i sociala medier.

Diagram 9.9 Andel av internetanvändarna (16+ år) som studerar på gymnasiet, Instämmandegrad i olika påståenden, Skala 1-5 1=Instämmer inte alls, 5=Instämmer helt, år 2020 Q3.



Något färre, men fortfarande mer än hälften (59%) svarar att de vet hur de kan skydda sig mot kränkningar på nätet. Bara 1 av 10 gymnasieelever håller inte med om att de vet detta.

Julia Eriksson, 19 år, en av de gymnasieelever som under våren 2020 fick sin undervisning på distans när skolorna stängde.

Hur har undervisningen gått till?

– Vi hade vårt vanliga schema men undervisningen skedde digitalt. Lektionsuppbyggnaden var nästan som vanligt, men vi fick arbetet genom video. Vi hade oftast uppgifterna i datorn ändå så det var ganska enkelt att jobba hemma. Prov blev lite svårare. Det brukade vi ju inte ha genom datorn.

Vad har varit svårast med att studera på det här viset?

– Det är lite svårare att få hjälp. Till exempel i matematik, där är det ganska svårt när det är digitalt. Speciellt när det gäller matteprov, det är ganska avancerat att till exempel skriva in de olika tecknen.

Vad har fungerat bra med att ha undervisningen digital?

– Eftersom man har jobbat hemma så har man kunnat vara lite mer fokuserad. Jag har gått upp senare än jag brukar och har då kunnat fokusera ännu mer. För egen del har jag också fått i mig mer mat och därför fått mer energi. Då har jag kunnat arbeta bättre. På skolan har man ofta jättelånga dagar och skolmaten är inte alltid så frestande.

Tycker du att kvalitén på undervisningen har påverkats?

– Nej, det har varit som vanligt.

Hur har du upplevt att risken för fusk har varit med digital undervisning?

– Det klart att risken för fusk har blivit högre, men skolan har till exempel ett plagiatprogram som våra inlämnade prov går igenom. Sedan kan man förstås samarbeta och fuska ändå men jag tycker ändå att det har fungerat bra. På vissa prov har vi också haft kamera så de har kunnat se att vi inte har samarbetat med någon klasskompis eller haft böckerna framme.

Hur har den totala tiden du lägger framför skärmen påverkats av den här undervisningen?

– Det har blivit betydligt mer. Nu använder jag både datorn och telefonen. Men det är inget som har varit ett problem.

Hur tycker du att det sociala livet har påverkats av att er undervisning har varit digital i stället för att ses på skolan?

– Den biten har påverkats negativt. Nu sitter man mest hemma och träffar inte varandra fysiskt. Det blir mer via Facetime eller andra videoappar. Man kommer ju inte ut på samma sätt och socialiserar sig vilket har varit tråkigt.

Skulle du vilja ha kvar någon sådan här digital undervisning i framtiden efter pandemin, eller skulle du helst vilja gå tillbaka som det var innan?

– Både och. Jag vill träffa människor face to face men det kan samtidigt vara skönt att slippa åka iväg. Jag har ganska långt till min skola och det kräver att man går upp ganska tidigt på morgnarna. Med hemmaundervisningen får man också lite mer frihet.

Pensionärerna vill ägna sig mer åt digitala aktiviteter efter pandemin

Vi har frågat internetanvändarna om de ägnat sig åt ett antal olika digitala aktiviteter under pandemin, och om de vill fortsätta göra det i högre grad efter pandemin.

Det är inte bara arbetsplatserna och skolorna som fått ställa om under coronapandemin; även kultursektorn tvingades anpassa sig till publikbegränsningar och en situation där de flesta utövare rekommenderades stanna hemma. Många familjetillställningar och andra sociala sammankomster fick också ske via mobiltelefonen eller webbkameran.

I det här kapitlet undersöker vi vad Sveriges internetanvändare har ägnat sig åt online under pandemin, utifrån ett antal digitala aktiviteter. Frågorna är ställda i årets tredje kvartal (Q3) och handlar både om beteende under pandemin samt huruvida man vill fortsätta ägna sig åt de olika aktiviteterna i högre grad när pandemin är över.

Innehåll kapitel 10

Under pandemin – En översikt av digitala beteenden

10.1 1 av 10 har för första gången haft en digital AW med kompisar eller kollegor under pandemin
10.2 Fler män än kvinnor har nätdejtat under pandemin
10.3 Digitala familjeträffar mer populärt i storstäderna än på landsbygden under pandemin
10.4 3 av 10 som arbetat hemifrån under pandemin har för första gången haft en digital AW
10.5 Nära 4 av 10 singlar har porrsurfat under pandemin

Digitala event

10.6 7 procent av de internetanvändande pensionärerna har deltagit i en digital fest eller högtid under pandemin

10.7 Var fjärde internetanvändare som är 76+ år har sett ett kulturevenemang live online under pandemin

Spel, dejting och pornografi online

10.8 Var tionde internetanvändare har ägnat sig åt online gambling under pandemin
10.9 Nära en fjärdedel av alla singlar har nätdejtat under pandemin
10.10 Drygt 3 av 4 studerande män har porrsurfat under pandemin

Efter pandemin – Vad kommer vi att göra mer frekvent?

10.11 Var femte vill e-handla i högre utsträckning efter pandemin
10.12 Pensionärerna vill ägna sig åt digitala aktiviteter i högre utsträckning efter pandemin

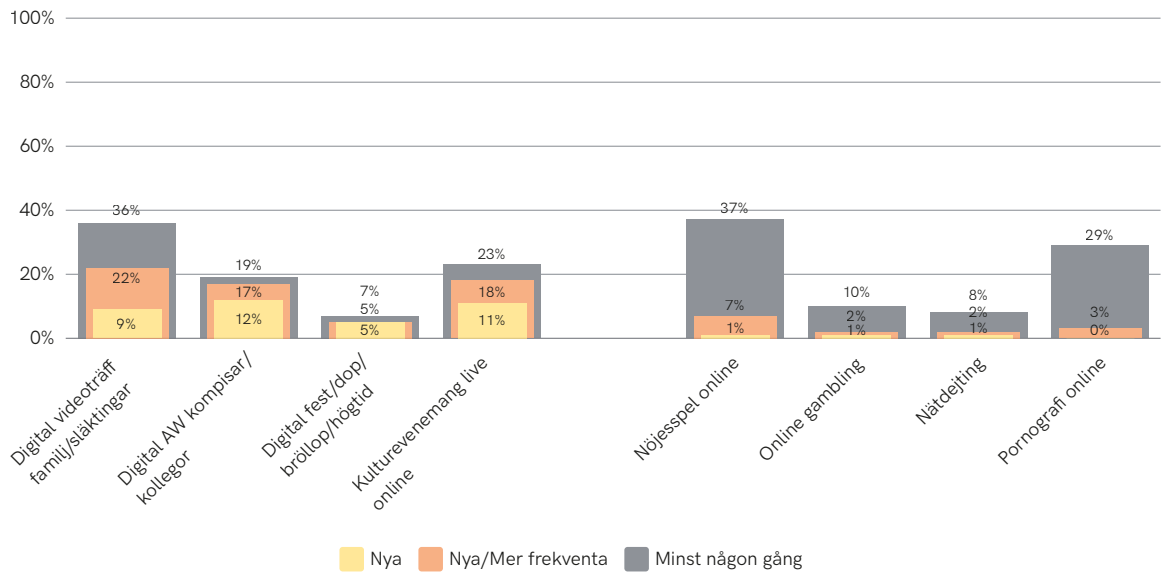
Under pandemin – En översikt av digitala beteenden

1 av 10 har för första gången haft en digital AW med kompisar eller kollegor under pandemin

Vi har frågat internetanvändarna i vilken utsträckning de har ägnat sig åt olika digitala aktiviteter under pandemin. Med restriktioner och uppmaningar till social distansering har vi i många fall behövt hitta nya sätt att umgås på. Det märks tydligt då närmare 4 av 10 svarar att de haft en digital videoträff med familj och släktingar, varav nära 1 av 10 för första gången någonsin.

Likaså har 2 av 10 haft en digital AW (afterwork) med kompisar eller kollegor, varav drygt 1 av 10 för första gången. Att delta på en fest, dop, bröllop eller annan högtid digitalt har 7 procent gjort varav de flesta för första gången.

Diagram 10.1 Andel av internetanvändarna (16+ år), Har ägnat sig åt olika digitala aktiviteter under pandemin, år 2020 Q3.



Kulturella evenemang har naturligtvis också begränsats av pandemin, och nära en fjärdedel (23%) av Sveriges internetanvändare valde att ta del av en livesändning på internet av något kulturevenemang, som till exempel en konsert eller teaterpjäs. 1 av 10 gjorde detta för första gången.

När det gäller att spela spel online ägnade sig nära 4 av 10 åt nöjesspel, och 1 av 10 åt så kallad online gambling, alltså hasardspel. Spelarna bestod mestadels

av de som ägnat sig åt detta tidigare och bara 1 procent var nya utövare. Mer om spel finns att ta del av i *diagram 10.8.*

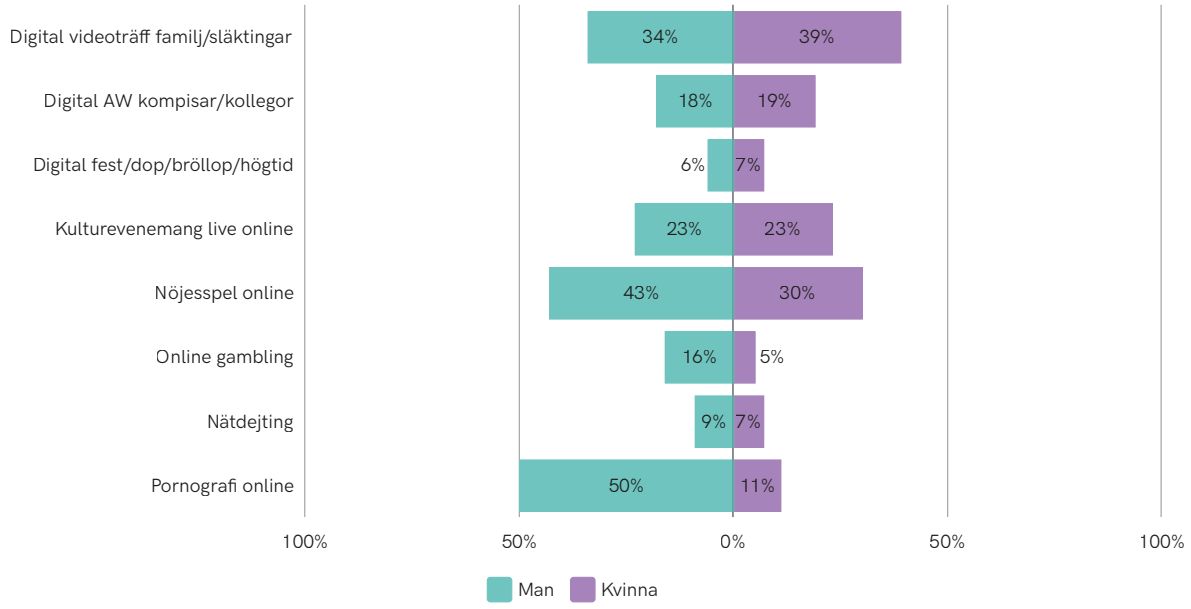
Knappt 1 av 10 internetanvändare – 8 procent – nätdejtade under pandemin, och 1 procent var nya nätdejtare. Vilken andel av den mer relevanta målgruppen singlarna som nätdejtade ser vi i *diagram 10.5* och *diagram 10.9.*

3 av 10 internetanvändare svarar att de tagit del av pornografiskt innehåll online under pandemin, varav praktiskt taget ingen var ny på området. Dock var 3 procent mer frekventa porrsurfare under pandemin. I nästa *diagram 10.2* ska vi se hur både porrkonsumtion och de andra digitala aktiviteterna skiljer sig åt mellan män och kvinnor.

Fler män än kvinnor har nätdejtat under pandemin

Kvinnliga internetanvändare har ägnat sig i något högre grad åt sociala event online än männen gjort, i synnerhet digitala videoträffar med familj och släkt. Manliga internetanvändare har istället ägnat sig mer åt spel och pornografi online än kvinnor gjort.

Diagram 10.2 Andel av internetanvändare (16+ år), Har ägnat sig åt olika digitala aktiviteter under pandemin, Kön, år 2020 Q3.



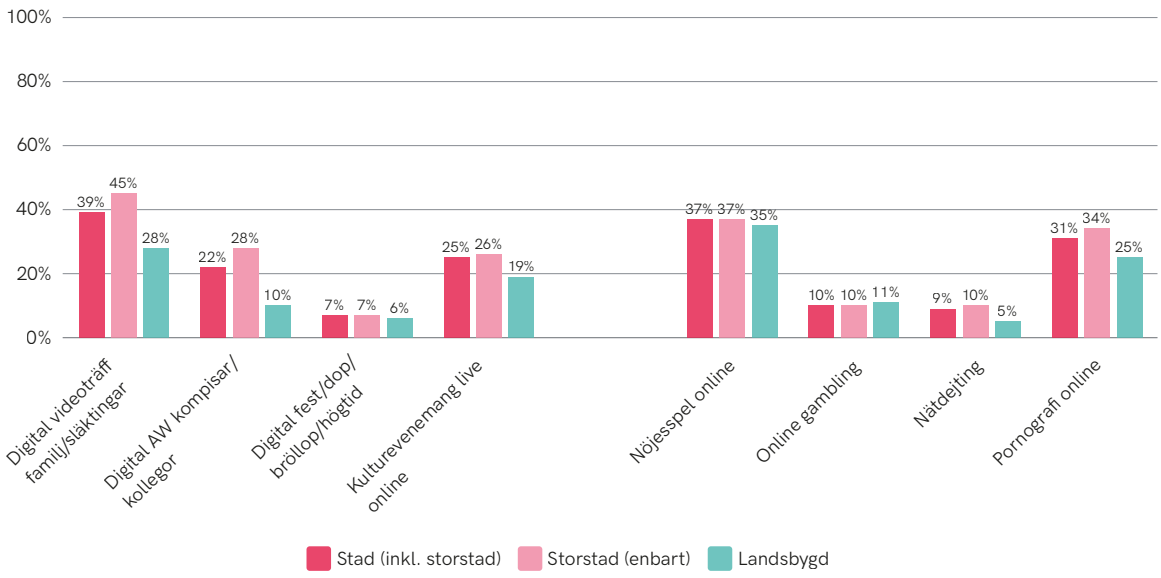
När det gäller att ta del av olika kulturevenemang live på internet under pandemin är däremot fördelningen lika mellan män och kvinnor, 23 procent. Däremot har något fler män (9%) än kvinnor (7%) ägnat sig åt att nätdejta under pandemin.

Mer om nätdejting finns att läsa i *diagram 10.9* men i nästa *diagram 10.3* ska vi istället titta på hur de digitala aktiviteterna skiljer sig åt mellan stad och landsbygd.

Digitala familjeträffar mer populärt i storstäderna än på landsbygden under pandemin

Utövandet av de olika digitala aktiviteterna under pandemin skiljer sig åt mellan stad och landsbygd – i synnerhet sticker storstäderna ut. Nära hälften (45%) av internetanvändarna i storstäderna har under pandemin haft en digital videoträff med familj och släktingar. På landsbygden är motsvarande siffra endast 28 procent. Skillnaden är också stor vad gäller att ha en digital AW (after work) med kompisar och kollegor, det har nära 3 av 10 i storstäderna ägnat sig åt, men bara 1 av 10 på landsbygden.

Diagram 10.3 Andel av internetanvändarna (16+ år), Har ägnat sig åt olika digitala aktiviteter under pandemin, Stad/Landsbygd, år 2020 Q3.



Det är också stor skillnad mellan stad och landsbygd när det gäller att ta del av kulturevenemang live på internet, att porrsurfa och att nätdejta. I alla dessa fall är aktiviteten under pandemin betydligt högre i både städerna och storstäderna än på landsbygden.

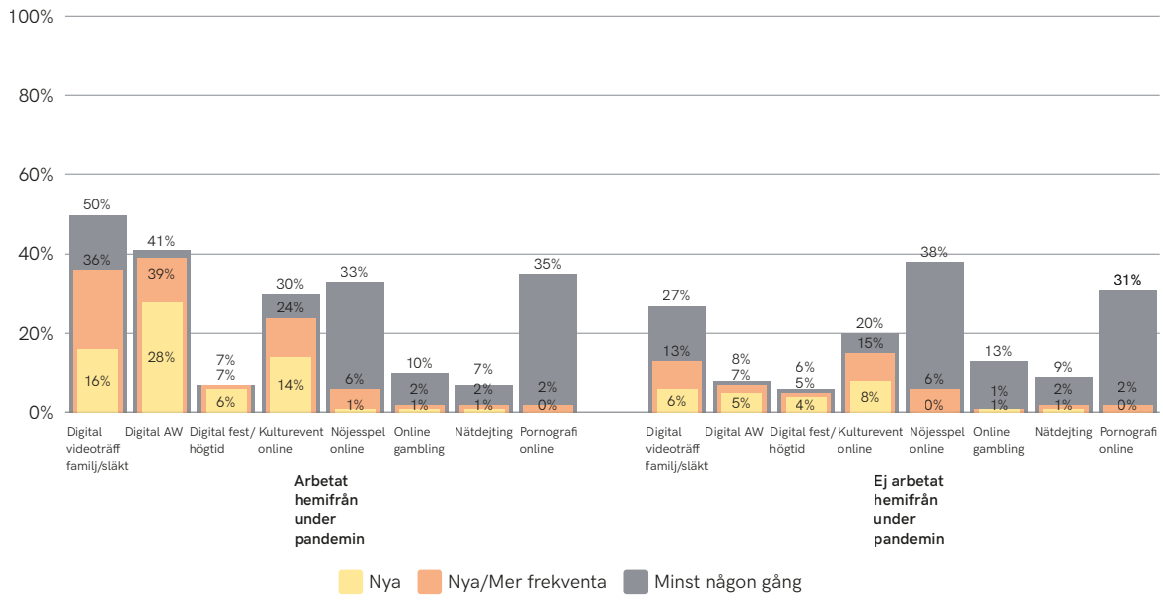
Spelandet under pandemin skiljer inte stad och landsbygd mycket åt. I städerna spelar 37 procent av internetanvändarna nöjesspel online, vilket endast marginellt är något mer än på landsbygden (35%). Vad gäller online gambling så har landsbygdsborna (11%) med knapp marginal spelat något mer än stadsborna (10%) under pandemin. Mer om spel online finns att läsa i *diagram 10.8* men i nästa *diagram 10.4* ska vi se hur de som arbetat hemifrån ägnat sig åt dessa digitala aktiviteter under pandemin.

3 av 10 som arbetat hemifrån under pandemin har för första gången haft en digital AW

De digitala aktiviteterna vi undersökt har utövats i olika grad av de som har arbetat hemifrån under pandemin respektive de som arbetat men inte hemifrån. Hälften av de som har arbetat hemifrån under pandemin har haft en digital videoträff med familj och släktingar. Bland de som inte har arbetat hemifrån är siffran 27 procent, och bland internetanvändarna i stort 36 procent. Hela 16 procent har dessutom haft en digital videoträff för första gången bland hemarbetarna.

När det gäller att ha en digital AW (after work) med kompisar och kollegor är skillnaderna ännu större. Det har hela 41 procent av de som arbetat hemifrån haft, men bara 9 procent av de som inte arbetat hemifrån. Bland internetanvändarna i stort är siffran 19 procent. Hela 28 procent av hemarbetarna har därtill haft en digital AW för första gången någonsin.

Diagram 10.4 Andel av internetanvändarna (16+ år) som arbetar, Ägnat sig åt olika digitala aktiviteter under pandemin, Har arbetat hemifrån respektive har INTE arbetat hemifrån under pandemin, år 2020 Q3.



Kulturevenemang live på nätet har 30 procent av hemarbetarna ägnat sig åt, vilket är betydligt mer än de som inte arbetat hemma (20%). Motsvarande siffra för internetanvändarna i stort är 23 procent. Hela 14 procent av hemarbetarna har också tagit del av detta för första gången.

Också pornografi online är något som hemarbetarna ägnat sig åt något mer än de som inte arbetat hemifrån – 35 respektive 31 procent. Däremot har de som inte

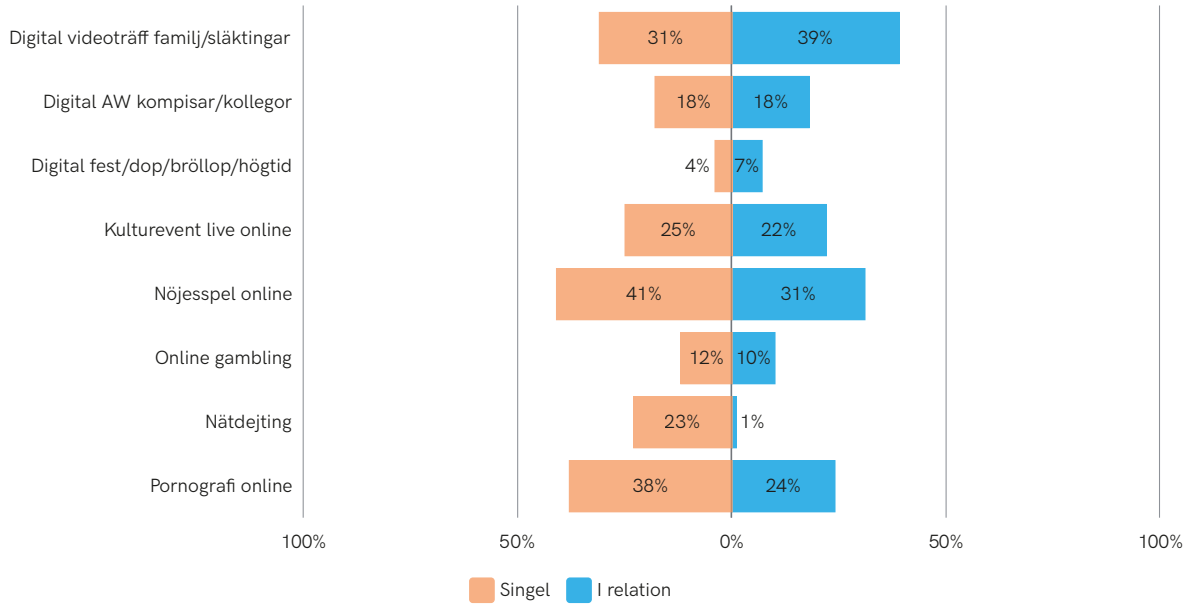
arbetat hemifrån ägnat sig åt nätdejting och spel online – både nöjesspel och online gambling – i högre grad än hemarbetarna.

Mer om arbete hemifrån finns att läsa i *Kapitel 2: Arbeta hemifrån*.

Nära 4 av 10 singlar har porrsurfat under pandemin

Att leva som singel eller i en relation är givetvis något som påverkar vår livssituation i allmänhet, och vad vi kan se även våra digitala beteenden. De internetanvändare som är i en relation har i högre utsträckning haft en digital videoträff med familj och släktingar än de som är singlar. De har också i högre grad deltagit digitalt på fest, dop, bröllop eller annan högtid under pandemin än singlarna.

Diagram 10.5 Andel av internetanvändare (16+ år), Ägnat sig åt olika digitala aktiviteter, Singel/I relation, år 2020 Q3.



Att ha en digital AW med kompisar och kollegor är däremot något som både singlar och de i relationer ägnat sig åt i lika hög grad, 18 procent.

De övriga digitala aktiviteter vi tittat på har singlarna ägnat sig åt mer än de i en relation. Exempelvis har något fler singlar deltagit i kulturevenemang live på internet. De har också spelat mer på nätet än de i en relation, i synnerhet nöjesspel online. Av förklarliga skäl har också singlarna (23%) nätdejtat under pandemin betydligt mer än de som är i en relation (1%). Mer om nätdejting finns att läsa i *diagram 10.9*.

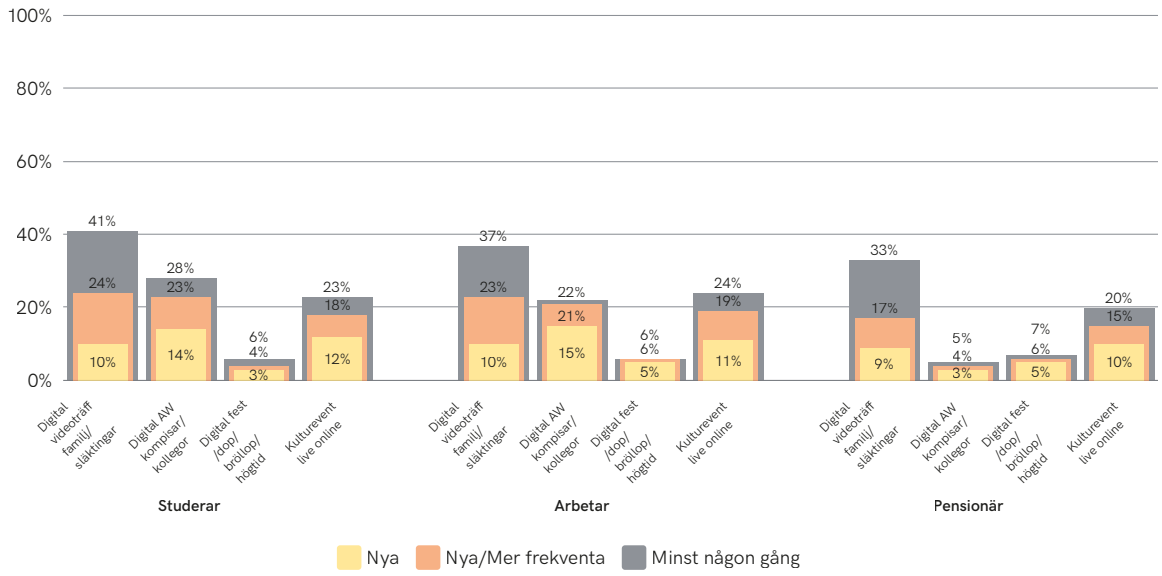
Ett annat område där singlarna är mer aktiva är att ta del av pornografi på nätet. Det svarar 38 procent av singlarna att de gjort, men endast 24 procent av de i en relation. Mer om porrsurfandet hittar vi i *diagram 10.10*.

Digitala event

7 procent av de internetanvändande pensionärerna har deltagit i en digital fest eller högtid under pandemin

Nu ska vi titta närmare på de olika digitala eventen utifrån sysselsättning. Av de studerande har 41 procent haft digitala videoträffar med familj och släktingar, vilket är mer än de arbetande (37%) och pensionärerna (33%). I alla tre grupper har cirka 1 av 10 haft en dylik digital videoträff för första gången under pandemin.

Diagram 10.6 Andel av internetanvändarna (16+ år), Ägnat sig åt olika digitala event under pandemin, Sysselsättning, år 2020 Q3.



Bland de studerande har också 28 procent deltagit på en digital AW, jämfört med 22 procent av de arbetande varav cirka var sjunde har gjort det för första gången i båda grupperna. Digital AW är däremot inget pensionärerna (5%) har ägnat sig åt i någon större utsträckning.

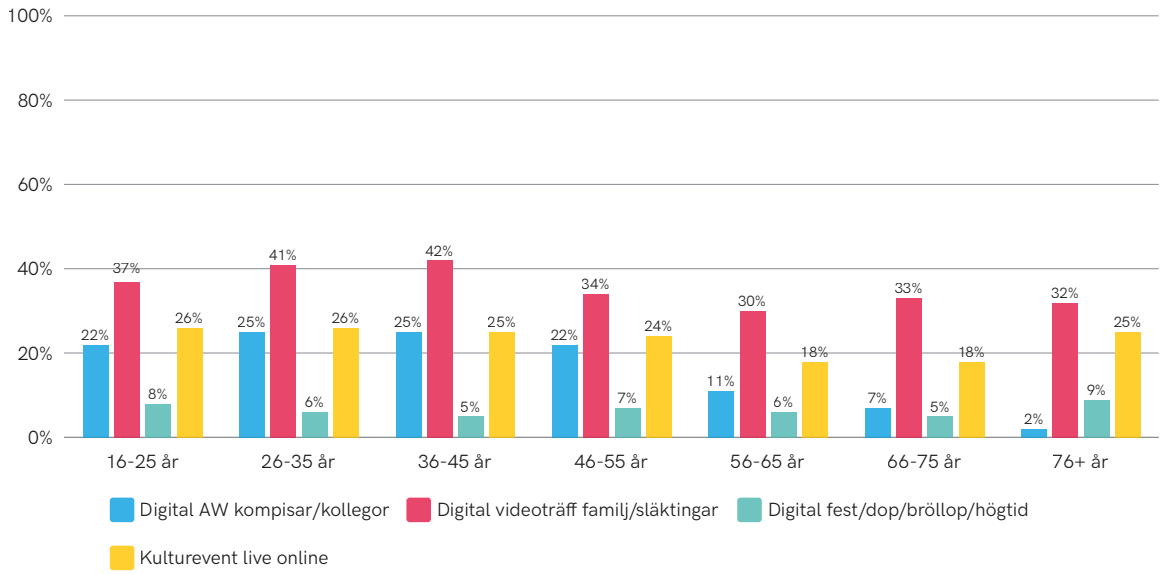
När det kommer till att delta digitalt på en fest, dop, bröllop eller annan högtid under pandemin så leder de internetanvändande pensionärerna (7%) med en procentenhet över både de studerande och de arbetande. För hela 5 procent av pensionärerna är det dessutom första gången de deltagit digitalt på en fest, dop, bröllop eller liknande.

Kulturevenemang live på internet har 24 procent av de arbetande ägnat sig åt, tätt följt av de studerande (23%) och kort därefter pensionärerna (20%). Runt 1 av 10 i alla tre grupper har under pandemin upplevt kulturevenemang live på internet för första gången någonsin.

Var fjärde internetanvändare som är 76+ år har sett ett kulturevenemang live online under pandemin

I föregående diagram 10.6 såg vi att pensionärerna i högre grad deltagit digitalt på fest, dop, bröllop eller annan högtid. I denna åldersgraf delar vi upp pensionärerna i två åldersintervall; 66–75 år respektive 76+ år. Det står då tydligt att det är de allra äldsta pensionärerna på 76+ år som ägnat sig åt detta i allra högst grad – 9 procent. Värt att komma ihåg är att alla över 70 år har klassats som en riskgrupp[1] under pandemin på grund av åldern.

Diagram 10.7 Andel av internetanvändarna (16+ år), Ägnat sig åt olika digitala event minst någon gång under pandemin, Ålder, år 2020 Q3.



Att delta i en digital AW (after work) har däremot intresserat de äldsta minst av de undersökta aktiviteterna, och mindre än alla andra åldersgrupper. Endast två procent av personer på 76+ år svarar att de deltagit i en sådan.

Däremot har 25 procent av dessa äldsta under pandemin deltagit i kulturevenemang live på nätet. Det är i princip lika hög grad som de allra yngsta 16–25 år (26%). Likaså har en tredjedel av de äldsta 76+ år haft en digital videoträff med familj och släktingar – det är ungefär lika många som de mellan 46–75 år.

1 https://www.folkhalsomyndigheten.se/smittskydd-beredskap/utbrott/aktuella-utbrott/covid-19/skydda-dig-och-andra/rad-och-information-till-riskgrupper/

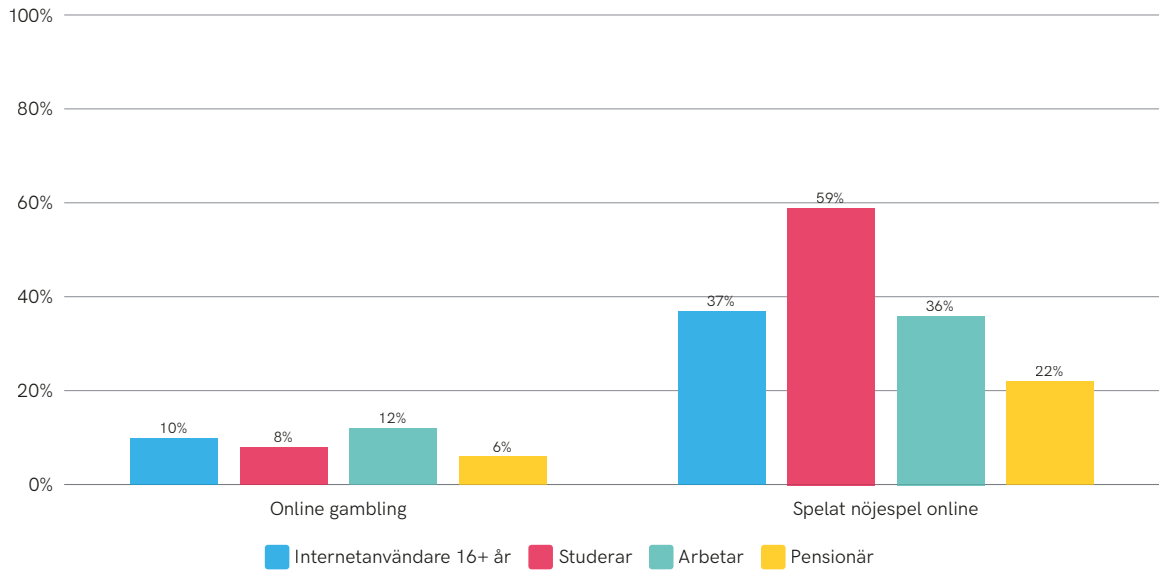
Spel, dejting och pornografi online

Var tionde internetanvändare har ägnat sig åt online gambling under pandemin

Totalt sett har 1 av 10 internetanvändare ägnat sig åt online gambling – alltså hasardspel på nätet – under pandemin. De som arbetar (12%) har ägnat sig åt det i högre grad, i jämförelse med de studerande (8%) och pensionärerna (6%).

I vår undersökning *Svenskarna och internet 2019*[2] ställde vi en fråga om online gambling till internetanvändarna. Den är dock inte formulerad på samma sätt (2019: Spelar du spel om pengar (t ex betting och casinospel) på internet?). Den frågan var heller inte avgränsad till en specifik period som coronapandemin, och därmed inte fullt jämförbar med årets undersökning.

Diagram 10.8 Andel av internetanvändarna (16+ år), Har under pandemin spelat nöjesspel online respektive online gambling minst någon gång, år 2020 Q3.



Nära 4 av 10 internetanvändare har ägnat sig åt nöjesspel online under pandemin. Det är i synnerhet de studerande (59%), alltså till stor del de yngre i befolkningen, som spelat nöjesspel online. De följs av de arbetande (36%) och pensionärerna (22%).

År 2019 ställde vi också en fråga om att spela spel på internet, som dock inte heller är jämförbar i formulering (2019: Hur ofta använder du internet för att spela

2 https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2019/spel-online/#spel-om-pengar

spel (nöjesspel, ej gambling)). Den gällde heller inte en avgränsad period som pandemin utgör. Det resultatet finns att ta del av i *Svenskarna och internet 2019*[3].

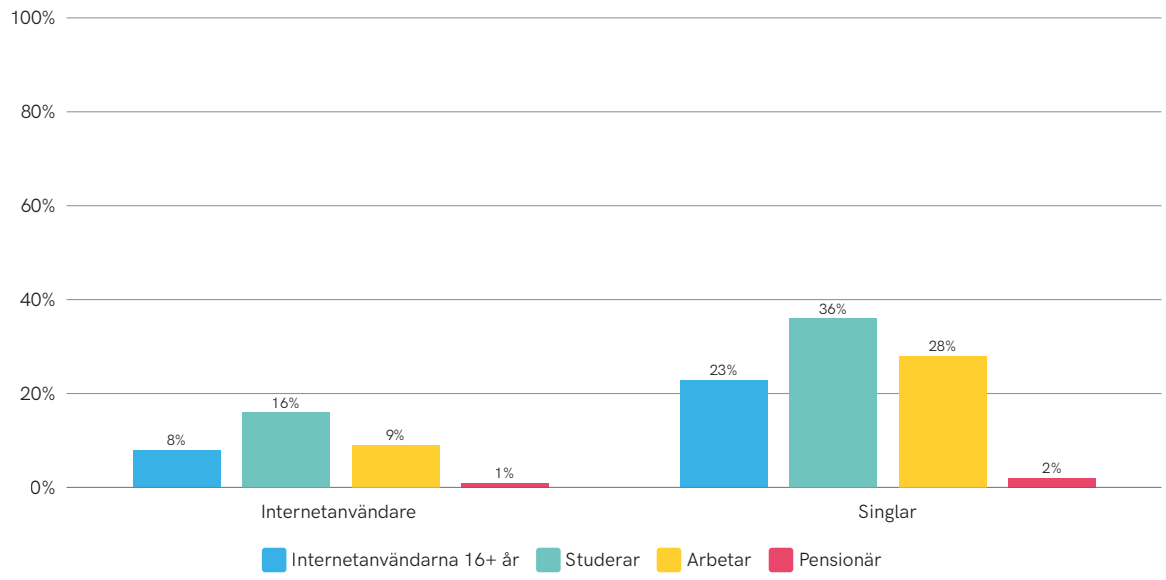
Nära en fjärdedel av alla singlar har nätdejtat under pandemin

Totalt sett bland internetanvändarna 16 år eller äldre svarade 8 procent i årets tredje kvartal (Q3) att de ägnat sig åt nätdejting under pandemin. I denna fråga är det mer relevant att titta på singlarna, varav nära en fjärdedel uppgav att de nätdejtat under pandemin.

De som nätdejtat allra mest är singlar bland de studerande (36%). Tittar vi på de studerande utan att ta hänsyn till om de är singlar eller ej ser vi att 16 procent svarar att de nätdejtat under pandemin, vilket också det är högre än både arbetande (9%) och pensionärer (1%).

Bland de arbetande som är singlar uppger nära 3 av 10 att de har nätdejtat under pandemin, medan endast 2 procent av de pensionärerna som är singlar ägnat sig åt nätdejting.

Diagram 10.9.1 Andel av internetanvändarna (16+ år) + singlar, Har ägnat sig åt nätdejting under pandemin, Sysselsättning, år 2020 Q3.



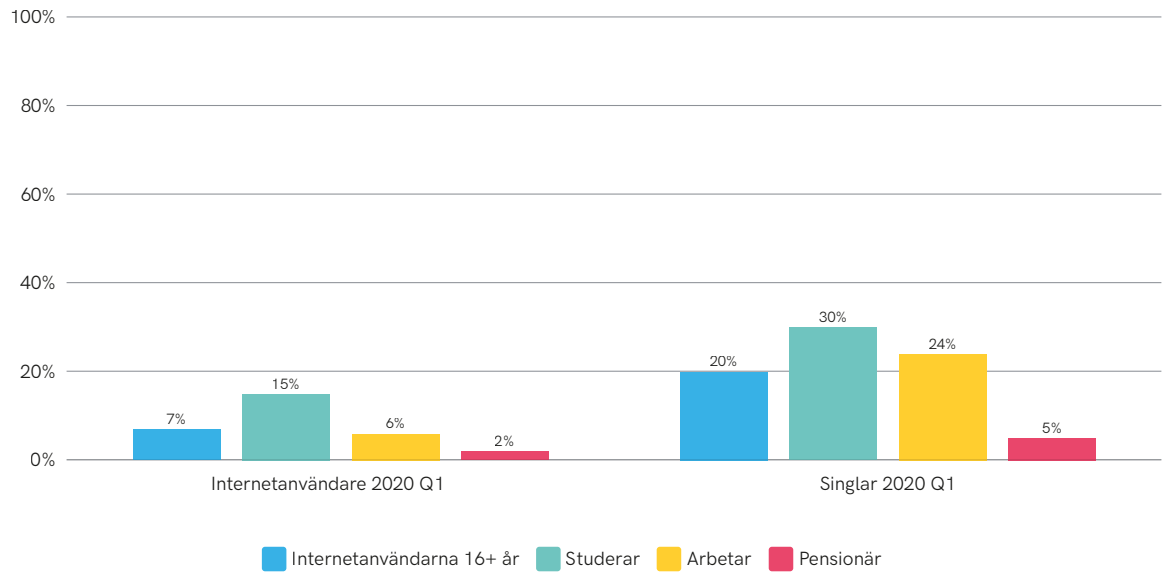
I 2020 års första kvartal (Q1) ställde vi en liknande fråga om nätdejting som löd ”Använder du någon dejtingsajt eller nätdejtingapp?” Den frågan gällde inte en specifik period vilket frågan i Q3 gjorde (”under pandemin”), och de två frågorna är därför inte jämförbara. Dessutom är alltså formuleringen annorlunda, eftersom nätdejting i Q1 avgränsas till bara en nätdejtingapp eller dejtingsajt. Frågan i Q3 fångar upp även andra typer av nätdejting, som till exempel via sociala medier,

3 https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2019/spel-online/#nojesspel

olika chattappar och intressegrupper på Facebook. Av denna anledning redovisar vi båda frågorna i separata diagram.

På frågan som den var formulerad i Q1 svarade 7 procent av internetanvändarna att de nätdejtade samt 20 procent bland de internetanvändare som var singlar. Även i Q1 var det främst singlar bland de studerande (30%) som ägnade sig åt nätdejting, följt av singlarna bland de arbetande (24%) och därefter singlar bland pensionärerna (5%).

Diagram 10.9.2 Andel av internetanvändarna (16+ år), Använder någon dejtingsajt eller nätdejtingapp, Sysselsättning + singel/ensamstående, år 2020 Q1 (Obs! Annorlunda formulering mot 2020 Q3).



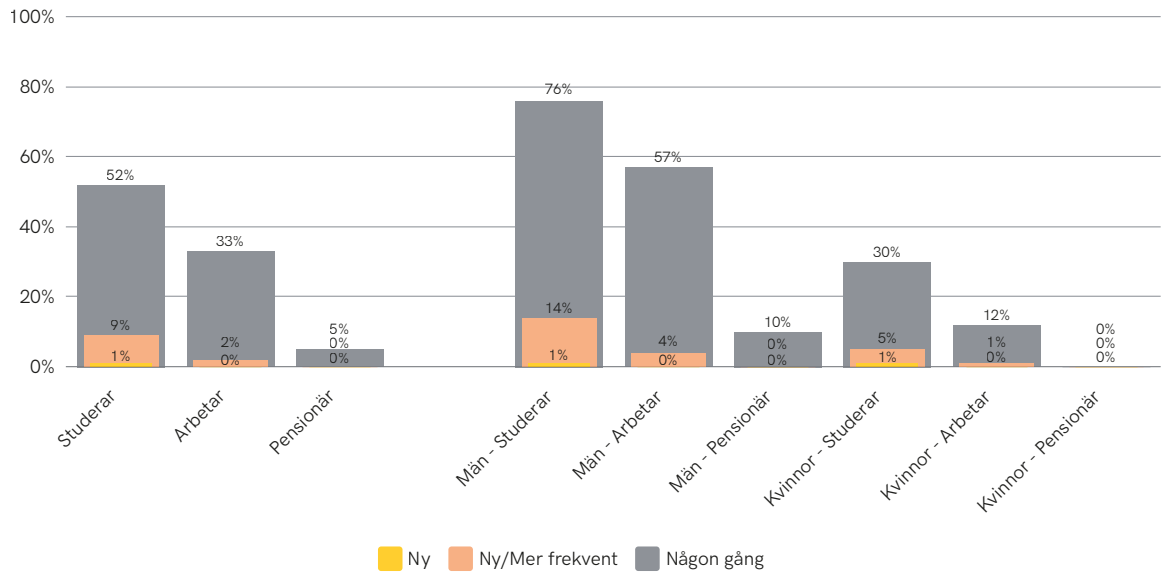
Om vi tittar på resultatet i Q1 respektive Q3 ser det ut som om pensionärerna tenderar att ha minskat sitt nätdejtande under pandemin. Om det beror på att frågorna varit formulerade olika eller att pensionärerna – som i många fall tillhört en riskgrupp under pandemin – har dragit ner på sina sociala kontakter och därmed även sitt nätdejtande, ska vi låta vara osagt.

Vill man veta mer om hur nätdejtandet fördelat sig på specifika åldrar eller annan demografi hänvisar vi till *tabellbilagorna* för Q1 och Q3.

Drygt 3 av 4 studerande män har porrsurfat under pandemin

När vi tittar på frågan om att ta del av pornografi online under pandemin står det klart att detta är något i synnerhet män som studerar ägnar sig åt – det vill säga i huvudsak de yngre männen. Drygt 3 av 4 av de studerande männen svarar att de tagit del av pornografi online under pandemin, och fler än var tionde (14%) svarar att de gjort det mer frekvent under pandemin än annars. I jämförelse är det inte ens hälften så många studerande kvinnor (30%) som svarar att de tagit del av pornografi online under pandemin.

Diagram 10.10 Andel av internetanvändarna (16+ år), Har tagit del av pornografi online under pandemin, Sysselsättning + kön, år 2020 Q3.



Gapet mellan männen som arbetar (57%) och kvinnorna som arbetar (12%) är också mycket stort. Ser vi till pensionärerna är pornografi online inte något som verkar intressera dem i någon högre grad. Endast 10 procent av de pensionerade männen och praktiskt taget ingen pensionerad kvinna säger sig ha tagit del av pornografi online under pandemin.

Det ska också påtalas att ämnet pornografi kan betraktas som känsligt att svara på, och kanske särskilt i vissa samhällsgrupper. I denna fråga finns ett litet mörkertal, då 11 procent valt att lämna den blank utan svar.

Vill man studera mer i detalj hur olika åldrar och andra demografiska grupper har porrsurfat under pandemin, hänvisar vi till *tabellbilagan*.

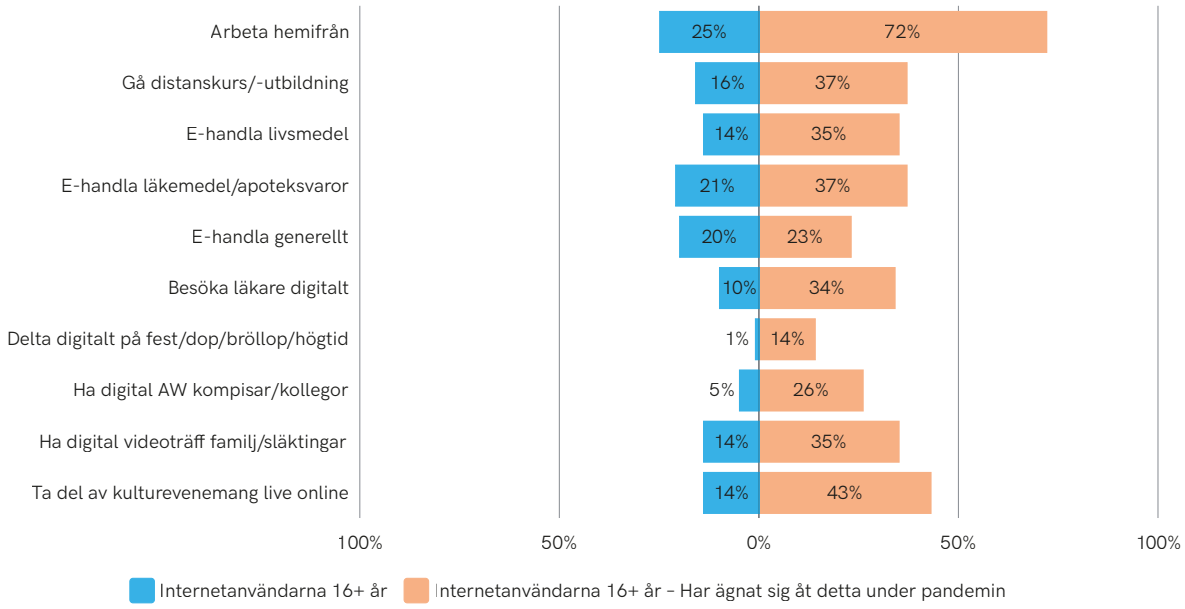
Efter pandemin

Var femte vill e-handla i högre utsträckning efter pandemin

Vi har här listat några olika digitala beteenden och frågat internetanvändarna vilka av dessa de vill ägna sig åt i högre utsträckning efter pandemin. Det handlar alltså inte bara om att fortsätta med ett beteende de redan haft tidigare, utan om att göra det oftare när pandemin är över, som en effekt av pandemin.

Vi delar också upp internetanvändarna utifrån om de har erfarenhet av respektive digitala aktiviteter under pandemin eller inte. Som vi ser är de som har ägnat sig åt en aktivitet under pandemin också mer positiva till att fortsätt göra det. Ett exempel är de hemarbetande, där drygt 7 av 10 av de som arbetat hemifrån under pandemin inte bara vill fortsätta att göra det efter, utan även göra det i högre utsträckning. Mer om att arbeta hemifrån finns att läsa i *Kapitel 2*.

Diagram 10.11 Andel av internetanvändarna (16+ år), Digitalt beteende man vill fortsätta med i högre utsträckning efter pandemin, år 2020 Q3.



Av de som har e-handlat läkemedel och/eller apoteksvaror vill nästan 4 av 10 fortsätta med det i högre utsträckning än tidigare efter pandemin. 2 av 10 vill fortsätta att e-handla generellt i högre utsträckning. Mer om e-handel finns att läsa om i *Kapitel 4*.

En tredjedel av de som besökt en läkare digitalt vill göra det i högre utsträckning efter pandemin, och bland internetanvändarna generellt vill var tionde göra det.

När det gäller livesändning av kulturevenemang live på internet så vill drygt 4 av 10 som deltagit i ett sådant under pandemin fortsätta göra det i högre utsträckning även efteråt. Motsvarande siffra bland internetanvändarna totalt sett är 14 procent.

En dryg tredjedel av de som haft digitala videoträffar med familj/släktingar vill fortsätta med det i högre utsträckning efter pandemin (motsvarande siffra bland internetanvändarna är 14%). En fjärdedel av de som haft en digital AW vill fortsätta ha det högre utsträckning än tidigare.

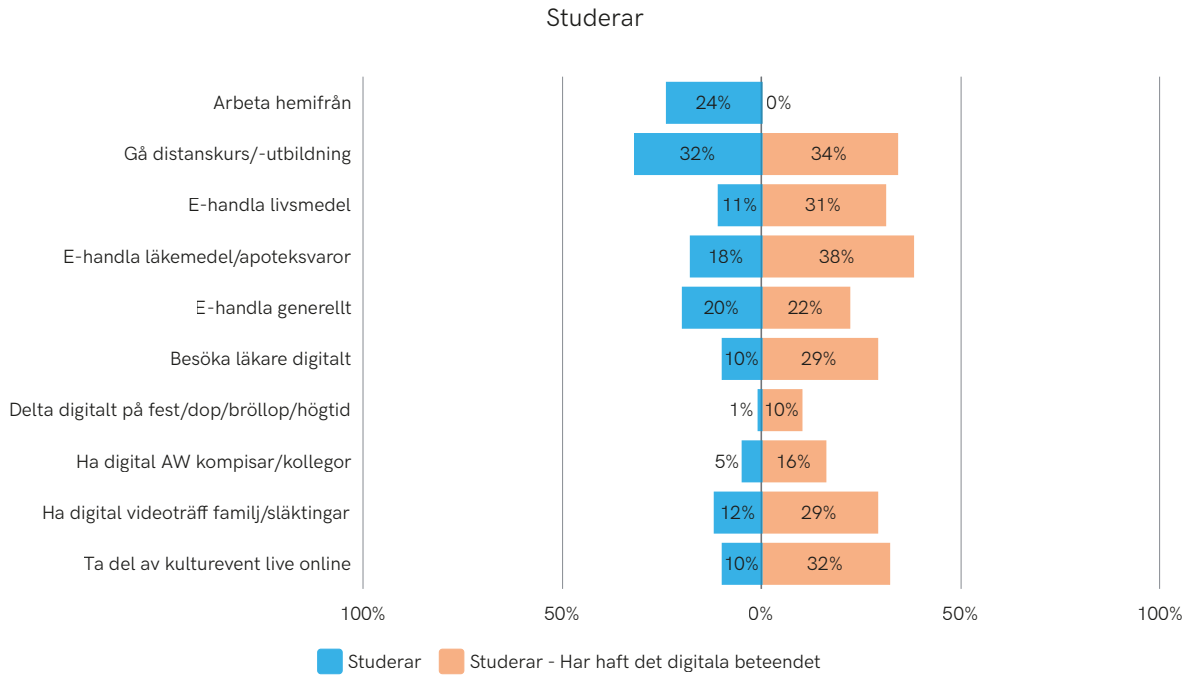
Att besöka fest, dop, bröllop eller annan högtid digitalt är det listade alternativ som var minst populärt. Bara 1 procent av internetanvändarna och 14 procent av de som har erfarenhet vill fortsätta med det i högre utsträckning efter pandemin.

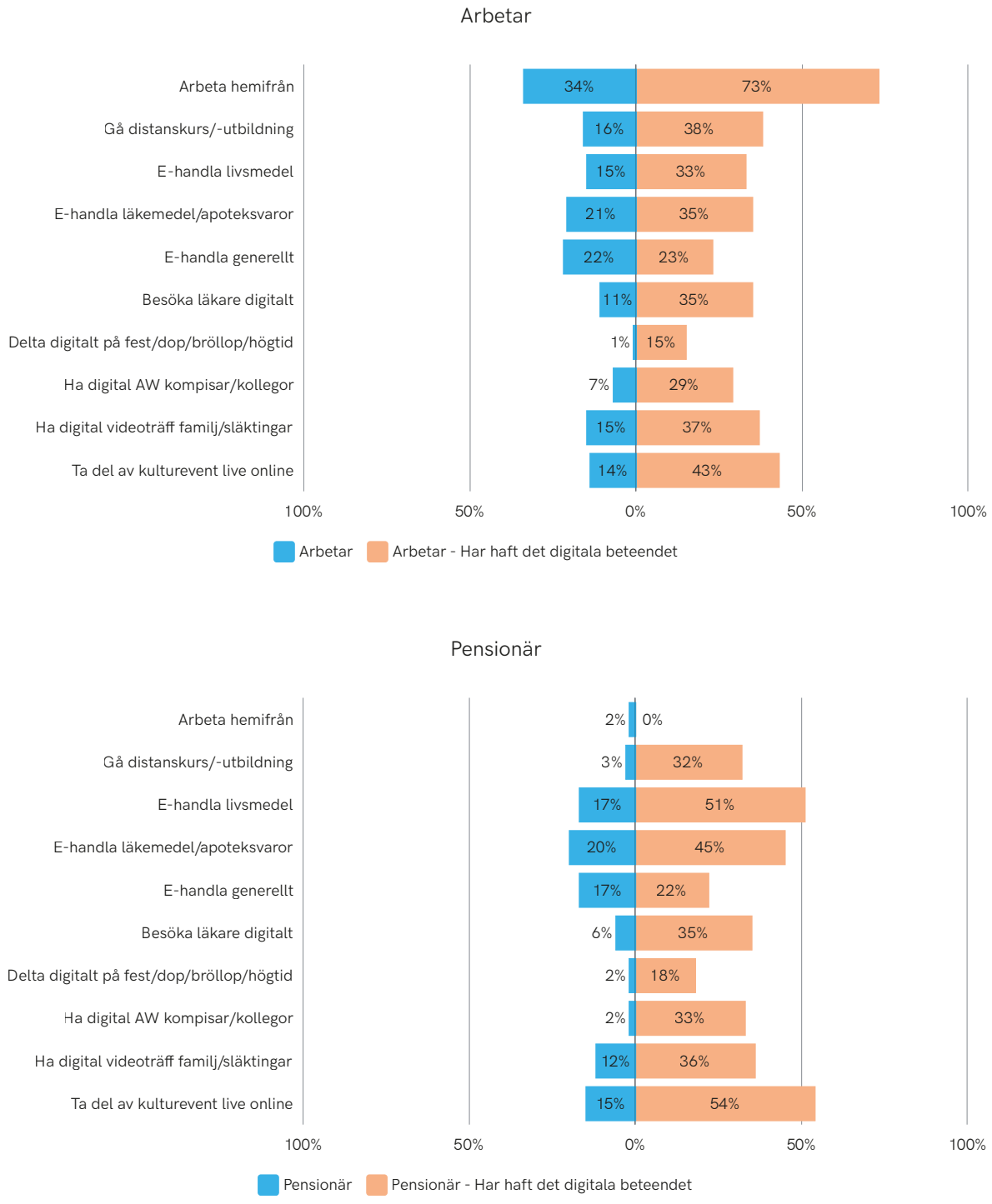
Pensionärerna vill ägna sig åt digitala aktiviteter i högre utsträckning efter pandemin

Ser vi till sysselsättning – som alltså till stor del speglar ålder – är det stor skillnad på vad man vill fortsätta att göra i högre utsträckning efter pandemin.

Pensionärerna har som vi sett i *kapitel 1* ökat sin skärmtid under pandemin, och är den grupp där vi hittar flest nya internetanvändare. Det är i synnerhet pensionärerna som nu svarar att de vill ägna sig åt de listade digitala aktiviteterna i högre utsträckning efter pandemin än tidigare. De pensionärer som e-handlat har fått mersmak, och hälften vill e-handla livsmedel mer än tidigare. Nära hälften (45%)
av pensionärerna som under pandemin e-handlat apoteksvaror och/eller läkemedel vill göra det i högre utsträckning fortsättningsvis. Det är betydligt fler än de studerande (38%) och arbetande (35%). Mer om e-handel finns att läsa i *Kapitel 4*.

Diagram 10.12 Andel av internetanvändarna (16+ år), Digitalt beteende man vill fortsätta med i högre utsträckning efter pandemin, Sysselsättning, år 2020 Q3.





Av de som besökt läkare digitalt under pandemin vill drygt en tredjedel av både pensionärer och arbetare göra det i högre utsträckning efter pandemin. Bland de studerande är motsvarande siffra endast 29 procent. Mer om digitala vårdtjänster finns att läsa om i *kapitel 3*.

Av de som har haft digitala videoträffar med familj eller andra släktingar under pandemin vill mer än en tredjedel av både pensionärer (36%) och de arbetande (37%) fortsätta med det efteråt i högre grad. De studerande (29%) är inte i lika hög grad pigga på det. Att arbeta hemifrån ligger av förklarliga skäl de arbetande närmast om hjärtat, men att delta i en digital AW verkar tilltala både arbetande (29%) och de få internetanvändande pensionärer (33%) som provat på det eller motsvarande aktivitet.

En annan sak som pensionärerna tycks ha fått upp ögonen för under pandemin är att ta del av livesändning av kulturevenemang på internet, som till exempel en konsert eller teaterpjäs. Mer än hälften av de pensionärer som ägnat sig åt det under pandemin vill fortsätta med det efteråt i högre utsträckning än tidigare. Här ligger pensionärerna före både de arbetande (43%) och de studerande (32%) som testat detta.

Att gå en distansutbildning eller läsa en kurs på distans har många studenter behövt göra under pandemin. Det är dock endast en tredjedel av de som gjort detta som säger sig vilja göra det i högre utsträckning efter pandemin. Det är ännu ett tecken på att digital undervisning under pandemin inte varit lika framgångsrikt som arbete hemifrån, något som vi också kunde konstatera i *kapitel 9: Digital utbildning*. Där såg vi bland annat att bara knappt en fjärdedel av de som studerar på högskola föredrar distansundervisning.

Vill man titta mer på vad olika grupper bland internetanvändarna vill ägna sig åt i högre grad efter pandemin hänvisar vi till *tabellbilagan*.

Fakta om Svenskarna och internet 2020

Välkommen till rapporten *Svenskarna och internet 2020*, årets studie av svenska folkets internetvanor, hur användningen av internet utvecklas och digitaliseringen av samhället. Här ska vi kort presentera viktig information om hur årets rapport är genomförd och varför.

Två mätningar

Årets upplaga av *Svenskarna och internet* är baserad på två mätningar – en i kvartal 1 (Q1), det vill säga från januari till sista mars, och en i kvartal 3 (Q3), närmare bestämt från mitten av augusti till sista september. Detta är första gången någonsin som Svenskarna och internet baseras på två mätningar under ett år.

Anledningen är, givetvis, coronapandemin. Redan när vi i april fick resultatet från den första mätningen i Q1 började det i samhället talas om "chockdigitalisering" som ett resultat av pandemin. Det här valde vi att betrakta som ett "guldläge", eftersom vi hade tillgång till data över hur internetanvändningen i Sverige såg ut precis innan och alldeles i början av pandemin. Genom att göra en kompletterande mätning i Q3 kunde vi uttala oss om digitaliseringseffekten mellan årets första och tredje kvartal. Därmed kan vi erbjuda en högaktuell rapport som unikt fångar in och visar många av pandemins digitaliseringseffekter år 2020.

Kvartal 1 (Q1)

Årets första mätning är alltså genomförd i Q1, från januari till och med mars. I Sverige blev alla som hade möjlighet rekommenderade att arbeta hemifrån från och med den 16 mars. Från och med 18 mars rekommenderades alla Sveriges gymnasieskolor, kommunala vuxenutbildningar, yrkeshögskolor, högskolor och universitet att gå över till distansundervisning. Vad innebär det för vår undersökning genomförd i kvartal 1? Jo, att cirka tre fjärdedelar av intervjuerna från undersökningen i Q1 är från före den 16 mars och cirka en fjärdedel efter.

Vår rapport är i sin helhet representativ på kön, ålder och geografi. Tittar vi enbart på den sista fjärdedelen, som var insamlad efter den 16 mars, är den inte representativ i sig. Den består endast av de sista intervjuerna som samlades in i de

kvoter som behövde fyllas upp. Det innebär att vissa grupper är underrepresenterade och andra överrepresenterade, och därmed kan vi inte i den lilla delen uttala oss statistiskt korrekt om någon coronaeffekt. Likaså kan vi inte heller uttala oss separat om intervjuerna före den 16 mars då vissa grupper är under- eller överrepresenterade i den datan. Däremot kan vi uttala oss om hur det såg ut i kvartal 1 som helhet, alltså både före och precis i början av pandemin.

Undersökningsresultatet från första mätningen kan alltså inrymma svar där pandemin har påverkat oss. Vi ser dock att denna påverkan är relativt begränsad, eftersom cirka 75 procent av svaren är insamlade före 16 mars, och det tar tid att ändra vissa vanor och beteenden. Ett undantag är dock vårdens digitala tjänster, som sannolikt påverkats tidigare än den 16 mars. Det började talas om coronaviruset tidigt i Q1, och Sverige fick sitt första bekräftade fall av covid-19 redan 31 januari. Många internetanvändare har troligtvis redan i januari exempelvis börjat söka efter sjukdomssymptom på nätet.

Kvartal 3 (Q3)

För undersökningen i kvartal 3 påbörjade vi genomförandet av intervjuer direkt efter semesterperioden i mitten av augusti. Mätningen pågick i sex veckor fram till sista september. I mätningen för Q3 ställde vi till största delen samma frågor som i Q1 inom en rad olika områden för att kunna jämföra, men vi lade också till ett antal nya frågor, och frågeblock från 2019, som blivit relevanta i och med coronapandemin. Vi lade till exempel till nya frågor om arbete hemifrån, distansundervisning och digitala beteenden.

Fokus i årets rapport är vad som skett med digitaliseringen under pandemin, mellan kvartal 1 och kvartal 3. I rapporten har vi dock även tagit med mätvärden från 2019 där det är möjligt och relevant för jämförelse. Det är viktigt att ha i åtanke att mellan 2019 och 2020 Q1 har det gått 12 månader mellan mättillfällena, medan det mellan Q1 och Q3 2020 endast har gått hälften så lång tid. Att det kan finnas en liten effekt i resultaten på grund av att den ena av årets mätningar är genomförd vintertid och den andra under sensommar och tidig höst kan vi heller inte utesluta, men bedömer den som marginell.

Målgrupp: Internetanvändarna 16+ år

Då vi i Q3 specifikt skulle fånga upp digitaliseringens effekt och hade en kortare fältperiod, valde vi att endast vända oss till internetanvändarna 16+ år. Detta innebär att rapporten *Svenskarna och internet 2020* är baserad på Internetanvändarna 16+ år. Dessa utgör enligt vår mätning i Q1 96 procent av Sveriges befolkning. I mätningen i Q3 har vi dessutom fångat upp vilka som sedan pandemin bröt ut blivit nya internetanvändare.

Det är också viktigt att understryka att våra undersökningar endast har besvarats av den svensktalande delen av befolkningen, och alltså inte omfattar medborgare som ännu inte behärskar svenska. Undersökningen omfattar heller

inte personer som exempelvis har demens eller andra åkommor eller läs- och talsvårigheter som hindrar dem från att besvara undersökningen.

I undersökningen i Q1 ställde vi liksom tidigare år även frågor till de som är icke-användare av internet, vilka motsvarade knappt 4 procent av svenska folket 16 år eller äldre. Svaren för de frågor där icke-användarna var inkluderade presenterade vi i en separat delrapport redan i juni 2020: *Svenskarna och internet – Digitalt utanförskap 2020*.

I Q1 ställde vi också frågor till barn 12–15 år som kräver målsmans godkännande, vilket vi inte hade möjlighet att göra i Q3. Under 2021 kommer vi däremot att göra motsvarande undersökning, och då använda siffrorna från 2020 Q1 som jämförande värden. Av kvalitets- och resursskäl släpper vi inte denna ännu obearbetade data innan dess. Undantaget är en del av *kapitel 7: Sociala medier*, där vi i en specialtabell redovisar hur barn 12–15 år använder olika sociala medier 2020 Q1.

Urval och metod

Urvalsförfarandet var detsamma för båda mätningarna i Q1 och Q3. Det består av ett slumpmässigt urval ur befolkningsregistret från 16 år utan övre åldersgräns. Urvalet har beställts via SPAR och Marknadsinformation i Sverige av undersökningsföretaget Origo Group som Internetstiftelsen anlitat för datainsamlingen. SPAR är statens personadressregister som handhas av Skatteverket. Det är ett offentligt register som omfattar alla personer som är folkbokförda i Sverige, både svenska och utländska medborgare.

Viktigt att poängtera är att befolkningen i allmänhetsundersökningar som denna är den svensktalande befolkningen som är förmögna att svara på en undersökning antingen via telefon eller webb. Det innebär att vi inte får med de svenska medborgare som (ännu) inte behärskar det svenska språket, och inte de som lider av demens, har läs- och talsvårigheter eller av andra skäl inte kan svara eller nås.

Urvalet har dimensionerats så att svaren erhålls jämnt fördelat över fältperioden, samt så att svarsunderlaget erhåller högsta möjliga representativitet med avseende på ålder och kön och god spridning på geografi. Det innebär att det är en och samma urvalsram för varje enskild studie.

Inledningsvis skickades en inbjudan ut via post med personliga inloggningsuppgifter till en webbenkät. Påminnelser har sedan skickats via sms löpande under fältperioden till alla som fått brev men ej besvarat undersökningen.

I Q1 skedde även parallellt med påminnelser via sms en telefonuppföljning bland de som inte besvarat enkäten. Detta för att även fånga upp icke-användarna av internet. Respondenter som kontaktats via telefon har givits möjlighet att svara på frågorna muntligt via telefon. Att det kan finnas en liten effekt i resultaten på grund av att den ena av årets mätningar också innehåller telefonintervjuer, även med internetanvändare, kan vi inte utesluta.

I Q1 intervjuades även yngre än 16 år vilka då rekryterades genom att deras föräldrar fått brev eller blivit uppringda och då gett sitt medgivande till intervju. Urvalsförfarandet är detsamma som för de 16 år eller äldre.

Utfall

Nedan visas fördelning av svaren för Q1 respektive Q3 per åldersgrupp för internetanvändarna 16+ år utifrån utfall. Mål per åldersgrupp hade för totalurvalet i Q1 satts utifrån svenska folkets åldersfördelning från SCB.

	Svenskarna och internet 2020 Q1		Svenskarna och internet 2020 Q3	
Ålder	**Antal**	**Procent**	**Antal**	**Procent**
16–25 år	367	13,7%	452	15,9%
26–35 år	509	19,1%	582	20,5%
36–45 år	425	15,9%	406	14,3%
46–55 år	474	17,8%	528	18,6%
56–65 år	415	15,5%	358	12,6%
66–75 år	315	11,8%	335	11,8%
76+ år	165	6,2%	183	6,4%
Totalt	**2 670**	**100,0%**	**2 844**	**100,0%**

I Q1 bestod totalurvalet för de vuxna, 16 år och äldre, av 10 365 varav 875 hade ej nåbara telefonnummer vilket ger 9 462 i storurval. 3 110 personer ville eller kunde inte vara med, 163 personer hade språkproblem och ytterligare 28 var ej kvalificerade. Antalet genomförda vuxenintervjuer 16+ år uppgår till N=2 727 varav N=2670 med internetanvändare. Det ger en svarsprocent på 29 procent beräknat på storurvalet. (Intervjuerna med ungdomar mellan 11 och 15 år, där föräldrarnas samtycke först behöver inhämtas, gav en svarsprocent på 20 procent.)

I Q3 bestod totalurvalet av 14 856 personer varav 268 hade felaktiga adresser (postreturer) vilket ger 14 588 i storurval. 38 personer meddelade att de inte ville eller kunde vara med på grund av sjukdom, språkproblem eller liknande hinder. Antalet inkomna svar på enkäten uppgår till 2 844. Det ger en svarsprocent på 20 procent beräknat på storurvalet.

Obs! Eftersom insamlingsmetoden avser kvotuppfyllnad där bearbetningen av olika respondentgrupper avbryts när en representativ kvot är uppfylld blir svarsfrekvensen dock ett mindre relevant mått för resultatens tillförlitlighet.

Bakgrund

Svenskarna och internet är den svenska delen av World Internet Project (WIP), ett internationellt forskningsprojekt som följer internets spridning och användning runt om i världen. Antalet deltagande länder ökar för varje år och nu har projektet

ett trettiotal medlemsländer. Varje partner i respektive land finansierar sin egen verksamhet i projektet. De nationella urvalen är representativa urval av befolkningen. I frågepaketen är drygt 100 frågor gemensamma för alla länder, de så kallade Common Questions. Dessa är formulerade likadant i varje land för att skapa jämförbara resultat. Mer om WIP finns att läsa här: https://www.worldinternetproject.com/

Den svenska studien startade år 2000 då World Internet Institute började samla in data om hur den svenska befolkningen använder informations- och kommunikationsteknik samt hur detta påverkar enskilda individer, familjer och samhället. Sedan år 2010 är Internetstiftelsen huvudman för studien och med den vill vi bidra med fakta och insikter om hur användningen av internet i Sverige utvecklas. Vi vill ge förutsättningar till att digitaliseringen av det svenska samhället och näringslivet sker på välinformerad grund.

Internetstiftelsen är en oberoende, affärsdriven och allmännyttig organisation. Vi verkar för ett internet som bidrar positivt till människan och samhället. Vi ansvarar för internets svenska toppdomän .se och sköter drift och administration av toppdomänen .nu. Intäkterna från affärsverksamheten finansierar en rad satsningar i syfte att möjliggöra att människor kan nyttja internet på bästa sätt, och stimulera kunskapsdelning och innovation med inriktning på internet.

Svenskarna och internet 2020

Författare och diagram
Jenny Andersson, Insight Manager, Internetstiftelsen
Jakob Bäck, Digital Content Specialist, Internetstiftelsen
Therese Ernbrandt, Project Manager, Internetstiftelsen

Fotografi
Kristina Alexanderson, Project Manager, Internetstiftelsen

Texten och bilderna i Svenskarna och internet 2020 skyddas enligt lag om upphovsrätt och tillhandahålls med licensen Creative Commons, Erkännande 4.0 Internationell. Graferna i rapporten tillhandahålls med Creative Commons licensen CC0 1.0 Universiell.

Internetstiftelsen
Org.nr. 802405-0190
www.internetstiftelsen.se

www.svenskarnaochinternet.se

INTERNET STIFTELSEN

Svenskarna och internet 2020 har ett tydligt fokus på hur digitaliseringen påverkats av coronapandemin. En unik undersökning i en unik tid. Vilka har blivit nya internetanvändare under pandemin, hur har skolorna hanterat undervisning över nätet, och vad har ändrats i våra digitala beteenden när distansarbete hemifrån har mer än tiofaldigats?

Svenskarna och internet är en undersökning som genomförs av Internetstiftelsen. Internetstiftelsen är en oberoende, affärsdriven och allmännyttig organisation. Vi verkar för ett internet som bidrar positivt till människan och samhället. Vi ansvarar för internets svenska toppdomän .se och sköter drift och administration av toppdomänen .nu. Intäkterna från affärsverksamheten finansierar en rad satsningar i syfte att möjliggöra att människor kan nyttja internet på bästa sätt, och stimulera kunskapsdelning och innovation med inriktning på internet.

Exempel på våra satsningar är:
- Den här rapporten: Svenskarna och internet
- Start- och mötesplatsen Goto 10
- Folkbildningssatsningen Internetkunskap
- Det digitala museet Internetmuseum
- Lärresursen Digitala lektioner
- Konferensen Internetdagarna
- Mätverktyget Bredbandskollen

www.svenskarnaochinternet.se

INTERNET STIFTELSEN