

FORBRUKSFORSKNINGSINSTITUTTET SIFO

Digitalt koronaliv 2020: Norske husstanders digitale håndtering av koronapandemien

Dag Slette-meås og Ardis Storm-Mathisen

OSLO METROPOLITAN UNIVERSITY
STORBYUNIVERSITETET



© Forbruksforskningsinstituttet SIFO
OsloMet – storbyuniversitetet
SIFO-Rapport 7 – 2020

Forsidefoto: Dmitrii Melnikov/Mostphotos


Forbruksforskningsinstituttet SIFO
OsloMet – storbyuniversitetet
Stensberggt. 26 – 7. etg.
Postboks 4 St. Olavs plass
0130 Oslo
www.oslomet.no/om/sifo

Forbruksforskningsinstituttet SIFO utgir:

- Rapporter – som er kvalitetssikret og godkjennes av SIFO ved direktør/forskningsledere
- Notater – som godkjennes av prosjektleder.

Det må ikke kopieres fra denne rapporten i strid med åndsverksloven. Rapporter lagt ut på Internett, er lagt ut kun for lesing på skjerm og utskrift til eget bruk. Enhver eksemplarframstilling og tilgjengeliggjøring utover dette må avtales med SIFO. Utnyttelse i strid med lov eller avtale, medfører erstatningsansvar.

OSLO METROPOLITAN UNIVERSITY
CONSUMPTION RESEARCH NORWAY SIFO

Tittel Digitalt koronaliv 2020: Norske husstanders digitale håndtering av koronapandemien.	Sider 64	Dato 15.05.2020
Title Digital corona life 2020: Norwegian households' digital management of the corona pandemic		ISBN 978-82-7063-510-8
Forfattere Dag Slette-meås og Ardis Storm-Mathisen	Prosjekt nummer 200789	Signatur 
Finansiert av OsloMet		
Sammendrag I denne rapporten har vi gjort analyser basert på en landsdekkende survey om «digitalt koronaliv». Dette gir oss et øyeblikksbilde av hvordan den norske befolkningen har opplevd og håndtert koronakrisen i den første fasen av pandemien. Surveyen ble gjennomført i perioden 1. til 7. april 2020, noen uker etter at de mest inngripende koronatiltakene ble innført 12. mars 2020. Vi har dermed forsøkt å fange viktige endringer for befolkningen ved å anlegge et bredt perspektiv på det digitale hverdagslivet i norske hjem. Det betyr at vi har tatt for oss bruk av digital infrastruktur og sikring av digitalt utstyr, erfaringer med digitalt hjemmekontor og digital skole, eventuell økt bruk av en rekke eksisterende eller nye digitale tjenester, vurderinger av digital avhengighet og sårbarhet, og til slutt holdninger til den nye smittesporings-appen.		
Summary In this report we have analyzed a nationwide survey on «digital corona life». This gives us a snapshot of how the Norwegian population have experienced and dealt with the corona crisis in the first phase of the pandemic. The survey was conducted in the period April 1 to 7 2020, a few weeks after the most radical corona measures were introduced on March 12 2020. We have thus sought to capture important changes for the population by applying a broad perspective on digital everyday life in Norwegian homes. This means that we have considered the use of digital infrastructure and security of digital equipment, experiences with digital home office and digital school, increased use of a variety of existing and new digital services, assessments of digital dependence and vulnerability, and finally attitudes towards the new Norwegian contact-tracing app.		
Nøkkelord Digital hverdag, digitale tjenester, internett, korona, hjemmekontor, hjemmeskole, smittesporings-app		
Keywords Digital everyday life, digital services, internet, corona, home office, homeschooling, contact-tracing app		

Forord

I denne rapporten analyseres funn fra en landsdekkende survey som ble gjennomført 1. til 7. april 2020, i ukene etter at de første strenge koronatiltakene ble innført i Norge med virkning fra 12. mars 2020.

Hensikten med undersøkelsen har vært å skaffe tidlig dokumentasjon om nordmenns opplevelser og digitale håndtering av koronapandemien i kjølvannet av de første inngripende tiltakene i Norge. Med en slik tilnærming vil det være enklere for respondentene å huske egne erfaringer og handlinger, og hvordan disse skiller seg fra før-koronaperioden.

I rapporten fokuserer analysen primært på totalandeler og eventuelle forskjeller på kjønns- og aldersvariabelen. En eventuell senere rapport vil kunne ta for seg variabler som bosted, husholdsinntekt, tilknytning til arbeidslivet og annet.

Rapporten og analysen er knyttet til SIFOs kjerneområde *Digital hverdag*, og er et bidrag til NFR-prosjektet RELINK som ledes av SIFO/OsloMet.

Rapporten er kvalitetssikret av Torvald Tangeland ved SIFO/OsloMet.

Oslo, mai 2020

Forbruksforskningsinstituttet SIFO

OsloMet – Storbyuniversitetet

Innhold

Forord.....	2
Innhold.....	3
Utvidet sammendrag.....	5
Digitalt utstyr og sikkerhet hjemme	5
Digitalt hjemmekontor	6
Barn og digital hjemmeskole	6
Digitalt tjenestekonsum hjemme	7
Digital avhengighet og sårbarhet	9
Smittesporings-appen.....	10
Hjemmets sentrale posisjon.....	10
Den digitale forutsetningen	10
Extended summary	12
Digital equipment and security at home	12
Digital home office	13
Children and digital home school	14
Digital service consumption at home.....	15
Digital dependency and vulnerability.....	16
Contact-tracing app	17
The central position of the home.....	17
The digital premise	17
1. Innledning	19
1.1 Data og utvalg	20
1.2 Internett og trådløst nettverk.....	20
2. Digital rigging av hjemmet etter koronatiltakene	23
2.1 Lastet ned ny programvare til husstanden	23
2.2 Kjøpt nytt digitalt utstyr til husstanden.....	24
2.3 Opplevd digital svindel hjemme	25
2.4 Opplevd digitale virus hjemme.....	26
2.5 Opplevd digital hacking hjemme og ID-tyveri	27
2.6 Opplevd markedsføring på nett knyttet til koronaepidemien.....	28
2.7 Mer samtidig bruk av digitale tjenester hjemme	30
2.8 Opplevd treghet/nedetid digitalt hjemme.....	31
3. Digitalt hjemmekontor.....	32
3.1 Jobber fra hjemmekontor etter koronatiltakene	32
3.2 Erfaring med hjemmekontor fra før koronatiltakene	33
3.3 Opplevelse av overgangen til digitalt hjemmekontor	34

3.4	Privat eller arbeidsgivers digitale utstyr hjemme	35
3.5	Nytt digitalt utstyr til hjemmekontoret	36
3.6	Forbedret sikkerhet på det digitale hjemmekontoret.....	36
3.7	Ekstra IT/sikkerhetsopplæring ifm. digitalt hjemmekontor	37
3.8	Behov for ytterligere opplæring om sikker digital bruk.....	38
4.	Barn, digital hverdag og hjemmeskole.....	39
4.1	Foresattes opplevelse av barns digitalbruk	39
4.2	Bruk av digitale medier på dagtid blant små barn	40
4.3	Barns mestring av digital hjemmeskole.....	41
4.4	Bruk av husstandens eller skolens digitale utstyr	42
4.5	Hvordan fungerer digitale skoleløsninger	43
4.6	Foreldrehjelp til digital hjemmeskole	44
5.	Økt bruk av digitale tjenester under koronakrisen.....	45
5.1	Bruk av digitale tjenester for handel, bank og offentlige tjenester under koronakrisen	45
5.2	Bruk av digitale tjenester for nyheter og informasjon under koronakrisen	46
5.3	Bruk av digitale tjenester for underholdning og fritidsaktiviteter under koronakrisen	48
5.4	Bruk av digitale tjenester innen kommunikasjon og sosial kontakt under koronakrisen.....	50
5.5	Støttebidrag gjennom folkefinansiering under koronakrisen.....	52
5.6	Nye strømme- og plussabonnement under koronakrisen	52
6.	Nytte og avhengighet av digital tilgang i hjemmet.....	54
6.1	Letter digitale tjenester hverdagen for husstander i kriseperioden?	54
6.2	Er husstanden avhengig av det digitale i kriseperioden?.....	55
6.3	Ville et sammenbrudd i internettilgangen skapt problemer for husstanden i kriseperioden?	56
6.4	Har husstanden tilstrekkelig digital kompetanse i kriseperioden?.....	57
6.5	Vil husstandenes ansvar for å håndtere digitale tjenester i kriseperioden kunne øke digitale skiller?.....	58
6.6	Bør det utarbeides en digital beredskapsplan for norske husstander i krisesituasjoner?.....	58
7.	Smittesporings-app for befolkningen	60
7.1	Positive eller negative til smittesporings-app.....	61
7.2	Interesse for å laste ned og bruke smittesporings-app.....	62
7.3	Bekymring for personvern og overvåkning med en smittesporings-app	63
	Referanser.....	64

Utvidet sammendrag

I denne rapporten har vi gjort analyser basert på en landsdekkende survey om «digitalt koronaliv». Dette gir oss et øyeblikksbilde av hvordan den norske befolkningen har opplevd og håndtert koronakrisen i den første fasen av pandemien. Surveyen ble gjennomført i perioden 1. til 7. april 2020, noen uker etter at de mest inngripende koronatiltakene ble innført med virkning fra 12. mars 2020. Vi har dermed forsøkt å fange viktige endringer for befolkningen ved å anlegge et bredt perspektiv på det digitale hverdagslivet i norske hjem. Det betyr at vi har tatt for oss bruk av digital infrastruktur og sikring av digitalt utstyr, erfaringer med digitalt hjemmekontor og digital skole, eventuell økt bruk av en rekke eksisterende eller nye digitale tjenester, vurderinger av digital avhengighet og sårbarhet, og til slutt holdninger til den nye smittesporings-appen.

Digitalt utstyr og sikkerhet hjemme

Godt sikrede nettverk: Vår survey viser at 97% har trådløst nettverk hjemme, og at 97% av disse igjen har passordbeskyttet nettverket sitt. Dette gir rom for at flere i husstanden kan kople seg på internett, være fleksible mht hvor digitale aktiviteter og tjenester utføres, og samtidig være sikre på at nettverket ikke misbrukes av andre utenfor hjemmet.

Noe nytt utstyr og programvare: I og med at koronakrisen har tvunget mange hjem, vil flere av disse ha behov for å laste ned ny programvare eller gå til innkjøp av nytt digitalt utstyr. Surveyen viser at 13% har lastet ned ny programvare til husstanden, og flest blant de yngste, mens 11% har kjøpt inn nytt digitalt utstyr til husstanden, også her flest blant de yngste.

Noe økning i svindel, virus og hacking: I og med koronakrisen er det spådd økning i cyber-kriminalitet, også mot private hjem. Ser vi på online svindel har 7% opplevd dette i husstanden, og flest blant de eldste. Samtidig har 3% opplevd virus, mens 2% har opplevd hacking, og i underkant av 1% har opplevd ID-tyveri.

Omfattende korona-markedsføring: Med koronaepidemien har mye av markedsføringen nå blitt rettet mot viruset og epidemien, og Forbrukertilsynet har reagert på at en del reklame spiller på forbrukernes frykt for viruset. Surveyen viser at totalt 44% har opplevd online markedsføring knyttet til koronaviruset eller koronaepidemien, og i større grad yngre enn eldre.

Økt press på digital infrastruktur: Når «alle» trekker hjem, og behovet for informasjon, kommunikasjon, tjenester, underholdning og hjemmearbeid er stort, øker den samtidige digitalbruken og presset på den digitale infrastrukturen. Surveyen viser at 56% hevder at digitale enheter i større grad enn før koronakrisen benyttes *samtidig* i hjemmet.

Mer digital treghet og nedetid: En utfordring husstanden kan oppleve, som følge av økt og mer samtidig bruk av digitale tjenester, er treghet i nettforbindelsen eller økt

nedetid for datasystemer. Det er 41% som opplever økt treghet/nedetid under koronakrisen, men vi vet ikke hvor problematisk dette er for husstandene.

Digitalt hjemmekontor

Flere på hjemmekontor: En sentral endring i forbindelse med pandemien og de strenge koronatiltakene har vært den umiddelbare nedstengingen av en del bedrifter/ sektorer. Mange har plutselig måttet omstille seg og utføre arbeidsoppgaver hjemmefra. Surveyen viser at blant de som er i arbeid har 50% hjemmekontorløsninger under koronatiltakene, og færre yngre enn eldre arbeidstakere.

Mange har hjemmekontorerfaring: Blant de som har hjemmekontor under krisen, er det 60% som har hatt erfaring med hjemmekontor fra tidligere av. Samtidig har 40% raskt måttet omstille seg med å etablere arbeidsplass, utstyr og rutiner i hjemmet. Færre kvinner enn menn har erfaring med hjemmekontor fra før krisen.

Lite problematisk overgang til hjemmekontor: Surveyen viser at overgangen til digitalt hjemmekontor for de fleste (77%) oppleves som uproblematisk. Det er flest blant de yngste arbeidstakerne som finner overgangen problematisk.

De fleste bruker arbeidsgivers utstyr: Ikke alle har tilrettelagt hjemmekontor med utstyr fra arbeidsgiver, og en del har provisoriske private løsninger. Det er 77% av de som er i arbeid, og som har hjemmekontor, som benytter arbeidsgivers utstyr. Samtidig benytter 23% eget utstyr, og flest blant de unge.

En av ti har anskaffet nytt digitalt utstyr: Rask etablering av hjemmekontor har medført at flere har måttet gå til nyanskaffelse av utstyr, på egen eller arbeidsgivers regning. Surveyen viser at 10% av de med hjemmekontor har anskaffet nytt digitalt utstyr til jobbformål under koronakrisen.

En av tre har fått ekstra informasjon/opplæring: Når arbeidsplassen trekkes hjem kan cybersikkerheten utfordres pga begrenset tilgang til gode rutiner, personell, utstyr eller kryptert tilgang. Det er 32% av de med hjemmekontor som har fått ekstra informasjon eller opplæring etter koronatiltakene. Med andre ord har flertallet ikke fått slik opplæring/informasjon. Det kan være at rutinene/kompetansen allerede er god nok, at behovet for sikker bruk ikke er så stort, eller at arbeidsgiver har manglende rutiner for informasjon/opplæring av medarbeidere i denne type kriser.

Få trenger ytterligere informasjon/opplæring: Spørsmålet er om den informasjonen eller opplæringen som gis er tilstrekkelig. Kun en liten andel (11%) føler de trenger ytterligere kunnskap om sikker bruk av digitalt utstyr hjemme. En langt lavere andel menn enn kvinner mener de trenger ekstra kunnskap.

Barn og digital hjemmeskole

Familier er mer digitalt sosiale: I og med koronapandemien vil mange tilbringe mye av tiden hjemme, og det antas at barn og unge i større grad vil benytte digitale medier

til underholdning og kommunikasjon. Av familiene med hjemmeboende barn mener 33% at familien er mer digitalt sosiale med hverandre i kriseperioden enn tidligere.

Barna bruker mer sosiale medier til kommunikasjon: Samtidig opplever 52% at barna deres bruker mer tid på å kommunisere og være sosiale med venner gjennom bruk av sosiale medier enn før koronakrisen.

Lite press på digitale kjøp: Selv med økt digitalbruk opplever kun 13% økt press fra barna om å kjøpe eller abonnere på netjtjenester, spill, apper og liknende i kriseperioden.

Digitalt trumfer ikke-digitalt: Mye hjemmetid betyr mye innetid for mange, og da er digitale medier fristende. Hele 42% av foresatte/foreldre er enige i at det er krevende å få barna til å engasjere seg i ikke-digitale aktiviteter i koronaperioden.

Halvparten av små barn er storbrukere av digitale medier på dagtid: En utfordring med å ha barn hjemme, spesielt de under skolealder, er det å raskt etablere rutiner for aktivisering av barna. Da kan det være lett å ty til digital underholdning. Surveyen viser at nesten halvparten (45%) av de med små barn oppgir at barna i stor grad benytter digitale tjenester til underholdning hjemme på dagtid.

Skolebarn mestrer hjemmeskole godt: Da koronatiltakene ble innført måtte skolebarn umiddelbart trekke hjem og etablere rutiner for hjemmeskole. De aller fleste foreldre/foresatte (75%) opplever at barna mestrer skolearbeid hjemmefra på en god måte. For 21% avhenger mestringsgraden av hvilket barn det gjelder, mens kun 4% mener at barna ikke mestrer skolearbeid hjemmefra på en god måte.

Mange skolebarn bruker husstandens private digitale utstyr: Det kan være stor variasjon i hva slags type digitalt utstyr den enkelte skole eller kommune tilbyr sine elever til hjemmebruk. Surveyen viser at 49% av barna bruker skolens PC/nettbrett hjemme, mens 32% benytter husstandens private utstyr, og 17% bruker begge deler.

Tekniske løsninger fungerer godt for hjemmeskolen: Opplevelsen av hvordan de tekniske løsningene fungerer kan avhenge av mange faktorer. Generelt sett opplever de fleste foreldre/foresatte (80%) at de tekniske hjemmeskoleløsningene fungerer godt. Det er 16% som sier det avhenger av hvilket barn det gjelder, mens kun 4% mener løsningene stort sett fungerer dårlig.

Behov for foreldrestøtte til digital hjemmeskole: Med overgangen til digital hjemmeskole kan barn ha behov for støtte fra foreldre/foresatte til installasjon, bruk eller feilsøk underveis. Det er 45% som hevder at ett eller flere av barna har behov for slik hjelp, mens 55% mener barna ikke har behov for hjelp.

Digitalt tjenestekonsum hjemme

Økt netthandel under koronakrisen: Bruken av en rekke digitale tjenester har økt etter koronatiltakene, fordi folk er mer hjemme og digitale tjenester anbefales som smitteverntiltak. Det er 21% som har økt netthandelen etter tiltakene, etterfulgt av

nettbank (15%), offentlige nettjenester (13%), helsetjenester på nett (8%), nettbestilling av mat (8%) og brukt- og delingstjenester på nett (6%).

Myndigheters nettsider er blitt populære: Det antas også at behovet for informasjon har økt kraftig under viruskrisen. Surveyen viser at 56% benytter nettaviser mer nå enn før koronatiltakene, og 42% benytter offentlige myndigheters nettsider mer enn vanlig. Dessuten har 36% økt bruken av sosiale medier til konsum av nyheter og informasjon under koronakrisen.

Markant økning i strømming av film og serier: Med reduserte muligheter for konsum av fritids- og underholdningsaktiviteter utenfor hjemmet, har digitale alternativer blitt populære. Den mest markante økningen ser vi for strømming av filmer og serier der 43% har økt sitt konsum sammenliknet med før koronakrisen. Dessuten er det 20% som strømmer mer musikk i kriseperioden og 6% strømmer lydbøker i større grad enn tidligere.

Økt strømming av kulturarrangementer og treningsveiledning: Nettbasert «live»-underholdning, som konserter og kulturarrangementer, har blomstret opp under krisen, og 18% har økt konsumet av nettbasert live-underholdning etter koronatiltakene, mens kun 3% har «besøkt» virtuelle museer eller kunstutstillinger. Konsumet av nettbasert undervisning og kurs har også økt (15%) i kjølvannet av krisen. Videre er det 15% som i større grad enn tidligere benytter ulike typer digital treningsveiledning og inspirasjon.

Økning i digital spilling: For mange kan digitale spill være en god atspredelse i en hverdag med store begrensninger, samtidig som mange spillavhengige kan få tilbakefall. Surveyen viser at 15% har økt sin digitale spillaktivitet etter koronatiltakene, men kun en 1% har økt forbruket av digitale gamblingstjenester.

Mer sosiale med sosiale medier: Koronakrisen har gitt rom for mer nettbasert sosial kontakt. Sosiale medie-plattformer er nå blitt helt nødvendige for mange for å opprettholde sosial kontakt. Det er 44% som i større grad er nettsosiale med venner og kjente under koronakrisen, 42% er mer nettsosiale med familie, mens 32% i større grad nettsosialiserer med kollegaer.

En av fem har folkefinansiert under krisen: Gjennom «live»-underholdning håper mange artister på frivillige bidrag fra nettpublikum. Idrettslag, foreninger og lokale småbedrifter har dessuten behov for ekstra støtte i kriseperioden. Surveyen viser at 19% av husstandene har bidratt med pengestøtte til ulike formål gjennom folkefinansiering i den første fasen av koronaepidemien.

Økning i strømme- og plussabonnement: Selv om mange allerede har ulike typer digitale abonnement, viser surveyen at 15% har opprettet ett eller flere nye strømme-/pluss-abonnement etter koronatiltakene, der flest (9%) har tegnet nye strømmeabonnement for videobasert innhold, og i størst grad de yngste.

Digital avhengighet og sårbarhet

De siste årene har behovet for digital tilgang i hjemmet blitt forsterket i takt med økt digitalisering av privat og offentlig sektor. Med koronakrisen har behovet skutt ytterligere fart.

Digitale tjenester letter koronahverdagen: Surveyen viser at 72% mener at digitale tjenester letter hverdagen for husstanden under koronakrisen, og en noe større andel blant kvinner enn menn mener dette.

Digitale behov skaper digital avhengighet: Digitale tjenester viser seg å være både bekvemmelige og nødvendige. Jo mer man benytter digitale tjenester (og jo færre analoge alternativer som finnes), desto mer avhengige blir man av det digitale. I surveyen er det 65% som er enige i at de er avhengige av digitalt utstyr og netjtjenester i kriseperioden.

Sammenbrudd i nettilgangen ville skapt problemer for mange: Med økt digital avhengighet er det stor sannsynlighet for at et bortfall av nettilgangen ville blitt oppfattet som problematisk for svært mange, noe som bekreftes av 72% i surveyen, og blant en større andel kvinner enn menn.

God digital kompetanse, men eldre noe mer usikre: Det kreves samtidig omfattende digital kompetanse for å kunne håndtere og nyttiggjøre seg digitale tjenester. De aller fleste i surveyen (82%) mener at husstanden har tilstrekkelig digital kompetanse til å håndtere og dra nytte av de nettbaserte tjenestene som tilbys i kriseperioden, med en noe lavere andel blant eldre.

Halvparten mener digitale skiller kan øke under koronakrisen: En utfordring samfunnet står overfor i og med rask digitalisering er digitale skiller og digitalt utenforskap. I en krisesituasjon, som krever rask digital omstilling, vil ulike sosiale/demografiske grupper kunne håndtere digitale utfordringer ulikt. I surveyen er det 51% som er enige i at ansvaret som påligger husstandene med å håndtere hverdagen digitalt kan bidra til å øke det digitale skillet i befolkningen.

Behov for digital beredskapsplan hjemme: I forlengelsen av problemstillingen over, med økt bruk og avhengighet av digitale tjenester, kan det stilles spørsmål ved hvor godt digitalt forberedt norske husstander er på denne type krisesituasjoner. Når myndigheter oppfordrer/krever at befolkningen skal holde seg hjemme, impliserer det en forventning om at husstanden skal mestre hverdagen med betydelig grad av «digital selvberging». Mens bedrifter/organisasjoner har kriseplaner og risikovurderinger finnes ikke dette for norske hjem. I surveyen er det 58% som er enige i at myndighetene bør utarbeide en «digital beredskapsplan» for norske husstander, som foreskriver hva slags digitalt utstyr, tjenester og sikkerhetsregler som er nødvendige for å fungere trygt under lengre kriser – og hva myndighetene skal ta ansvar for.

Smittesporings-appen

I forkant av lanseringen av en smittesporings-app i Norge var det en del debatt i mediene omkring dette. Det ble estimert at 60% av befolkningen må laste ned og bruke en slik app for at den skal gi ønsket effekt. Spørsmålene ble stilt før appen fikk navnet Smittestopp og før selve lanseringen av appen.

Et flertall er positive til smittesporings-appen: Det er 53% av respondentene som er positive til at en smittesporings-app lanseres i befolkningen, og 32% av disse er svært positive. Samtidig er 32% nøytrale eller usikre, mens 15% er negative. Det er noe større andel negative blant menn og unge.

Rundt halvparten vil laste ned appen: Det er 45% totalt sett (per 7. april 2020) som sier de vil laste ned smittesporings-appen, og en noe større andel blant kvinner, mens det er færrest i alderen 70-80 år som ønsker dette.

En av tre er bekymret for personvern og overvåkning: Det er 34% som er bekymret for personvern og overvåkning med en slik smittesporings-app, mens 38% er ubekymret. Det er 19% som har svart nøytralt (verken/eller), mens 9% er usikre. Det er en tendens til at en noe større andel menn er bekymret for personvernet enn kvinner.

Hjemmets sentrale posisjon

Da de omfattende koronatiltakene ble innført i Norge, måtte alle «bli hjemme». Dette viser at ideen om hjemmet som en av samfunnets mest sentrale grunneheter fortsatt står sterkt. I denne krisen har familien/husstanden blitt sett på som spesiell, i den forstand at den har blitt unntatt de normale smittevernskravene som gjelder utenfor hjemmet. Samtidig forventes det at hjemmet skal være den sentrale navigasjons- og krisekoordineringsenheten for befolkningen. Men den politiske ideen om hjemmets idealfunksjon i krisetid problematiserer samtidig det å ikke ha et hjem, det å ha flere hjem, hvilke personer som utgjør en fast husstand, om hjemmet kan defineres som en «trygg» enhet for alle (jf. voldsutsatte barn og partnere), og i hvilken grad hjemmet er «digitalt beredt» til å håndtere omfattende kriser.

Den digitale forutsetningen

I tillegg til hjemmets spesielle posisjon under koronakrisen har digital infrastruktur og tjenester blitt sett på som helt avgjørende for at hjem og samfunn skal fungere. Den store fordelen med det digitale hjemmet er at begrensninger knyttet til sted og avstand oppheves. Borgere/ forbrukere må ikke være fysisk tilstede for å utføre handlinger/ aktiviteter på ulike arenaer. Dette medfører imidlertid forventninger om at hjemmet skal ha tilstrekkelig og sikker nok bredbånds- og internettkapasitet til å serve de nye kravene til funksjonalitet og tjenestehåndtering. Hjemmet og husholdningene må dessuten ha tilstrekkelig samlet kompetanse og personlige ressurser til å håndtere digitalt arbeid, skole, informasjon, underholdning, handel og en rekke andre tjenester.

Men vi vet at både tilgangen til bredbånd og internett, og til digital kompetanse, varierer stort mellom husstander (men også internt i husstanden), og mellom sosiale og demografiske grupper. Disse forskjellene vil slå ut i hvor godt norske hjem er rustet til å håndtere koronakrisen digitalt – og andre liknende kriser – med hjemmet som base.

Tallene fra surveyen viser hvor omfattende den digitale koronahverdagen har vært (og fremdeles er) for befolkningen, hvor godt befolkningen har taklet å leve med en stor variasjon av digitale tjenester, og samtidig avdekket hvor sårbar befolkningen er dersom den digitale infrastrukturen og de digitale tjenestene skulle falle ut over lenger tid i en krisesituasjon.

Extended summary

In this report, we have analyzed a nationwide survey on «digital corona life». This gives us a snapshot of how the Norwegian population have experienced and dealt with the corona crisis in the first phase of the pandemic. The survey was conducted in the period of April 1 to 7 2020, a few weeks after the most extensive corona measures were introduced (with effect from March 12, 2020). We have therefore sought to capture important changes for the population by applying a broad perspective on the digital everyday life in Norwegian homes. This means that we have considered the use of digital infrastructure and the security of digital equipment, experiences with digital home office and digital school, increases in use of a variety of existing or new digital services, assessments of digital dependence and vulnerability, and finally attitudes towards the new contact-tracing app.

Digital equipment and security at home

Well-secured networks: Our survey shows that 97% have wireless networks at home, and that 97% of these have password-protected their networks. This gives room for more people in the household to connect to the internet, to be flexible about where digital activities and services can be performed, and at the same time ensure that the network is not being compromised by others outside the home.

New equipment and software: As the corona crisis has forced people to stay at home, many have needed to download new software or purchase new digital equipment. The survey shows that 13% have downloaded new software for home purposes, and most among the youngest, while 11% have purchased new digital equipment for the household, also here most among the youngest.

Some increase in fraud, viruses and hacking: With the corona crisis, there has been an increase in cybercrime, also directed at private homes. Looking at online scams, 7% have experienced this in the household, and most among the oldest. At the same time, 3% have experienced digital viruses, while 2% have experienced hacking, and just under 1% have experienced ID theft.

Comprehensive corona marketing: With the corona epidemic, much of marketing efforts have now focused on the virus and the epidemic, and the Consumer Authority (Forbrukertilsynet) has warned against advertising that plays on consumers' fear of the virus. The survey shows that 44% have experienced online marketing related to the corona virus or the corona epidemic, and to a greater extent the young than the elderly.

Increased pressure on digital infrastructure: When "everyone" stays at home, and the need for information, communication, services, entertainment and home-work is great, the *simultaneous* use of digital services will increase the pressure on digital the infrastructure at home. The survey shows that 56% claim that digital devices to a greater extent than before the corona crisis are used simultaneously in the home.

More digital lagging and downtime: One challenge the household can experience, as a result of increased and more simultaneous use of digital services, is a lagging network connection or an increase in downtime of computer systems. 41% have experienced increased lagging/downtime during the corona crisis, but we do not know how problematic this is for the households.

Digital home office

More people in “home offices”: A key change in connection with the pandemic and the severe corona measures has been the immediate “closure” of some companies/sectors. Many people suddenly had to change reorganize and perform work from home. The survey shows that among those who are working, 50% now have home office solutions as a result of the corona crises, and fewer among young than among old workers.

Many have home office experience: Among those who have a home office during the crisis, 60% have had experience with home office from before. At the same time, 40% quickly had to adjust and establish a workplace, equipment and routines in the home. Fewer women than men have experience with home office from before the crisis.

Unproblematic transition to home office: The survey shows that the transition to digital home offices for most employees (77%) is perceived as unproblematic. A higher proportion among young workers find the transition problematic.

Most people use equipment from work: Not everyone has a home office with equipment provided by the employer, and some have temporary private solutions. There are 77% of those who are employed and who have a home office that use the employer's equipment. At the same time, 23% use their own equipment, and most among the young.

One in ten have acquired new digital equipment: The rapid establishment of a home offices means that many people have had to purchase new equipment, at their own or their employer's expense. The survey shows that 10% among those with home office have purchased new digital equipment for job purposes during the corona crisis.

One in three has received additional information/training: When the workplace becomes home-based, cybersecurity is suddenly challenged due to limited access to good routines, personnel, equipment or encrypted access. 32% of those with a home office have received additional information or training after the corona measures. In other words, the majority have not received such training/information. It may be that the routines/competencies are already good enough, that the need for safe digital use is not that pertinent, or that employers lack routines for information sharing or training of employees in these types of crises.

Few need additional information/training: The question is whether the information or training provided is adequate. Only a small proportion (11%) feel they need further knowledge about safe use of digital equipment at home. A far lower proportion among men than women think they need extra training.

Children and digital home school

Families are more “digitally social”: With the corona pandemic, many people spend much of their time at home. Hence, it is believed that children and adolescents will increase their use of digital media for entertainment and communication purposes at home. Among families with children living at home, 33% believe that the family has become more digitally social with each other during the crisis than before.

Children use more social media for communication: At the same time, 52% feel that their children spend more time communicating and socializing with friends through social media than before the corona crisis.

Low pressure on digital purchases: Even with increased digital use, only 13% experience increased pressure from children to buy or subscribe to online services, games, apps and the like during the crisis period.

Digital trumps non-digital: Plenty of home and indoor time means that for many children digital media becomes tempting. As many as 42% of parents agree that it is demanding to get children involved in non-digital activities during the corona crisis.

Half of young children are major users of digital media during the day: The challenge of having children at home, especially those under school age, is to quickly establish routines for activating these children. Resorting to digital entertainment can be seen as an easy way out. The survey shows that almost half (45%) of those with young children state that their children to a large extent use digital services to entertain themselves during day-time.

Schoolchildren master home school well: When the corona measures were introduced, schoolchildren immediately had to move home and establish home schooling routines. The vast majority of parents/guardians (75%) feel that the children master schoolwork from home in a good way. For 21%, the degree of mastery depends on which child it is, while only 4% feel that their children do not master schoolwork from home.

Many schoolchildren use the household's private digital equipment: There can be variation in the type of digital equipment each school or municipality offers its students for home use. The survey shows that 49% of the children use the school's PC/tablet at home, while 32% use the household's private equipment, and 17% use both.

Technical solutions work well for home schooling: The experience of how the technical solutions work can depend on many factors. In general, most parents/guardians (80%) feel that the technical home school solutions work well. 16% say it depends on the child, while only 4% think the solutions work poorly.

Half need parental support for digital home schooling: With the transition to digital home schooling, children may need support from parents/guardians for installation, use, or troubleshooting along the way. 45% claim that one or more of the children need such help, while 55% say that their children manage well without.

Digital service consumption at home

Increased e-commerce activity during the corona crisis: The use of a number of digital services has increased following the corona crisis, because people spend more time at home and digital services are recommended as an infection control measure. 21% have increased their e-commerce purchasing, followed by increased online banking (15%), online public services (13%), online health services (8%), online food ordering (8%) and the use of platforms for used goods and sharing services (6 %).

Public authorities' websites have become popular: It is also believed that the need for information has increased sharply during the virus crisis. The survey shows that 56% use online newspapers more now than before the corona measures, and 42% use public authorities' websites more than usual. In addition, 36% have increased the use of social media for consuming news and information during the corona crisis.

Drastic increase in streaming of movies and series: With reduced opportunities for consumption of leisure and entertainment activities outside the home, digital options have become popular. The most significant increase can be seen for streaming of films and series, where 43% have increased their consumption compared to before the corona crisis. In addition, 20% stream more music during the crisis and 6% stream audio books to a greater extent than before.

Increased streaming of cultural events and training guidance: Web-based "live" entertainment, such as concerts and cultural events, have flourished during the crisis, and 18% have increased consumption of online live entertainment after the corona measures, while only 3% have "visited" virtual museums or art exhibitions. Consumption of online teaching and training has also increased (15%) in the wake of the crisis. Furthermore, 15% use various types of digital training guidance and inspiration to a greater extent than before the crisis.

Increase in digital gaming: For many, digital gaming can be a good source of recreation in a daily life with major limitations, while gambling addicts may relapse. The survey shows that 15% have increased their digital gaming activity following the corona measures, but only 1% have increased the consumption of digital gambling services.

More social with social media: The corona crisis has provided room for more online social contact. Social media platforms have now become essential for many to maintain social contact. 44% are more social with friends and acquaintances during the corona crisis, 42% are more social with family, while 32% are more social with colleagues.

One in five have crowdfunded during the crisis: Through "live" online entertainment, many artists hope for voluntary contributions from their audiences. Sports teams, associations and small local businesses also need extra support during the crisis. The survey shows that 19% of households have contributed money for various purposes through crowdfunding in the first phase of the corona epidemic.

Increase in streaming and "plus" subscriptions: Although many households already have different types of digital subscriptions, the survey shows that 15% have

subscribed to one or more new streaming/plus services after the corona measures, with most (9%) subscribing to new video-based streaming services, and also most among the youngest.

Digital dependency and vulnerability

In recent years, the need for digital access at home has been amplified with the increasing digitalisation of private and public sector. With the corona crisis, this need has accelerated further.

Digital services simplifies “corona life”: The survey shows that 72% believe that digital services facilitate and simplify the everyday life of the household during the corona crisis, and a slightly larger proportion of women than men believe this.

Digital needs create digital dependency: Digital services prove to be both convenient and necessary. Increasing use of digital services (and fewer analogue options), also increase digital dependency. In the survey, 65% agree that they depend on digital equipment and network services during the crisis.

Collapse in network access would create problems for many: With increased digital dependence, there it is likely that a loss of network connection would be perceived as problematic for many, which is confirmed by 72% in the survey, and among a larger proportion of women than men.

Decent digital literacy, but the elderly are more uncertain: Comprehensive digital competence is also required to handle and utilize digital services. The vast majority in the survey (82%) believe that the household has sufficient digital expertise to manage and benefit from the online services offered during the crisis period, with a slightly lower proportion among older people.

The digital divide can increase during the corona crisis, says half of the respondents: One societal challenge in the face of rapid digitization is the potential for a further digital divide. In a crisis situation such as this, which requires rapid digital transformation, different social/demographic groups will handle digital challenges differently. In the survey, 51% agree that the responsibility placed on households to handle everyday life digitally, can increase the digital divide in the population.

Need for digital preparedness plan at home: As a result of increased use and dependence on digital services, the question arises how “digitally” well prepared Norwegian households are in this type of crisis situation. When the government encourages or demands that the population should stay at home, it implies an expectation that the household also should master everyday life with a significant degree of "digital self-sufficiency". While companies/organizations have emergency plans and risk assessments, this does not exist for Norwegian homes. Thus, in the survey, 58% agree that public authorities should draw up a "digital preparedness plan" for Norwegian households, which prescribes the kind of digital equipment, services and security rules that are necessary to operate safely during longer crises – and what the authorities should take responsibility for.

Contact-tracing app

Prior to the launch of a contact-tracing app in Norway, there has been some debate in the media about this. It is estimated that 60% of the population must download and use such an app for it to provide the desired effect. The questions about this type of app in the survey were asked before the app was named "Smittestopp" and before the launch of the app itself.

A majority are positive to a contact-tracing app: 53% of the respondents are positive to the launch of a contact-tracing app in the population, and 32% of these are very positive. At the same time, 32% are neutral or uncertain, while 15% are negative. There is a somewhat higher proportion among men and young people that are negative.

Around half will download the app: 45% (as of April 7, 2020) say that they want to download the contact-tracing app, and a slightly larger proportion of women. There are fewest in the age group 70-80 that would like to download the app.

One in three are concerned about privacy and surveillance: 34% are concerned about privacy and surveillance with such a contact-tracing app, while 38% are not concerned. 19% are indifferent (neither/nor), while 9% are uncertain. There seems to be a tendency that men are more concerned about privacy and surveillance than women.

The central position of the home

When the extensive corona measures were introduced in Norway, everyone had to "stay home". This shows that the idea of *the home* as one of society's most central institutions remains strong. During this crisis, the family/household has also been seen as special, in the sense that it is exempted from the normal infection control requirements that apply outside the home. At the same time, it is expected that the home should be the central navigation and crisis coordination unit for the population. But the political idea of the ideal functioning of the home in times of crisis also problematizes issues such as not having a home, having more homes, who constitute a household, whether the home can be defined as a "safe" unit for all (cf. violent homes), and whether the home is "digitally prepared" to deal with such extensive crises.

The digital premise

Therefore, in addition to the home's special position during the corona crisis, digital infrastructure and services have been seen as crucial to the functioning of home and society. The great advantage of the digital home is that restrictions on location and proximity become less relevant. Citizens/consumers do not have to be physically present to perform actions/activities in different arenas. However, this entails expectations that the home should have sufficient and secure enough broadband and Internet capacity to serve the new requirements for functionality and service

management. In addition, home and family members must have sufficient general expertise and personal resources to handle digital work, school, information, entertainment, commerce and a host of other services. However, we know that both access to broadband and the Internet, and digital expertise, vary widely among households (but also internally in the household), as well as among social and demographic groups. These differences will determine how digitally well-equipped Norwegian homes are in terms of handling the corona crisis – and other similar crises – with the home as a base.

The figures from this survey show how encompassing the “digital corona life” has been for the Norwegian population. It also shows how well the population has managed in dealing with a wide variety of digital services, and at the same time it reveals how vulnerable the population is if digital infrastructure and digital services were to fall out over a longer period of time in a crisis situation.

1. Innledning

Koronaepidemien har over natten endret nordmenns hverdagsliv, spesielt i perioden etter at de svært strenge og omfattende koronatiltakene ble innført med virkning fra 12. mars 2020¹. Disse tiltakene påvirker alle samfunnsarenaer og har stor innvirkning på innbyggernes personlige frihet, hverdagsliv og hvordan samfunnet fungerer. Det er spesielt stengingen av barnehager, skoler og utdanningsinstitusjoner som har medført svært merkbare endringer i hverdagen for mange familier. Dette betyr at foreldre har måttet holde seg hjemme for å støtte barna i hjemmeskole-undervisningen.

Samtidig har et stort antall arbeidstakere blitt permittert, mens andre har blitt beordret hjem til et mer eller mindre provisorisk hjemmekontor. Selv om en del arbeidstakere har erfaring med hjemmekontor kan dette være helt nytt for andre – og både utstyr og rutiner må på plass. I tillegg har organisert treningsaktivitet og en rekke kultur-, idretts- og underholdnings-arrangementer blitt stengt. For mange betyr dette at alternative arrangementer og aktiviteter må gjennomføres eller konsumeres hjemmefra. Smitterisikoen og smitteverntiltakene har dessuten ført til at mange etter eget ønske holder seg hjemme. Hjemmet blir dermed sett på som en «trygg havn» i en periode med usikkert farvann. Dette understrekes også av myndighetene som ønsker at folk skal holde seg mest mulig hjemme.

I en periode² har heller ikke fritidsboliger vært tilgjengelige for befolkningen, selv om mange ser på dette som en forlengelse av, eller integrert del, av hjemmet sitt. Med andre ord er ikke nødvendigvis den folkelige forståelsen av «hjemme» knyttet til ett fysisk sted, men heller til en forståelse av tilhørighet – hvor man «hører hjemme» (Morley 2000). Dette kan være tilhørighet til familien, til et kulturelt fellesskap, til et fysisk sted eller til en kombinasjon av ulike fysiske steder. Blant annet kan nettopp fritidsboligen være en naturlig forlengelse av hjemmet for mange som bor i trange leiligheter i tettbebygde bystrøk. I en krisesituasjon som nå kan det være problematisk å forene den folkelige forståelsen av hjemmet med de politiske føringene som ser på hjemmet som ett fysisk sted.

Felles for alle disse endringene er at store deler av befolkningen må tilbringe store deler av dagen i eget hjem – i en uoverskuelig periode. Et annet fellestrekk er at for å kunne fungere i hverdagen med hjemmet som base, så forutsetter det at husstanden er koplet til verden utenfor. I dag gjøres dette med digitale midler; bredbåndsinfrastruktur og mobilnett, datamaskiner og mobiltelefoner, og et mangfold av digitale tjenester for informasjon, kommunikasjon, arbeid/skole, handel og offentlige tjenester, samt fritidsaktiviteter og underholdning.

I denne rapporten ser vi på hvordan norske husstander har håndtert koronakrisen etter at de omfattende tiltakene ble innført i midten av mars 2020, og eventuelle endringer i bruken av digital teknologi og tjenester i hjemmet.

¹ <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/nye-tiltak/id2693327/>

² Forbudet mot å oppholde seg i fritidsboliger ble opphevet 20. april 2020.

1.1 Data og utvalg

Undersøkelsen som beskrives og analyseres i denne rapporten ble gjennomført som en survey-undersøkelse av Norstat for SIFO/OsloMet i perioden 1. til 7. april 2020. Utvalget er hentet fra Norstats webpanel og trukket tilfeldig blant panelmedlemmene i alderen 18-80 år. Totalt 1000 respondenter har svart på undersøkelsen. For å sikre et mest mulig landsrepresentativt utvalg har Norstat først gjort stratifiserte uttrekk, deretter er det responderende utvalget vektet på kjønn, alder og bosted. I og med at et webpanel benyttes er det kun de med tilgang til internett som kan delta i undersøkelsen. I dag har imidlertid stort sett alle i aldersgruppen 18 til 80 år tilgang til internett, selv om andelen blant de eldste er noe lavere (Slette-meås et al. 2018a). Tall fra SSBs Norsk Mediebarometer fra 2018 (Schiro 2018) viser at 98% av befolkningen har tilgang til internett, og at dette varierer mellom 98-100% i alderen 18 til 66 år. I aldersgruppen 67-79 år er andelen 94%.

I utvalget har 4% grunnskole, 36% videregående utdanning, 67% universitets-utdanning og 3% annet. I SSBs tall for 2018³ har 26% grunnskole, 37% videregående utdanning, 34% universitetsutdanning, og 3% annet. Dermed er de med høyere utdanning noe overrepresentert i utvalget sammenlignet med den norske befolkningen.

I utvalget er det videre 60% som er sysselsatte, 10% som studerer, 17% som har gått av med pensjon, mens 14% er hjemmeværende, i permisjon eller trygdet. I SSBs tall for 2018⁴ er 63% sysselsatte, mens 7% studerer, 16% er pensjonert, og 14% er hjemmeværende, i permisjon eller trygdet. Her samsvarer andelen godt mellom utvalget og SSBs tall.

I utvalget bor de fleste i en husstand med flere personer uten barn (39%), etterfulgt av husstander med hjemmeboende barn (32%), der 29% har hjemmeboende barn under 18 år. Det er 21% som bor alene, mens 8% har andre boformer. I SSBs tall fra 2016⁵ bor 35% i husstander med flere personer uten barn, 32% bor i husstander med hjemmeboende barn under 17 år, mens 38% bor alene. Dermed er spesielt de som bor alene underrepresentert i utvalget sammenliknet med den norske befolkningen.

I rapporten presenteres bivariate frekvensfordelinger med bakgrunnsvariablene kjønn og alder. I fremstillingen av resultater benytter vi hovedsakelig figurer men også enkelte tabeller. Vi kommenterer primært forskjeller som viser variasjoner av betydning. I kapittel 3 og 4 er N lav, og det er derfor vanskelig å si noe sikkert om eventuelle forskjeller på kjønns- og aldersvariablene, men vi kan se tendenser i materialet.

1.2 Internett og trådløst nettverk

I surveyen ønsket vi først å avdekke hvor mange som har internetttilgang gjennom bredbånd i hjemmet. Gitt at surveyen besvares av respondenter rekruttert fra et web-

³ <https://www.ssb.no/utniv/>

⁴ <https://www.ssb.no/arbeid-og-lonn/statistikker/arbstatus>

⁵ <https://www.ssb.no/befolkning/statistikker/familie/aar/2016-10-28>

panel, må respondentene nødvendigvis ha tilgang til internett (enten fra PC, nettbrett eller smarttelefon) for å kunne avgi besvarelse. Vi spurte likevel om hvor mange som har tilgang til «bredbåndsinternett» hjemme, med antakelse om at de aller fleste ville svare ja. Her varierer dog besvarelsene, noe som kan skyldes misforståelse rundt hva bredbåndsinternett er. Blant annet svarer 84% av 18-29-åringene at de har tilgang til dette, mens 94% av 70-80-åringene sier det samme. Vi tillegger derfor ikke akkurat disse besvarelsene betydning.

Tall fra SSB fra 2019⁶ viser at 97% av befolkningen nå har bredbånd hjemme og 98% har tilgang til internett. Hvis vi ser kun på barnefamilier viser SSB-tallene at 100% har bredbånd og internett hjemme. Det er noe forskjell på inntekt når det gjelder bredbåndstilgang. For husholdninger med samlet nettoinntekt under 300 000,- har 93% bredbånd, mens 97% har bredbånd i inntektsintervallet 300-600 000,-. Der husholdsinntekten overstiger 600 000,- har 100% bredbånd og internett. Det er de eldste innbyggerne som har den laveste andelen med internett hjemme. Ser vi på SSBs Norsk Mediebarometer fra 2018 (Schiro 2018), viser tall på individnivå at internetttilgangen er lavest blant de i alderen 67-79 år (94%), blant de som kun har utdanning fra ungdomsskole (95%), blant de som bor i spredtbygde strøk (97%), og blant de som er bosatt i Nord-Norge (96%). Disse kartleggingene viser at internetttilgangen i Norge er høy.

Andre studier viser at andelen med tilgang til bredbånd og internett hjemme er lavere blant de eldste, spesielt i gruppen over 80 år. Men denne gruppen fanges sjeldent opp i tradisjonelle survey-undersøkelser (Slette-meås 2014). Selv om gruppen ikke er så stor totalt sett, så har likevel manglende internetttilgang betydning for de det gjelder. En SIFO/OsloMet-studie⁷ fra 2018 (Slette-meås et al. 2018a) viste at blant eldre i alderen 61 til 100 år, har 87% tilgang til datamaskin eller nettbrett med internett hjemme, mens 89% har tilgang til internett gjennom enten datamaskin, nettbrett eller smarttelefon. Samtidig viser undersøkelsen store forskjeller mellom de eldre. I alderen 61-70 år har 94% tilgang til PC med internett, 71% nettbrett med internett og 83% smarttelefon med internett. For den eldste gruppen 81-100 år, har derimot kun 68% tilgang til PC med internett, mens 44% har nettbrett med internett og 47% smarttelefon med internett.

I surveyen som rapporteres her, har vi videre sett på andel som har trådløst nettverk (wifi) i hjemmet og hvor mange som har passordbeskyttelse på dette nettverket.

Tabell 1-1: Spørsmål: Benytter din husstand trådløst nettverk (wifi)? Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent, 2018 (N=1000).

	Totalt	Mann	Kvinne	18-29 år	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60-69 år	70-80 år
BASE	1000	508	492	211	179	182	173	144	111
Ja	97%	98%	97%	99%	96%	96%	98%	97%	99%
Nei	2%	2%	3%	1%	3%	4%	2%	3%	1%
Vet ikke	0%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	0%	0%

⁶ <https://www.ssb.no/statbank/table/11000/>

⁷ Basert på en befolkningssurvey fra 2018, gjennomført av Norstat (på telefon)

Tabell 1-1 viser at 97% av respondentene har et trådløst nettverk hjemme (noe som indikerer at minst 97% må ha tilgang til internett). Dessuten er trådløs-tilgangen relativt jevnt fordelt på kjønn og alder.

Tabell 1-2: Spørsmål: Er trådløstnettverket passordbeskyttet? Blant de med trådløst nettverk hjemme. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent, 2018 (N=973).

	Totalt	Mann	Kvinne	18-29 år	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60-69 år	70-80 år
BASE	973	495	478	208	172	175	168	139	110
Ja	97%	96%	97%	99%	98%	96%	96%	96%	91%
Nei	1%	2%	1%	1%	1%	2%	1%	1%	2%
Vet ikke	2%	2%	2%	0%	1%	1%	3%	4%	8%

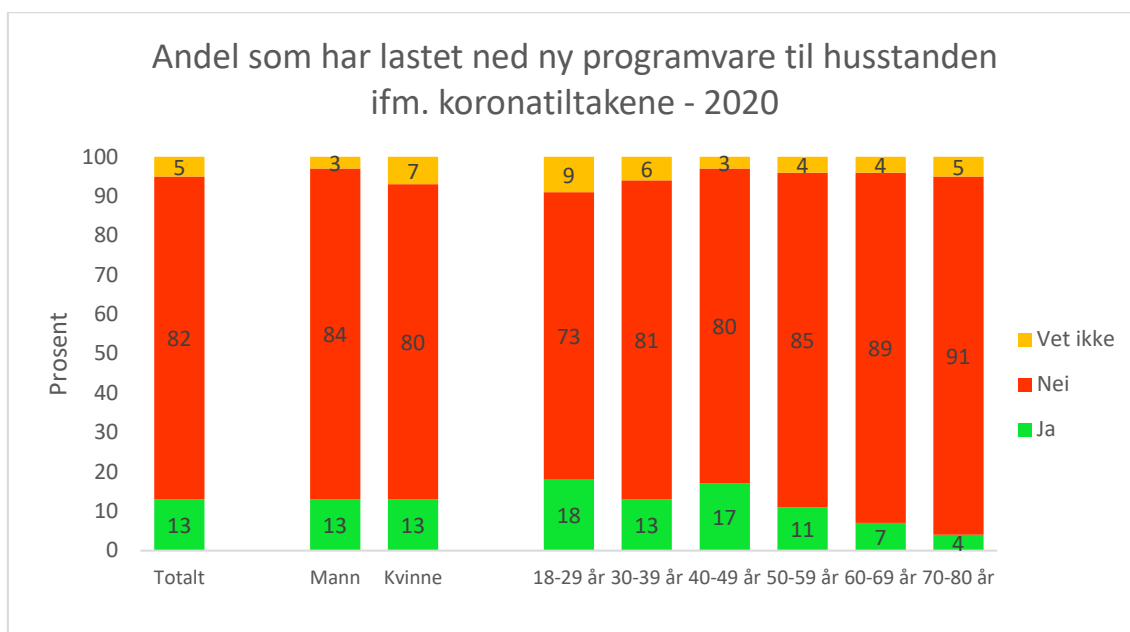
Tabell 1-2 viser at blant de med trådløst nettverk (97% av 1000 resp.) er det 97% (av 973 resp.) som hevder å ha passordbeskyttet nettverket. I den eldste gruppen 70-80 år, er det 91% som hevder å ha slik passordbeskyttelse, men her 8% usikre. Under koronakrisen er «alle» hjemme og svært avhengige av at internett, det digitale utstyret, og dermed tilgangen til nødvendige tjenester fungerer som det skal. Det er derfor helt nødvendig at nettverket hjemme er beskyttet slik at det ikke kan misbrukes av andre utenfor hjemmet.

2. Digital rigging av hjemmet etter koronatiltakene

Da koronakrisen rammet Norge og de strenge tiltakene ble innført 12. mars 2020, ble en stor andel av befolkningen pålagt eller oppfordret til å arbeide eller studere hjemmefra for å hindre bevegelse i befolkningen og redusere smittespredningen. Som alternativ til fysisk tilstedeværelse skulle man koples på verden med hjemmet som digitalt kommunikasjons- og arbeidssenter.

For å få til dette er digitale løsninger sentrale, spesielt bruken av ulike typer hjemmekontorløsninger. I og med hjemmeorienteringen er det naturlig å tenke seg at mange husstander ville ha behov for å laste ned ny programvare, eller gå til innkjøp av nytt digitalt utstyr. Medieomtaler kort tid etter de første tiltakene peker mot at omsetningen av visse typer elektronikk økte i denne perioden. Det ble meldt om opptil 400% salgsøkning for utstyr til hjemmekontoret, slik som PC-skjermer, PC-mus, tastatur, hodetelefoner, webkamera og docking-stasjoner⁸. Samtidig har prisene på de samme varene økt pga stor etterspørsel⁹. Nedenfor ser vi nærmere på hvordan respondentene forholdt seg til slike anskaffelser, og til deres opplevelser av risiko og økt bruk av internett i perioden.

2.1 Lastet ned ny programvare til husstanden



Figur 2-1: Spørsmål: Har du eller noen i din husstand lastet ned ny programvare som dere har behov for i forbindelse med de nye koronatiltakene? Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent, 2018 (N=1000).

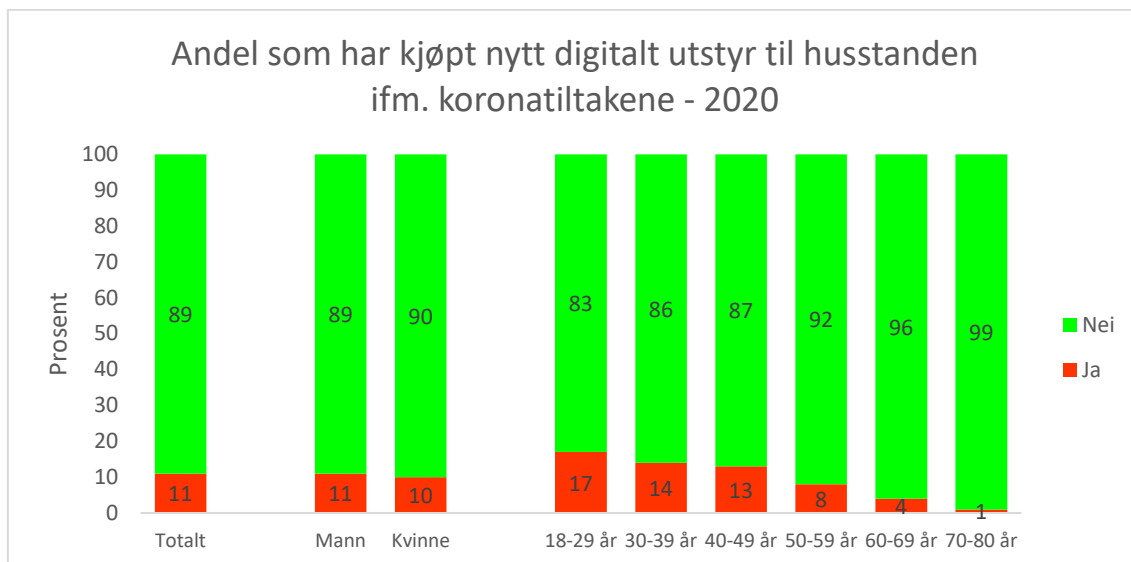
Figur 2-1 over viser at 13% har lastet ned ny programvare til husstanden i forbindelse med koronatiltakene som ble innført mars 2020. Det er en noe større andel blant de

⁸ <https://www.tek.no/nyheter/nyhet/i/1nb3aK/power-snart-utsolgt-for-hjemmekontor-utstyr>

⁹ <https://www.nrk.no/vestfoldogtelemark/sa-mye-dyrere-har-hjemmekontoret-blitt-1.14960115>

under 50 år enn de over som har gjort dette. Mens 18% i alderen 18-29 år har lastet ned ny programvare, har kun 4% i alderen 70-80 år gjort dette. Vi kan anta, ut ifra spørsmålsstillingen, at dette er programvare man ser på som nødvendig gitt den nye livssituasjonen med koronatiltak.

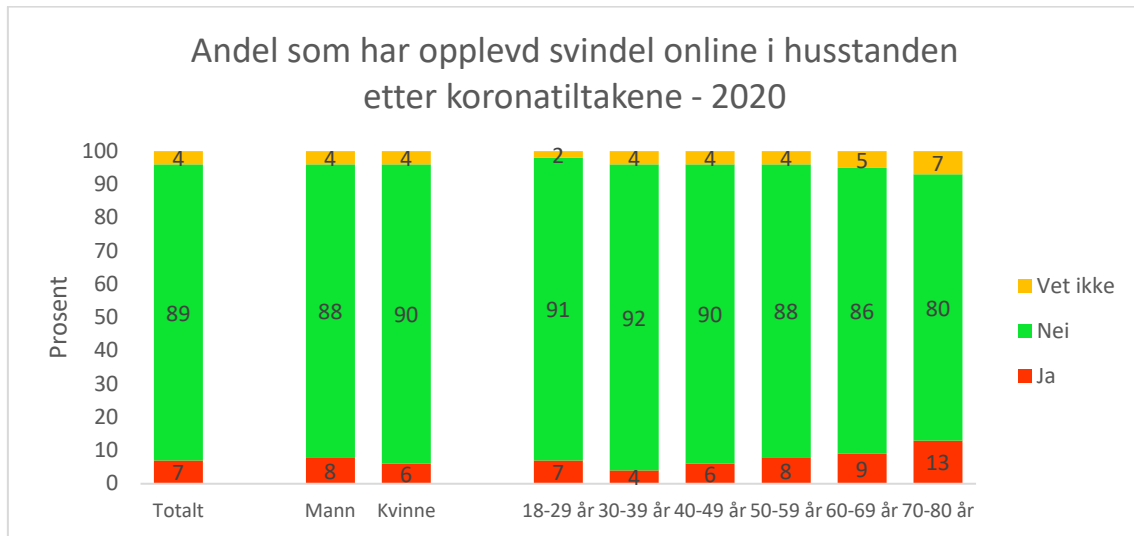
2.2 Kjøpt nytt digitalt utstyr til husstanden



Figur 2-2: Spørsmål: Har du eller noen i din husstand kjøpt inn nytt digitalt utstyr som dere har behov for i forbindelse med de nye koronatiltakene (som dere ellers ikke ville kjøpt)? Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent, 2018 (N=1000).

Figur 2-2 viser at 11% har kjøpt inn nytt digitalt utstyr til husstanden, spesifikt rettet mot behov som har oppstått i forbindelse med de nye koronatiltakene. Her er andelen størst blant dem mellom 18-29 år (17%). Innkjøpsivoren faller med alder, og blant 60-69-åringene har kun 4% investert i nytt utstyr, og blant 70-80-åringene har kun 1% gjort det samme.

2.3 Opplevd digital svindel hjemme



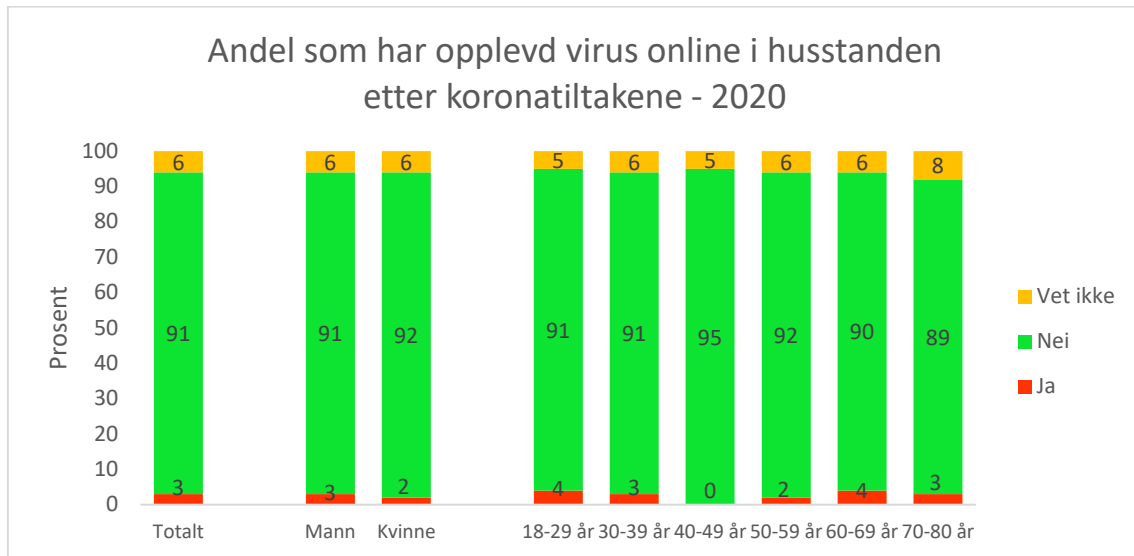
Figur 2-3: Spørsmål: Har du eller noen i din husstand i perioden etter koronatiltakene opplevd svindel ved bruk av internett og digitalt utstyr hjemme? Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent, 2018 (N=1000).

Ser vi på online svindel, som kan ta mange former, er det 7% som hevder å ha opplevd dette i husstanden. Her kan det være noe uklart om de faktisk har blitt svindlet eller kun blitt eksponert for svindelforsøk. Vi ser videre at det er flest i de eldste aldersgruppene som har opplevd slik svindel – hele 13% i alderen 70-80 år har opplevd dette. Det er også her flest som er usikre (7%). Dette stemmer overens med det generelle bildet av at eldre i større grad enn yngre blir utsatt for svindel¹⁰.

¹⁰ <https://forskning.no/markedsforing-forbruk/eldre-som-bli-svindlet-regner-og-husker-darligere-enn-andre/351443>

<https://www.politiet.no/aktuelt-tall-og-fakta/aktuelt/nyheter/2020/03/20/kriminelle-utnytter-koronaepidemien/>

2.4 Opplevd digitale virus hjemme

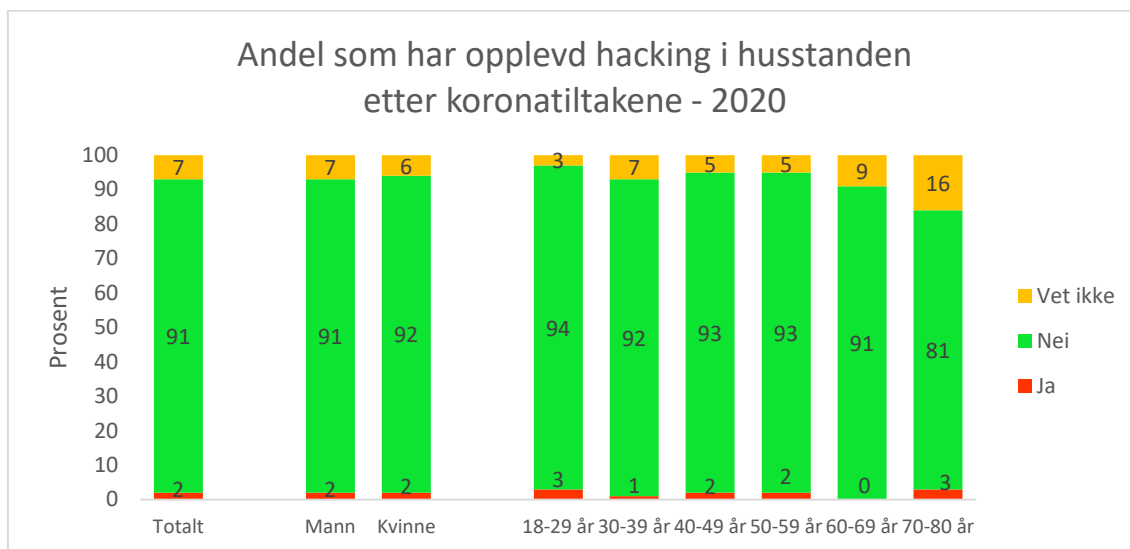


Figur 2-4: Spørsmål: Har du eller noen i din husstand i perioden etter koronatiltakene opplevd virus ved bruk av internett og digitalt utstyr hjemme? Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent, 2018 (N=1000).

Ser vi på hvorvidt husstandene har opplevd virus digitalt er det en liten andel på 3% som har opplevd dette på hjemmebane (figur 2-4). Vi vet lite om hva slags type virusangrep som oppleves og hvor alvorlige disse er. Også her er det flest blant de eldste som er usikre.

2.5 Opplevd digital hacking hjemme og ID-tyveri

I mediene har det vært rapportert at bedrifter, institusjoner og privatpersoner under koronapandemien i større grad kan oppleve cybersikkerhets-trusler, fordi kriminelle vet at mange flyttes fra sikre systemer i bedrifter/institusjoner til langt mer usikre systemer i private hjem¹¹. Det heves også at økningen i cyberangrep har vært enorm under pandemien¹².



Figur 2-5: Spørsmål: Har du eller noen i din husstand i perioden etter koronatiltakene opplevd hacking ved bruk av internett og digitalt utstyr hjemme? Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent, 2018 (N=1000).

Av figur 2-5 ser vi at svært få rapporterer at de har opplevd hacking av utstyr/ systemer i husstanden under koronakrisen. Det er 2% som hevder de har opplevd dette, men her kan det være store mørketall, ettersom mange hackerangrep kan være vanskelig å oppdage. Også her er det flest usikre blant de eldste.

I tillegg spurte vi om respondentene hadde opplevd ID-tyveri i husstanden under koronakrisen. ID-tyveri kan gi alvorlige konsekvenser over lang tid for den som utsettes for dette. Selv om undersøkelser viser en nedgang i antall ID-tyveri her til lands¹³, kan nettopp en krisesituasjon som koronaepidemien gjøre at denne type kriminalitet igjen blusser opp. Tallene fra surveyen viser likevel at i underkant av 1% har opplevd ID-tyveri i etterkant av koronatiltakene 12. mars og frem til surveyen ble avsluttet 7. april 2020.

¹¹ <https://www.digi.no/artikler/slik-bruker-hackere-koronavirus-frykten-til-a-spre-skadevare/487347>

<https://www.digi.no/artikler/statssponsored-hackere-angriper-mal-med-e-poster-om-koronavirus/487512>

¹² <https://www.noroff.no/nyheter/it-sikkerhet/955-en-enorm-okning-i-cyberangrep-under-covid-19>

¹³ <https://www.pengenytt.no/antall-personer-utsatt-for-id-tyveri-er-kraftig-redusert/>

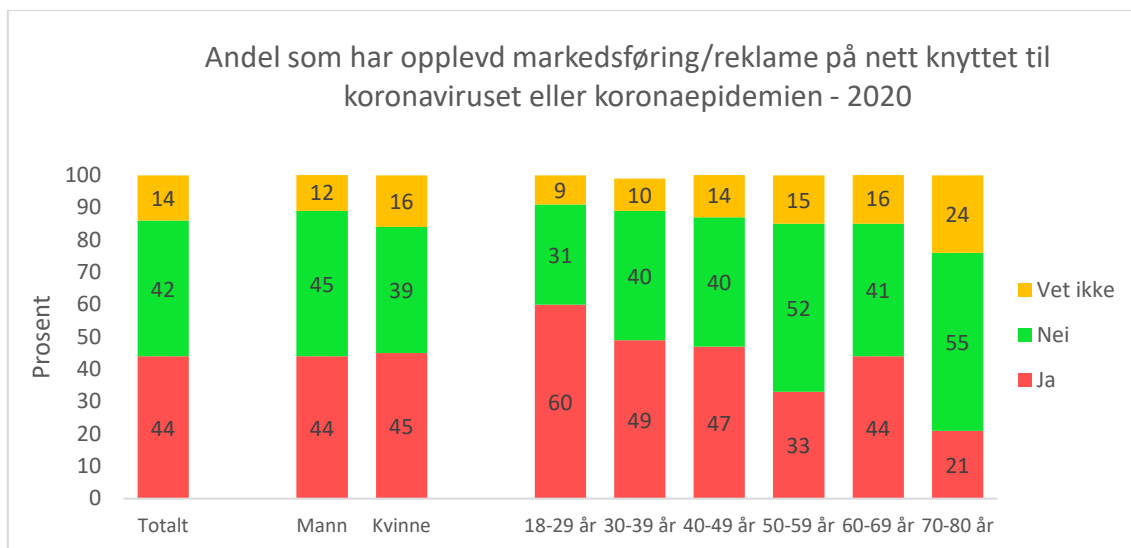
2.6 Opplevd markedsføring på nett knyttet til koronaepidemien

Da koronaviruset slo til ble mye av markedsføringen dreid direkte eller indirekte mot viruset og epidemien. En del av dette har vært markedsføring som spiller på forbrukernes frykt for viruset, slik Forbrukertilsynet har fått klager og reagert på¹⁴. I tillegg har mange aktører dreid fokuset i markedsføringen mot egen virksomhet som sentral for håndteringen av krisen, og da spesielt dagligvareaktører og banker (enten enkeltvis eller som bransje). I reklamekampanjer på internett, fjernsyn og papiraviser fremstilles de seg selv som kritiske tjenesteleverandører, ansvarlige samfunnsaktører og/eller formidlere av myndigheters smittevernråd (jf. bildet under).



Foto: Diverse helsides utklipp av annonser fra papirutgavene til Aftenposten og Tønsbergs Blad i perioden 23. mars til 18 april 2020. Kilde: SIFO/OsloMet.

¹⁴ <https://www.nrk.no/norge/forbrukertilsynet-hardt-ut-mot-korona-profitorene--de-spiller-pa-frykt-1.14980528>

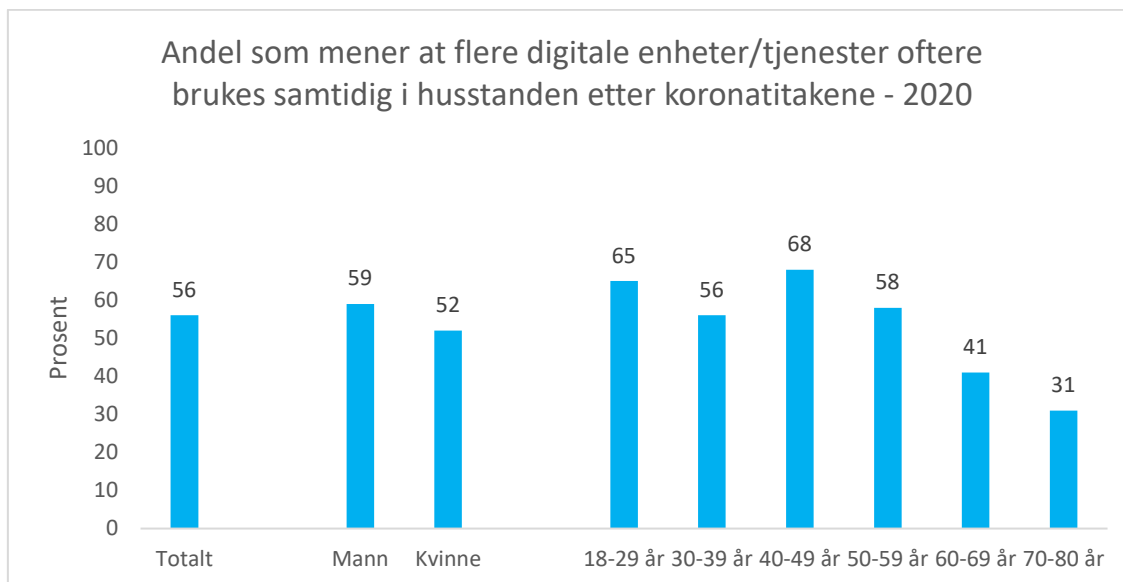


Figur 2-6: Spørsmål: Har du for tiden opplevd markedsføring/reklame på nett knyttet til koronaviruset eller koronaepidemien mer generelt? Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent, 2018 (N=1000).

Blant respondentene i denne studien har 44% opplevd markedsføring fra ulike kilder på internett knyttet til koronaviruset eller koronaepidemien mer generelt (figur 2-6). Det er i større grad yngre enn eldre som har opplevd denne type markedsføring. Dette kan enten skyldes at de i større grad benytter internett og dermed er mer eksponert for reklame, eller at de er mer oppmerksomme på denne type budskap. Det er 60% i alderen 18-29 år som har opplevd «koronareklame», mot 47% i alderen 40-49 år og 21% i alderen 70-80 år. Det er størst andel i sistnevnte gruppe som er usikre (24%).

2.7 Mer samtidig bruk av digitale tjenester hjemme

En antakelse når «alle» trekker hjem, er at behovet for informasjon, kommunikasjon, underholdning og forskjellige typer arbeid gir et større samtidig trykk på digitalbruken. Medlemmene i husstanden, som tidligere har utført enten analoge eller digitale oppgaver utenfor hjemmet, må nå gjøre dette hjemme.

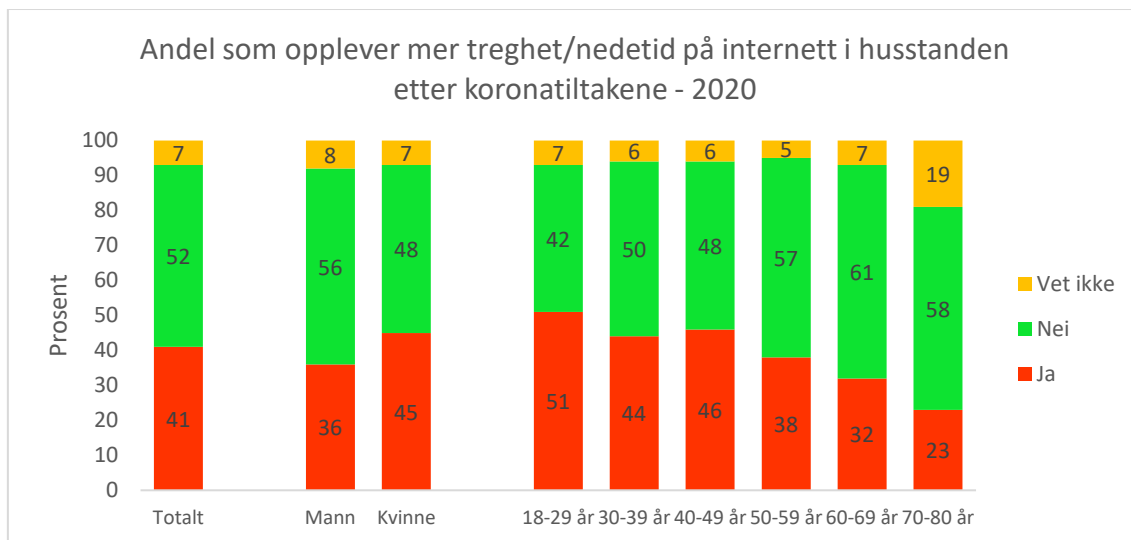


Figur 2-7: Spørsmål: Brukes flere digitale enheter og tjenester (som PCer, nettbrett, Netflix, Youtube, etc) samtidig hjemme nå under koronatiltakene enn tidligere? Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent, 2018 (N=1000).

Av figur 2-7 ser vi at denne antakelsen stemmer godt med tallene fra surveyen. Hele 56% hevder at flere digitale enheter og tjenester i større grad benyttes *samtidig* i hjemmet enn tilfellet var før koronatiltakene. Det er en noe større andel menn (59%) enn kvinner (52%) som hevder dette, og det er en tendens til at den samtidige bruken faller noe med alder. I alderen 40-49 år er det flest (68%) som hevder at den samtidige bruken har økt, mens det er færrest i alderen 70-80 år (31%).

2.8 Opplevd treghet/nedetid digitalt hjemme

En utfordring husstanden kan oppleve, som følge av at flere i familien går over til «digitalt modus», er at økt bruk av digitale tjenester kan gi treghet i nettforbindelsen eller nedetid for datasystemer.



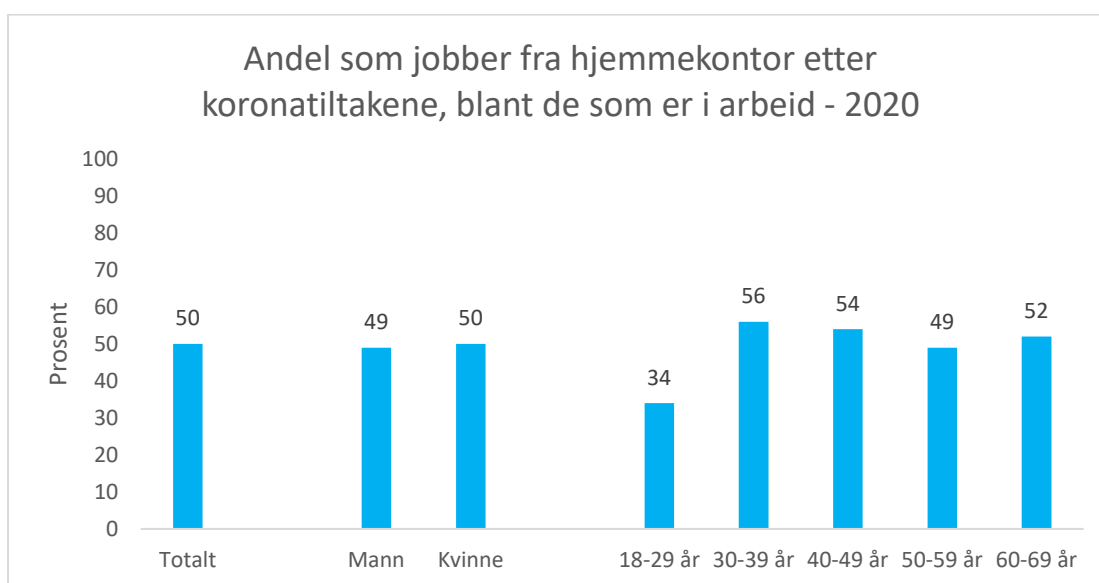
Figur 2-8: Spørsmål: Opplever du eller noen i din husstand mer treghet/nedetid på internett nå etter koronatiltakene, enn tidligere? Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent, 2018 (N=1000).

Vi ser av figur 2-8 at hele 41% opplever økt treghet/nedetid på internett nå etter koronatiltakene. Dette er en relativt stor andel, selv om vi ikke vet hvilke konsekvenser dette får for de som opplever det. For de fleste vil treghet/nedetid kun gi midlertidig irritasjon, men dersom bruken av mer kritiske tjenester blir påvirket – og vedvarer over tid – kan det være mer alvorlig.

3. Digitalt hjemmekontor

En sentral endring i forbindelse med innføringen av de strenge koronatiltakene 12. mars 2020 var den umiddelbare nedstengingen av en del bedrifter/sektorer. For mange medførte dette at alt (eller deler av) arbeidet nå måtte utføres hjemmefra. Mens noen ble pålagt å jobbe hjemmefra, ble andre sterkt oppfordret til å etablere hjemmekontor. Denne endringen skjedde uten en naturlig overgangsfase – det skjedde umiddelbart. Dermed var det mange som på kort tid måtte omstille seg og ta med eksisterende kontorutstyr eller gå til innkjøp av nytt. Nedenfor ser vi på hvordan befolkningen har erfart og håndtert endringen til digitalt hjemmekontor.

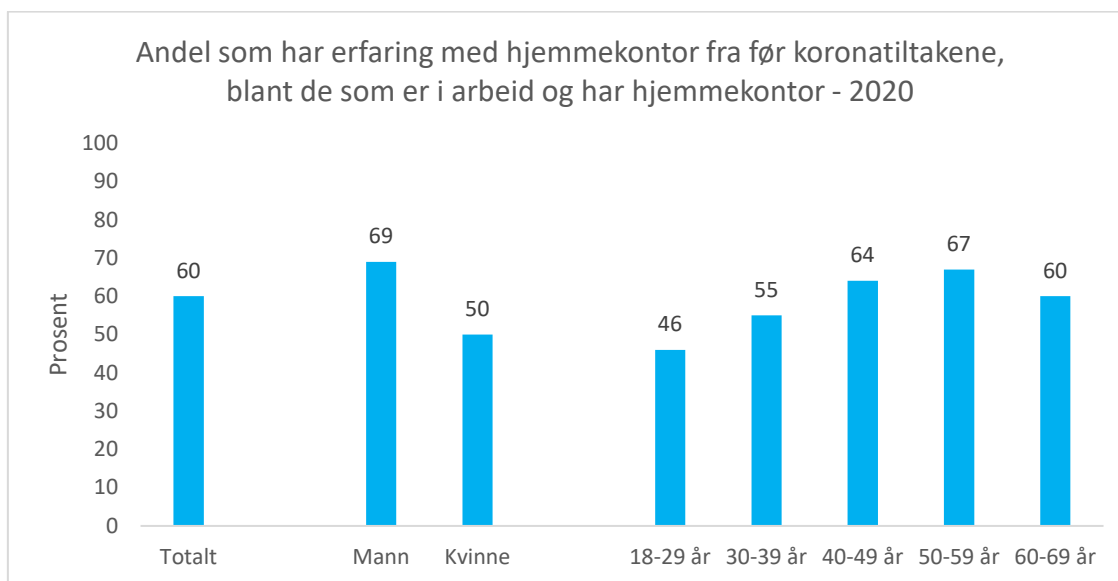
3.1 Jobber fra hjemmekontor etter koronatiltakene



Figur 3-1: Spørsmål: Jobber du fra hjemmekontor nå etter koronatiltakene? Blant sysselsatte, andel som svarer «ja» på spørsmålet. Prosent, 2018 (N=596).

Figur 3-1 viser andelen av de spurte som er i arbeid, og som nå sier de har gått over til en situasjon med hjemmekontor etter at koronatiltakene ble innført. Kartleggingen viser at halvparten av de sysselsatte nå jobber med hjemmekontorløsninger, og at dette er tilnærmet likt fordelt på kjønnsvariabelen. Ser vi på alder, er det de yngste som i minst grad har hjemmekontorløsning (34% blant 18-29-åringene), mens aldersgruppene fra 30-årene og oppover har hjemmekontor nært totalen for befolkningen. Til og med blant 60-69-åringene jobber 52% nå fra hjemmekontor.

3.2 Erfaring med hjemmekontor fra før koronatiltakene



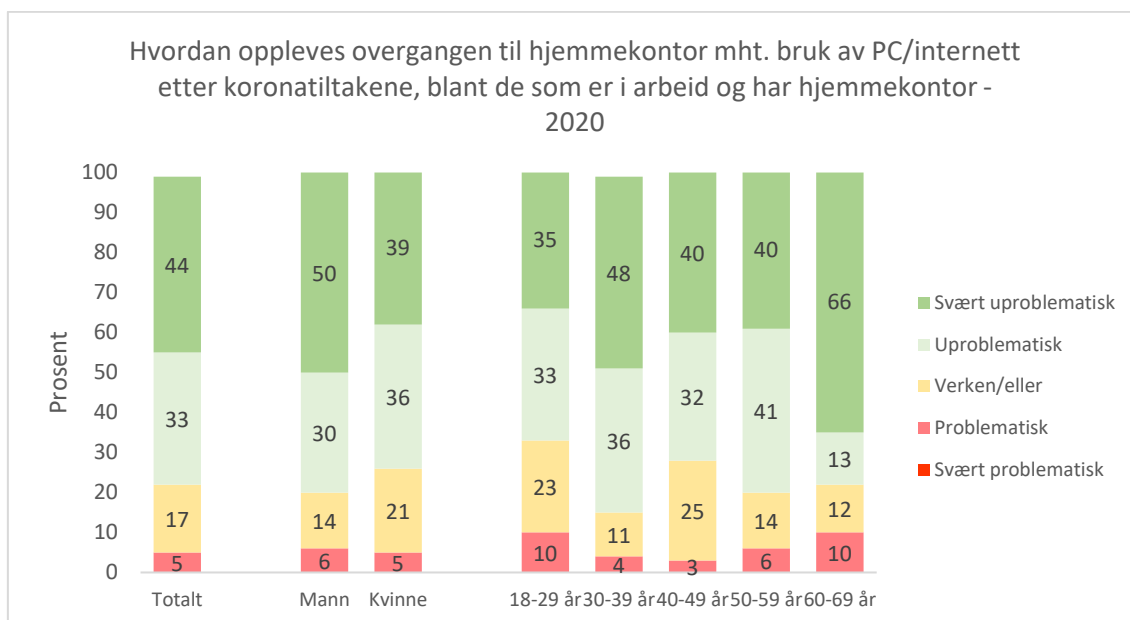
Figur 3-2: Spørsmål: Hadde du erfaring med hjemmekontor før koronatiltakene? Blant sysselsatte med hjemmekontor som svarer «ja» på spørsmålet. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent (N=296).

Blant de respondentene som er i jobb, og som jobber fra hjemmekontor under koronatiltakene, har 60% hatt erfaring med hjemmekontor fra før (figur 3-2). Det vil si at 40% ikke har slik erfaring og dermed raskt har måttet omstille seg med både plassering av hjemmekontor og etablering av nye rutiner. Kartleggingen viser at færre kvinner har erfaring med hjemmekontor fra tidligere (50%) enn det menn har (69%). Andelen med erfaring med hjemmekontor stiger med alderen, og blant 50-59-åringene er andelen størst (67%), mens den er minst blant 18-29-åringene (46%).

I tillegg spurte vi om andre i husstanden også jobbet fra hjemmekontor. Når flere har hjemmekontor samtidig, vil presset på bredbåndsinfrastrukturen og det digitale utstyret bli større, samtidig som flere vil være i stand til å delta i det hjemlige arbeidet på dagtid, som å følge opp barn (og deres digitale hjemmeskole). Blant de som bor med andre voksne er det 38% (N=736) som hevder at andre i husstanden har fått hjemmekontor nå etter koronatiltakene.

3.3 Opplevelse av overgangen til digitalt hjemmekontor

Vi så tidligere at halvparten av de som er i arbeid har hjemmekontor-løsning i koronaperioden (figur 3-1). For rundt 40% av disse er dette en helt ny erfaring, og for mange kan overgangen oppleves som omveltende. Vi er derfor interessert i finne ut hvordan respondentene opplever spesielt den digitale overgangen.

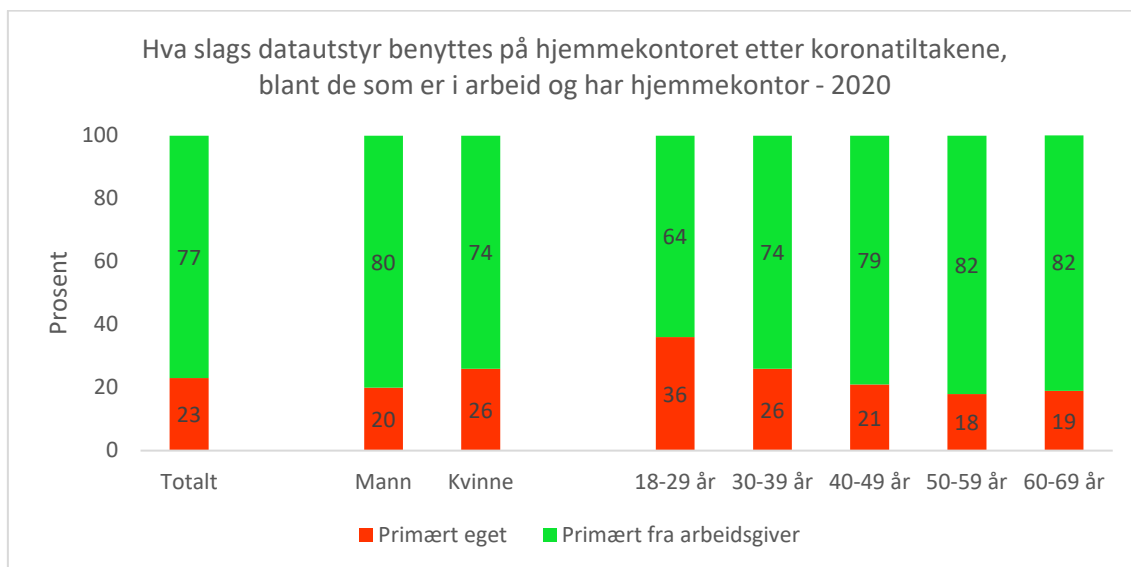


Figur 3-3: Spørsmål: Hvordan opplever du generelt overgangen til hjemmekontor med tanke på bruk av PC/internett etter koronatiltakene? Blant sysselsatte med hjemmekontor. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent (N=296).

Kartleggingen tyder på at de aller fleste (77%) opplever overgangen til digital hjemmekontorløsning som uproblematisk, hvorav 44% svarer at den er svært uproblematisk (figur 3-3). Blant menn er andelen 80% og blant kvinner 75%. Likevel er det 22% som opplever at overgangen til digitalt hjemmekontor har bydd på utfordringer, og 5% oppgir overgangen som svært problematisk.

3.4 Privat eller arbeidsgivers digitale utstyr hjemme

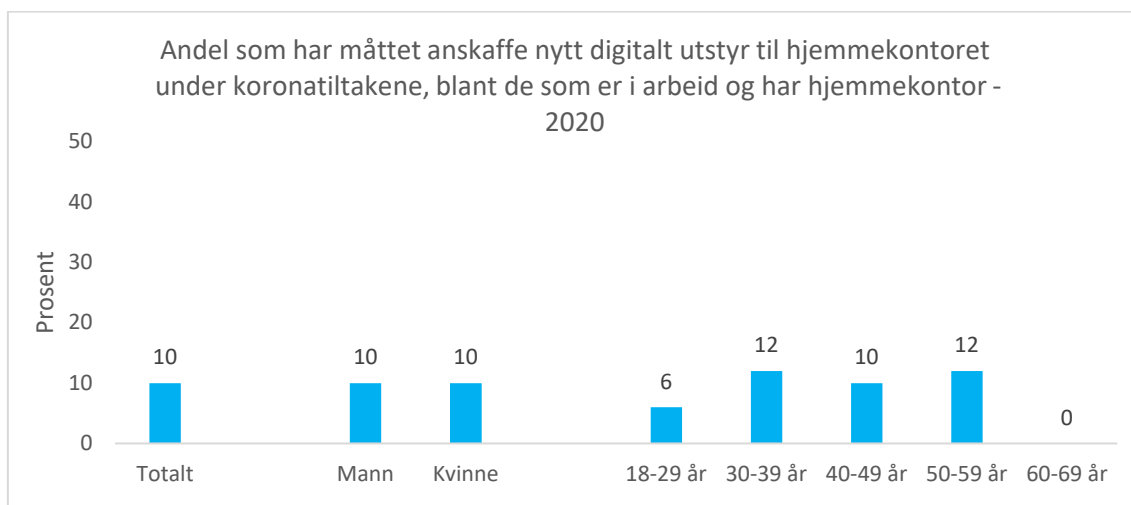
Ettersom både myndigheter og til dels arbeidsplasser forventer at folk benytter hjemmekontor, forventes det implisitt eller eksplisitt at de har en digital tilkoping for å kunne gjennomføre arbeidet. Samtidig har ikke alle tilrettelagt utstyr fra arbeidsgiver, og må stå for anskaffelse og sikring av et fungerende utstyr selv. Det vil si at de må opptre som forbrukere i jobbsammenheng.



Figur 3-4: Spørsmål: Benytter du eget datautstyr eller utstyr fra arbeidsgiver på hjemmekontoret nå etter koronatiltakene? Blant sysselsatte med hjemmekontor. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent (N=296).

Av figur 3-4 ser vi at det i stor grad er arbeidsgivers utstyr som benyttes på hjemmekontoret. Dette gjelder for 77% av de som er i arbeid og som har hjemmekontor. Det er likevel 23% som benytter eget utstyr. Det er ikke store kjønnsforskjeller her, men vi ser på aldersvariabelen at det er flest blant de unge som benytter eget utstyr i jobbsammenheng. Dette gjelder for 36% av 18-20-åringene, mens for de over 40 år ligger andelen rundt 20%.

3.5 Nytt digitalt utstyr til hjemmekontoret

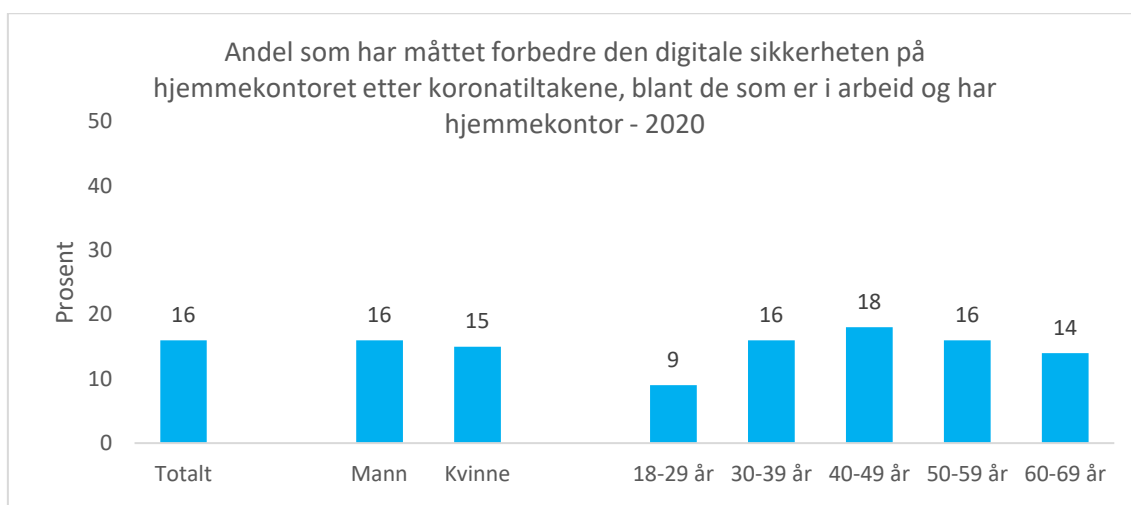


Figur 3-5: Spørsmål: Har du måttet anskaffe nytt digitalt utstyr (pc, skjermer, printer, annet) for å kunne ha hjemmekontor nå etter koronatiltakene? Blant sysselsatte med hjemmekontor. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent (N=296).

I forbindelse med etableringen av hjemmekontor har flere måtte anskaffe seg nytt digitalt utstyr, enten på egen eller på arbeidsgivers regning. Vi finner at 10% har anskaffet nytt digitalt utstyr til dette formålet (figur 3-5). Det er ingen kjønnsforskjeller, men vi ser at det er lavest andel blant de eldste og de yngste når det gjelder denne type anskaffelser; 0% blant 60-69-åringene og 6% blant 18-29-åringene.

3.6 Forbedret sikkerhet på det digitale hjemmekontoret

I og med at arbeidsplassen trekkes ut av arbeidsgivers «sikre» sone og over i det private hjemmet, antas det at cybersikkerheten vil reduseres fordi ikke alle har tilgang til samme rutiner, personell, utstyr eller krypterte tilganger som på jobb. Vi var derfor interesserte i finne ut hvor mange som måtte forbedre sikkerheten på hjemmekontoret for å kunne fungere på et nivå som tilfredsstillte de krav arbeidsgiver forventer.

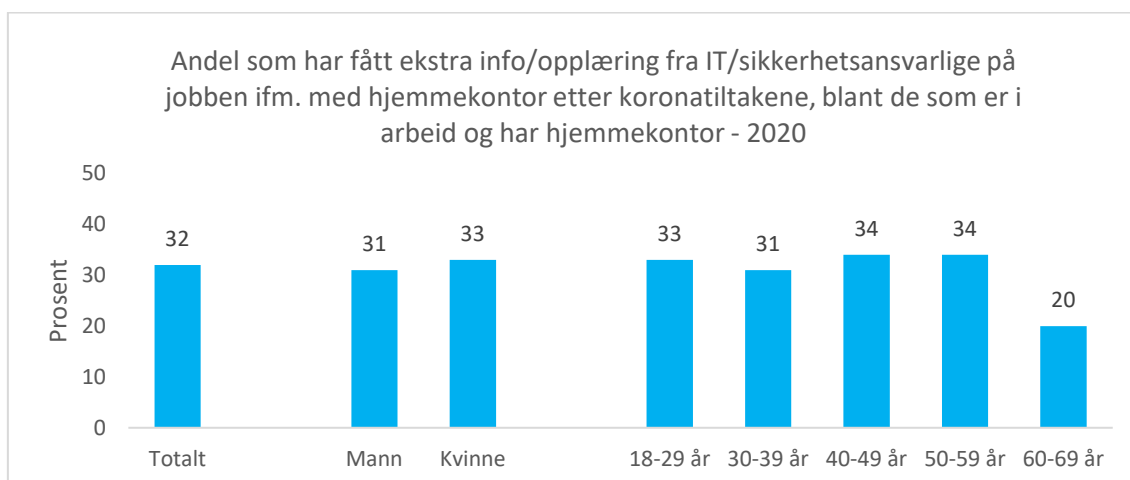


Figur 3-6: Spørsmål: Har du måttet forbedre sikkerheten på den digitale hjemmearbeidsplassen din nå etter koronatiltakene? (ekstra passordbeskyttelse, hyppigere sikkerhetsoppdateringer, bruk av VPN, osv.). Blant sysselsatte med hjemmekontor. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent (N=296).

Figur 3-6 viser at det kun er 16% totalt som oppgir å ha forbedret sikkerheten på den digitale hjemmearbeidsplassen, f.eks gjennom sikkerhetsoppdateringer, VPN, eller ekstra passordbeskyttelse. Gruppen som i minst grad har forbedret sikkerheten er de yngste i alderen 18-29 år (9%). Dette kan enten bety at de fleste oppfatter at de allerede er godt beskyttet på hjemmearbeidsplassen (97% oppga at husstanden har passordbeskyttet wifi) eller at det har vært dårligere digitale sikkerhet knyttet til det arbeidet som er utført hjemmefra.

3.7 Ekstra IT/sikkerhetsopplæring ifm. digitalt hjemmekontor

En annen viktig faktor når det digitale kontoret trekkes hjem er sikkerhetsinstruksjoner og opplæring. På arbeidsplassen er det ofte rutiner for opplæring av personell og oppdatering av utstyr og programvare. På hjemmekontoret kan dette være mer utfordrende. Derfor har vi spurt om respondentene har fått ekstra informasjon eller opplæring ifm. med etablering av hjemmekontor fra IT-/sikkerhetsansvarlige på jobben etter koronatiltakene.



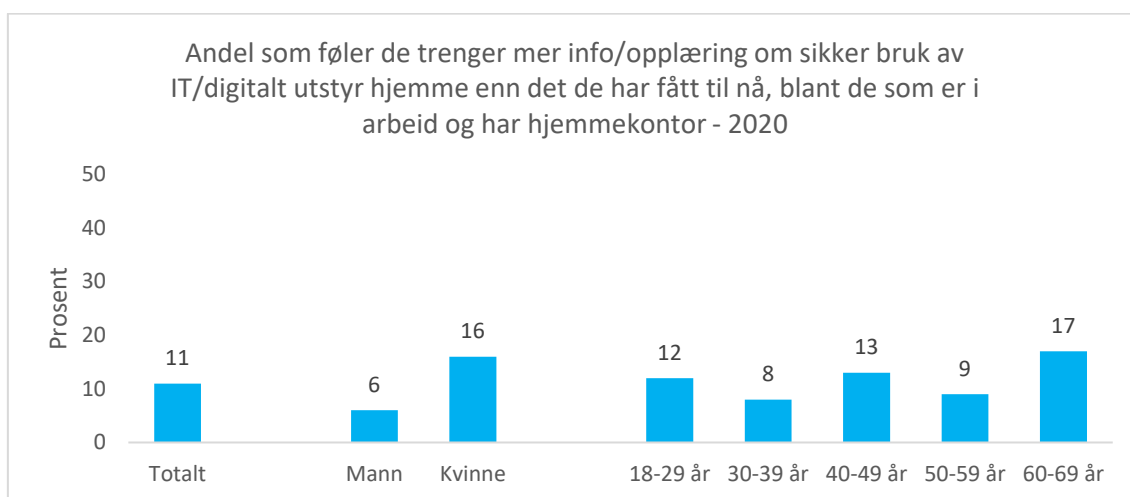
Figur 3-7: Spørsmål: Har du fått ekstra informasjon eller opplæring fra IT- eller sikkerhetsansvarlige på jobben nå etter koronatiltakene? Blant sysselsatte med hjemmekontor. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent (N=296).

Vi finner at 32% av de som jobber fra hjemmekontor har fått slik ekstra opplæring (figur 3-7). Det er ingen tydelige kjønns- eller aldersforskjeller her, men aldersgruppen 60-69 år skiller seg ut. Her har kun 20% fått slik ekstra informasjon eller opplæring.

Det at «kun» én av tre har fått ekstra informasjon eller opplæring knyttet til sikker bruk av digitalt hjemmekontor kan enten bety at den informasjonen/kunnskapen arbeidstakerne allerede besitter er tilstrekkelig, eller motsatt, at det er mangelfulle rutiner for formidling av informasjon og opplæring fra arbeidsgivers side. En tredje forklaring kan være at arbeidet som utføres, og utstyret som tas i bruk, ikke har så strenge krav til sikkerhet.

3.8 Behov for ytterligere opplæring om sikker digital bruk

I figuren under undersøker vi hvorvidt den informasjonen eller opplæringen «hjemmekontoristene» har fått per dags dato – når det gjelder sikker bruk av digitalt utstyr hjemme – er tilstrekkelig. Dette kan både gjelde den kunnskapen de har hatt før koronakrisen, eller nyervervet kunnskap etter at koronatiltakene ble innført.



Figur 3-8: Spørsmål: Føler du at du trenger mer informasjon eller opplæring knyttet til sikker bruk av IT og digitalt utstyr hjemme, enn det du har fått til nå? Blant sysselsatte med hjemmekontor. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent (N=296).

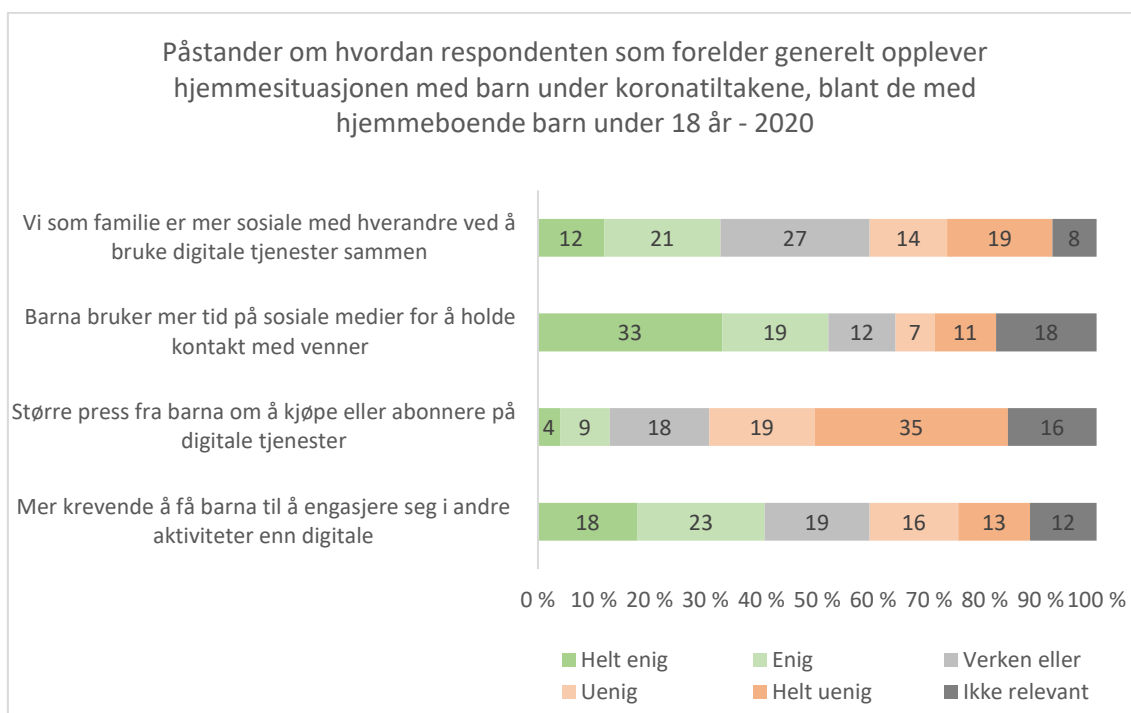
Det er en forholdsvis liten andel (11%) som føler at de trenger ytterligere informasjon eller opplæring tilknyttet sikker bruk av digitalt utstyr hjemme (figur 3-8). Her ser vi en tydelig kjønnsforskjell, der kun 6% blant menn mener dette mot 16% blant kvinner. Dette kan være grunnet faktiske forskjeller i behov, eller at f.eks menn overvurderer egen kompetanse på området sammenliknet med kvinner, slik andre studier viser (Daus et al. 2019). For alder er det ingen tydelige mønstre. Det er de eldste (60-69 år) som i størst grad hevder at de trenger ekstra opplæring/informasjon (17%).

4. Barn, digital hverdag og hjemmeskole

Nedstengningen av samfunnet i forbindelse med koronapandemien vil kunne medføre at flere tilbringer mye tid innenfor hjemmets fire vegger, og vil ty til digitale medier for å underholde seg selv eller for å kommunisere med andre utenfor hjemmet. Medietilsynet (2020) sin kartlegging viser at barn og unge i utgangspunktet har et høyt digitalt medieforbruk. En hypotese er at i en periode hvor flere må holde seg inne vil bruken av digitale tjenester øke. Dette kan medføre økt press fra de unge om både å få lov til å bruke mer tid på digitale medier, og til å kjøpe nytt digitalt utstyr eller tjenester. I tillegg må små barn gjerne underholdes mens foreldrene har hjemmekontor, mens skolebarn må følges opp i skolearbeidet hjemme, både digitalt og motivasjonsmessig.

4.1 Foresattes opplevelse av barns digitalbruk

Av de familiene som har hjemmeboende barn under 18 år, ser vi at en rask omstilling til ny hverdag med mye hjemmetid bidrar til et noe større «digitalt press» og en generell økning i barnas mediebruk (figur 4-1).



Figur 4-1: Spørsmål: Svar på følgende påstander om hvordan du som forelder generelt opplever hjemmesituasjonen med barn nå etter koronatiltakene (på en 5-punktsskala der 1 er helt uenig og 5 er helt enig). Blant husstander med hjemmeboende barn under 18 år. Totalt. Prosent (N=291).

Ser vi på bruk av digitale medier som sosialisering for familien, viser figur 4-1 at 33% er enige i at familien er mer digitalt sosiale med hverandre i kriseperioden enn tidligere. Det er 27% som svarer nøytralt (verken/eller), som kan tolkes som at det ikke er noen endring fra før koronakrisen. Det er 33% som er uenige i påstanden, som kan tolkes som at det har gått motsatt vei – at familien er blitt mindre sosiale gjennom felles bruk av digitale medier. Det er 8% som svarer «ikke relevant», som kan bety at de ikke benytter digitale medier sammen til sosiale formål.

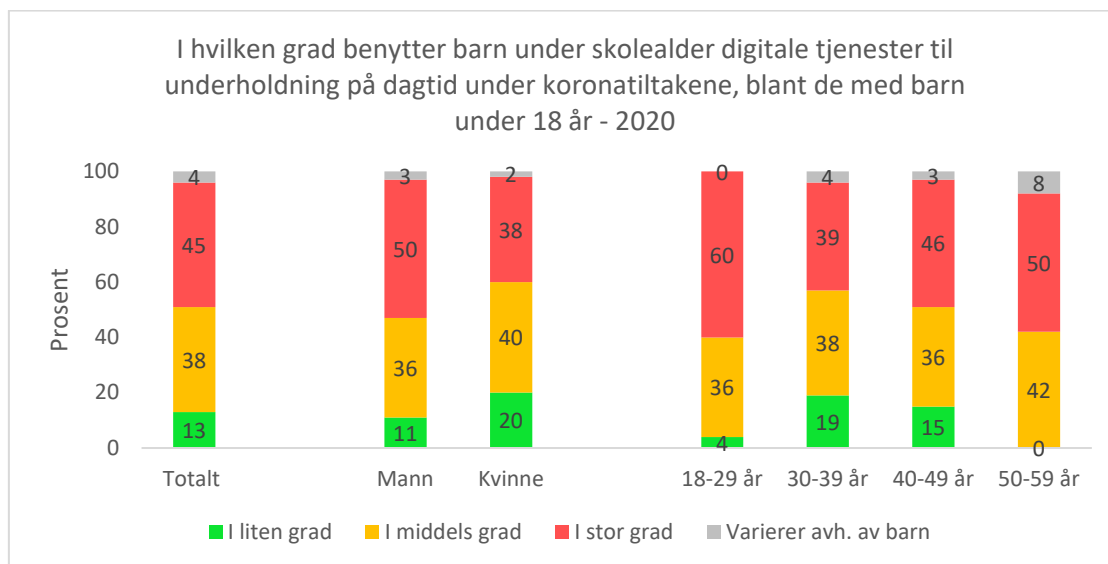
Samtidig ser vi at mange foreldre opplever at barna bruker mer tid på å kommunisere og å være sosiale med venner gjennom bruk av sosiale medier. Det er 52% som er enige i at barna i kriseperioden bruker mer tid på venner gjennom sosiale medier enn tidligere. Det er 12% som svarer nøytralt, og 18% som er uenige i dette. Det er også 18% som svarer «ikke relevant».

Bare en moderat andel foreldre opplever økt press fra barna om å kjøpe eller abonnere på netjtjenester, spill, apper eller liknende etter at koronatiltakene ble innført (13%), mens en stor andel svarer nøytralt (18%) eller er uenige i dette (54%). For 16% er ikke spørsmålet relevant.

Det at det blir mye hjemmetid kan for mange bety mer innetid, og da med bruk av digitale medier, selv om mulighetene til å gå ut er tilstede. Mangelen på faste rutiner for utelivværelsen (trening, sosiale treff, etc) kan minske interessen for å trekke ut eller til å drive med alternative aktiviteter enn det digitale tjenester kan tilby. Vi ser at en stor andel – 42% av foresatte/foreldre – er enige i at det er krevende å få barna til å engasjere seg i ikke-digitale aktiviteter i koronaperioden. Det er 29% som er uenige i dette, mens 19% svarer «verken/eller» og 12% «ikke relevant».

4.2 Bruk av digitale medier på dagtid blant små barn

En annen utfordring med å ha barn hjemme, og for eksempel samtidig skulle utføre arbeid fra hjemmekontoret, er å på kort tid etablere rutiner for hvordan barna skal aktiviseres. De litt større barna har hjemmeundervisning, mens de aller minste barna under skolealder ikke har denne formen for læring og rutiner. Da kan det være lett å ty til digital underholdning for å få barnet aktivisert.



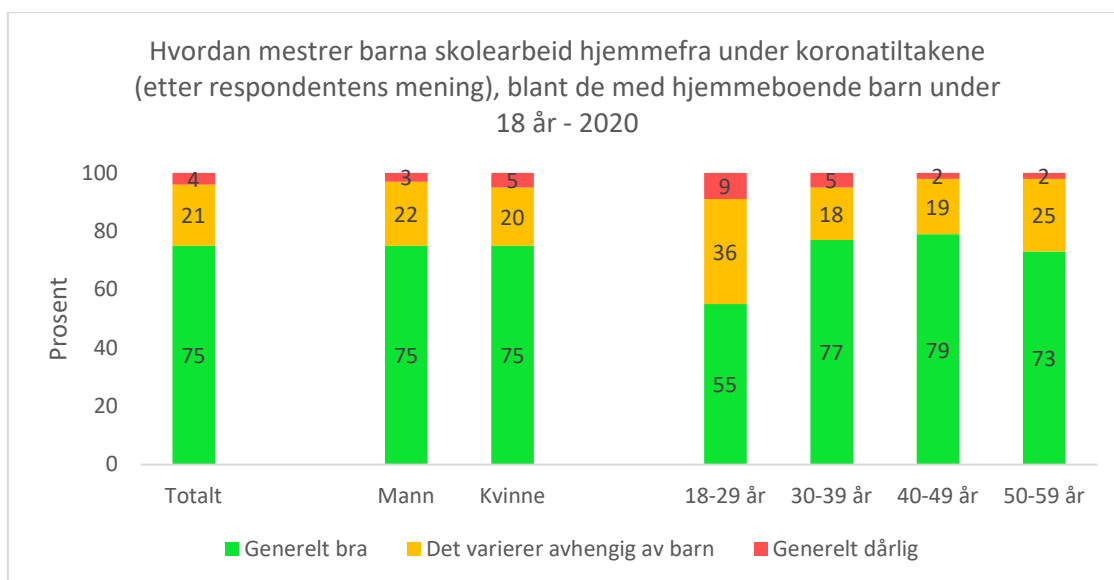
Figur 4-2: Spørsmål: I hvor stor grad benytter ditt/dine barn digitale tjenester til underholdning på dagtid nå etter koronatiltakene, som nettbrett, spillkonsoll, TV, smarttelefoner, etc. (Svar kun for det/de barna som er under skolealder). Blant husstander med hjemmeboende barn under 18 år. Totalt og etter kjønn og alder. «Ikke relevant» er tatt ut. Prosent (N=154).

Mange av respondentene oppgir at de minste barna benytter digital underholdning på dagtid, der 45% oppgir dette i stor grad og 38% i middels grad (figur 4-2). Det er kun

13% totalt som oppgir at barn under skolealder i liten grad benytter digitale medier hjemme på dagtid. Ser vi på alder, er det de yngste foreldrene (med antatt yngst barn) som i størst grad har barn som er storforbrukere av digitale medier hjemme på dagtid, f.eks 60% blant 18-29-åring¹⁵.

4.3 Barns mestring av digital hjemmeskole

Da koronatiltakene ble innført måtte skolebarn umiddelbart trekke hjem. I første fase var det få planer for hvordan hjemmeundervisning skulle foregå, og det er stor variasjon i hvor godt forberedt skolene er med tanke på å raskt skulle gå over til hjemme-/fjernundervisning. Mange skoler leverte tidlig ut PC/nettbrett til barna, mens andre skoler mangler denne type digitale ressurser. Dessuten er det sannsynlig at eldre skolebarn i større grad er forberedt på digital fjernundervisning enn det yngre skolebarn er. Det samme gjelder hvor forberedt lærere er på de ulike trinnene. Nedenfor ser vi på hvordan foreldre/foresatte opplever barnas hjemmeskolehverdag etter at koronatiltakene ble innført i mars 2020 (figur 4-3).



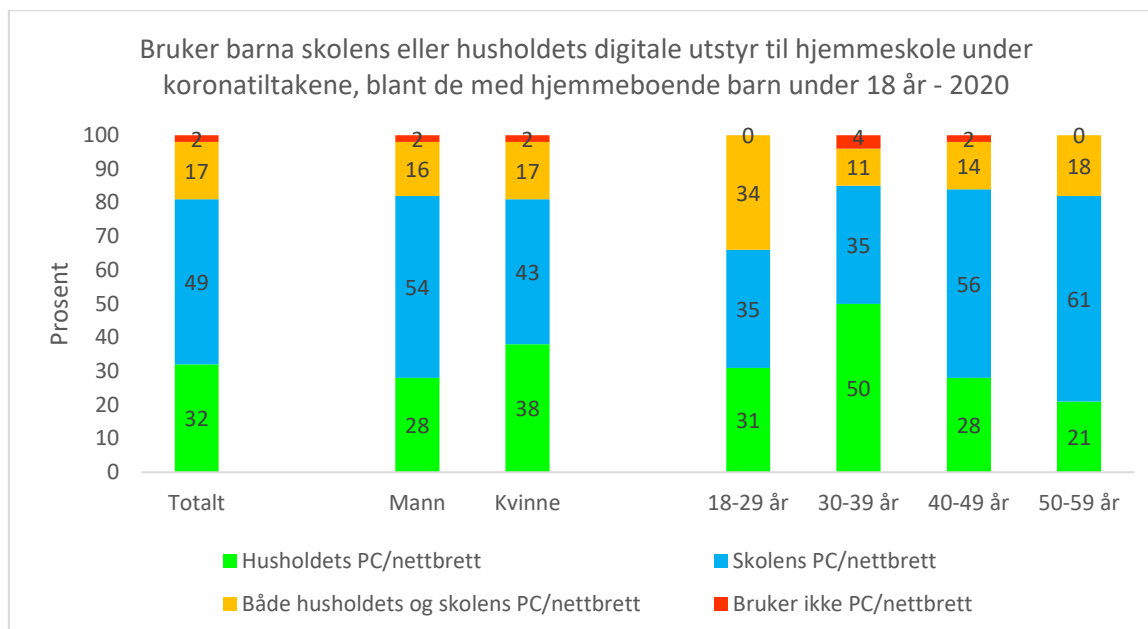
Figur 4-3: Spørsmål: Etter din mening, hvordan mestrer ditt/dine barn det å gjøre skolearbeid hjemmefra nå etter koronatiltakene? Blant husstander med hjemmeboende barn under 18 år. Totalt og etter kjønn og alder. «Usikker/ikke relevant» er tatt ut. Prosent (N=218).

Et flertall av respondentene som er foreldre/foresatte (75%) opplever at barna deres mestrer det å gjøre skolearbeid hjemmefra på en god måte etter at koronatiltakene ble innført. Ettersom tiltakene ble innført med virkning fra 12. mars 2020, og surveyen ble gjennomført i perioden 1. til 7. april, har respondentene rundt 3 ukers erfaring med tiltak og hjemmeskole. For 21% varierer erfaringene avhengig av barna. Det vil si at noen av

¹⁵ Ettersom spørsmålet er stilt til alle respondenter med hjemmeboende barn under 18 år, og det ikke benyttes filter for barns alder, vil ikke spørsmålet være relevant for alle. Derfor har vi i analysen tatt ut de som svarer «ikke relevant» på dette spørsmålet, med antakelse om at grunnen til at de svarer dette er at de ikke har barn under skolealder. Dermed blir prosentueringsgrunnlaget mer korrekt. Totalt er det 47% som svarer «ikke relevant». Spørsmålet er minst relevant for de eldste respondentene, der vi kan anta at andelen uten små barn er størst (61% «ikke relevant» i alderen 40-49 år og 76% i alderen 50-59 år). Vi viser heller ikke fordelingen for de over 60 år i figuren, da gruppen 60-80 år kun har N=9.

barna opplever god mestring og andre dårlig. Kun 4% mener at barna mestrer skolearbeid hjemmefra på en dårlig måte¹⁶.

4.4 Bruk av husstandens eller skolens digitale utstyr



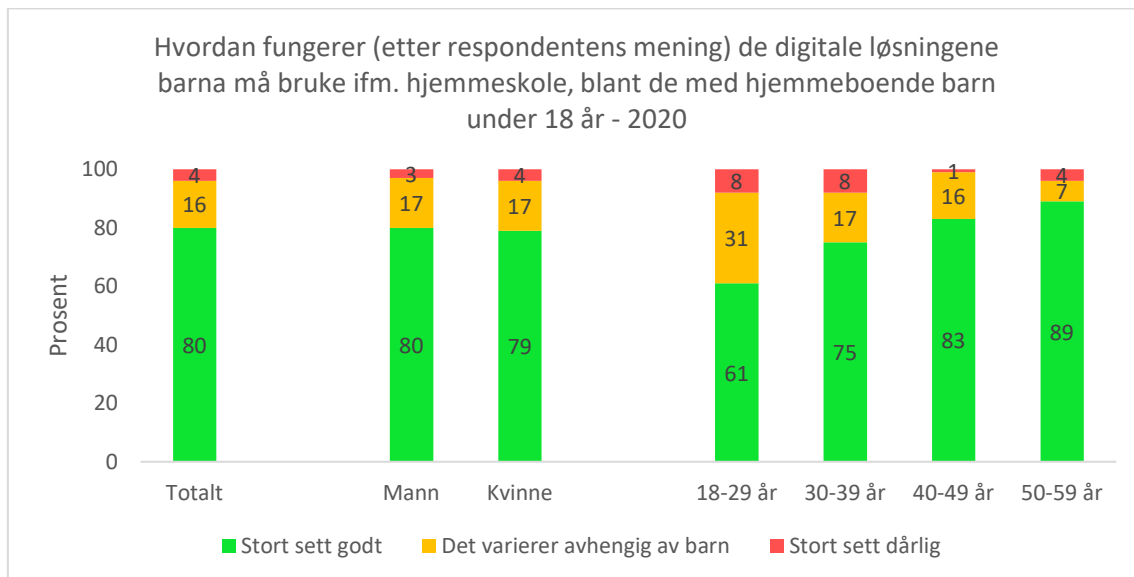
Figur 4-4: Spørsmål: Bruker ditt/dine barn egen PC/nettbrett eller skole-PC/nettbrett til skolearbeid hjemme nå etter koronatiltakene? Blant husstander med hjemmeboende barn under 18 år. Totalt og etter kjønn og alder. De som har svart «Usikker/ikke relevant» og de over 60 år er tatt ut. Prosent (N=214).

Vi skisserte tidligere at det kan være stor variasjon i hva slags type digitalt utstyr den enkelte skole eller kommune kan tilby sine skoleelever. Figur 4-4 viser at 49% av de som har hjemmeboende barn under 18 år oppgir at barna kun bruker PC/nettbrett fra skolen til hjemmebruk. Det er en relativt stor andel (32%) som kun benytter husstandens private utstyr. Videre er 17% som både benytter skolens og husstandens PC/nettbrett til hjemmeskole. Det er 2% som sier at barna ikke bruker PC/nettbrett i det hele tatt. Vi ser at blant de eldste respondentene (50-59 år), med de antatt eldste barn hjemme, er andelen størst som sier at barna bruker skolens PC/nettbrett hjemme (61%).

¹⁶ Ettersom spørsmålet her, på samme måte som i kap. 4.2, er stilt til alle respondenter med hjemmeboende barn under 18 år, og det ikke benyttes filter for barns alder, vil ikke spørsmålet være relevant for alle. Utfordringen ligger i at vi her, og i de tre neste figurene, har slått sammen «usikker/ikke relevant». Det betyr at når vi i analysen tar ut de som svarer «ikke relevant» på dette spørsmålet, med antakelse om at de ikke har barn i skolealder, så forsvinner også de som faktisk er usikre på barnas mestring. Vi antar likevel at denne andelen er svært liten og ikke vil påvirke svarfordelingen i nevneverdig grad. Totalt er det 25% som svarer «ikke relevant». Spørsmålet er minst relevant for de yngste respondentene, der vi kan anta at andelen med skolebarn er lavest (45% «ikke relevant» i alderen 18-29 år, og 44% i alderen 30-39 år). I alderen 40-49 år er det 8% som svarer «usikker/ikke relevant», og kun 4% i alderen 50-59 år. Vi viser heller ikke fordelingen for de over 60 år i figuren, da gruppen 60-80 år kun har N=9. Denne forklaringen vil også være relevant for figurene i kap. 4.4, 4.5 og 4.6.

4.5 Hvordan fungerer digitale skoleløsninger

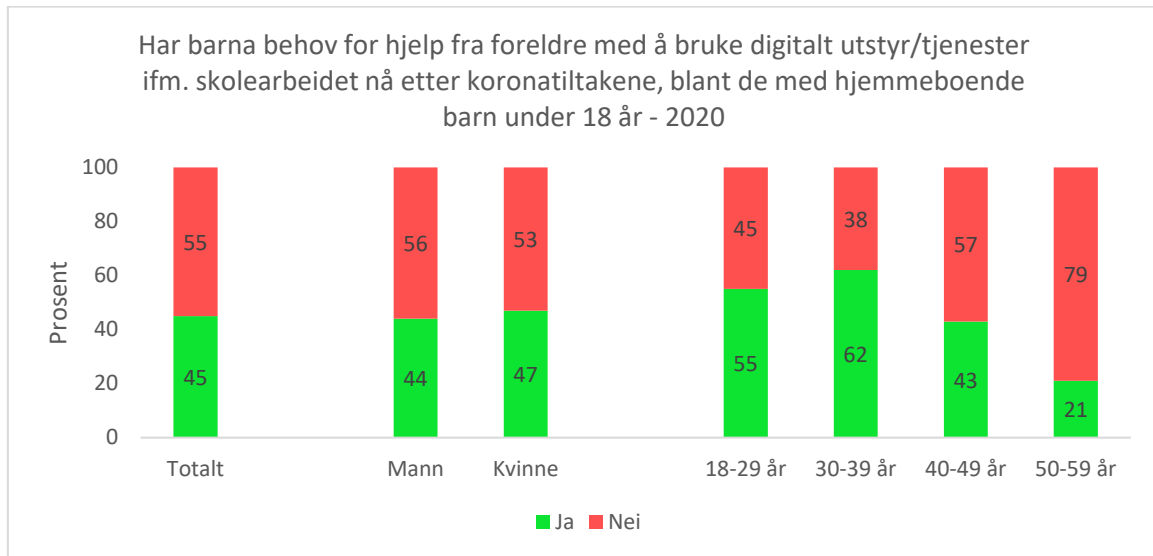
Opplevelsen av hvordan de tekniske løsningene som raskt har blitt introdusert for hjemmebruk fungerer, vil avhenge av mange faktorer. Kvaliteten på det fysiske utstyret kan ha noe å si, og likedan kvaliteten på internettlinjer eller trådløstnettverk i hjemmet. Det kan også avhenge av kvalitet og brukervennlighet på tilrettelagte eller improviserte skoletjenester som skal benyttes i skolearbeidet, enten til å utføre oppgaver eller som samarbeids-/kommunikasjonsplattform.



Figur 4-5: Spørsmål: Etter din mening, hvordan fungerer de digitale tekniske løsningene ditt/dine barn må bruke i forbindelse med hjemmeskole? Blant husstander med hjemmeboende barn under 18 år. Totalt og etter kjønn og alder. «Usikker/ikke relevant» er tatt ut. Prosent (N=212).

I undersøkelsen har vi ønsket å få et inntrykk av hvordan foreldre/foresatte generelt opplever de digitale løsningene barna må bruke i forbindelse med hjemmeskole. Av figur 4-5 over ser vi at 80% av foresatte for skolebarn mener de tekniske løsningene generelt fungerer godt, mens 16% mener det avhenger av hvilket barn det gjelder. Det er kun 4% som mener løsningene stort sett fungerer dårlig. Det er størst andel blant de eldste foresatte som mener de tekniske løsningene fungerer godt (89% blant 50-59-åringene). Vi kan anta at disse har eldre skolebarn som har mer erfaring med bruk av digitale hjelpemidler til vanlig, både på skolen og hjemme.

4.6 Foreldrehjelp til digital hjemmeskole



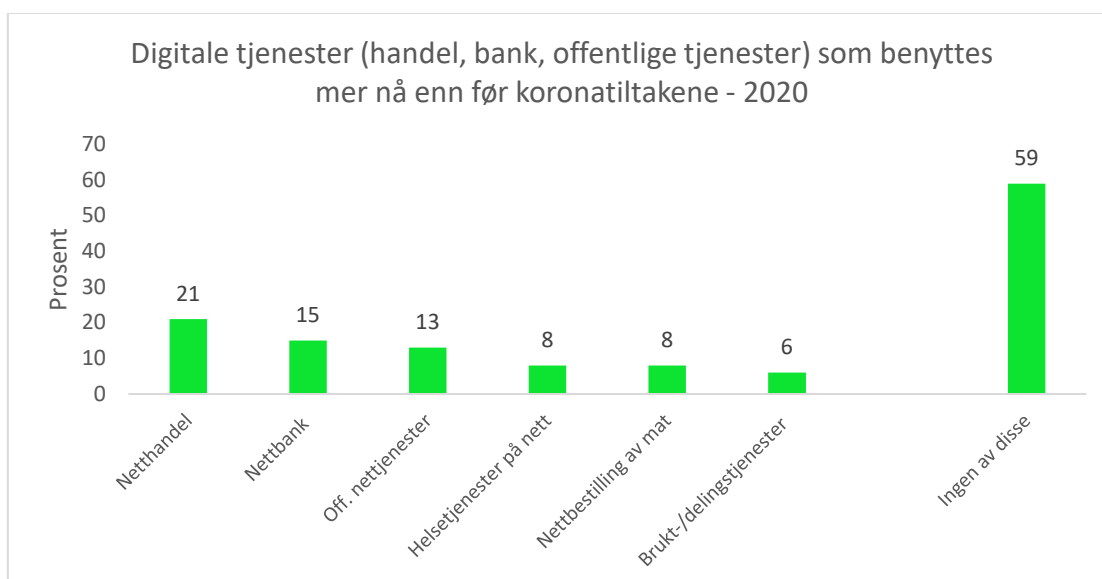
Figur 4-6: Spørsmål: Har du ett eller flere barn som har behov for hjelp fra deg/dere foreldre med å bruke digitalt utstyr eller tjenester i forbindelse med skolearbeidet nå etter koronatiltakene? Blant husstander med hjemmeboende barn under 18 år. Totalt og etter kjønn og alder. «Usikker/ikke relevant» er tatt ut. Prosent (N=218).

Med overgangen til digital hjemmeskole kan det være mange barn som har behov for støtte fra foreldre/foresatte til installasjon, bruk eller feilsøking underveis. I figur 4-6 over ser vi at 45% totalt sett hevder at ett eller flere av barna har behov for slik hjelp, mens en noe større andel (55%) mener barna ikke har behov for hjelp. Det er i de to yngste alderskategoriene (18-39 år) at andelen er størst for dem som sier at barna trenger hjelp og støtte. Samtidig er det statistisk sett foreldre i disse gruppene som har de yngste skolebarna, som vi kan anta har minst erfaring med bruk av digitale hjelpemidler til bruk på skolen og hjemme.

5. Økt bruk av digitale tjenester under koronakrisen

I forbindelse med koronatiltakene fra og med 12. mars 2020 ble også mulighetene for å handle i tradisjonelle butikker, trene på treningsstudio, oppsøke offentlige kontorer og besøke mennesker fysisk begrenset. En hypotese er at mange av disse tjenestene eller aktivitetene kompenseres for med økt bruk av digitale alternativer hjemmefra. Nedenfor ser vi på hvorvidt respondentene – i større grad nå enn før koronatiltakene – benytter ulike typer digitale tjenester.

5.1 Bruk av digitale tjenester for handel, bank og offentlige tjenester under koronakrisen



Figur 5-1: Spørsmål - Benytter du i større grad nå enn før koronatiltakene digitale tjenester for handel, bank og offentlige tjenester? Alle. Totalt. Prosent (N=1000).

Figur 5-1 under viser at 41% totalt sett benytter ulike tjenester for handel, bank og offentlige tjenester mer under koronatiltakene enn tidligere. Det er netthandel som i størst grad benyttes mer (21%), etterfulgt av nettbank (15%), offentlige netjtjenester (13%), helsetjenester på nett¹⁷ (8%), nettbestilling av mat med levering på dør (8%), og ulike former for brukt- og delingstjenester på nett (6%).

¹⁷ <https://ehelse.no/aktuelt/korona-okt-bruk-av-digitale-helsetjenester-i-befolkningen>

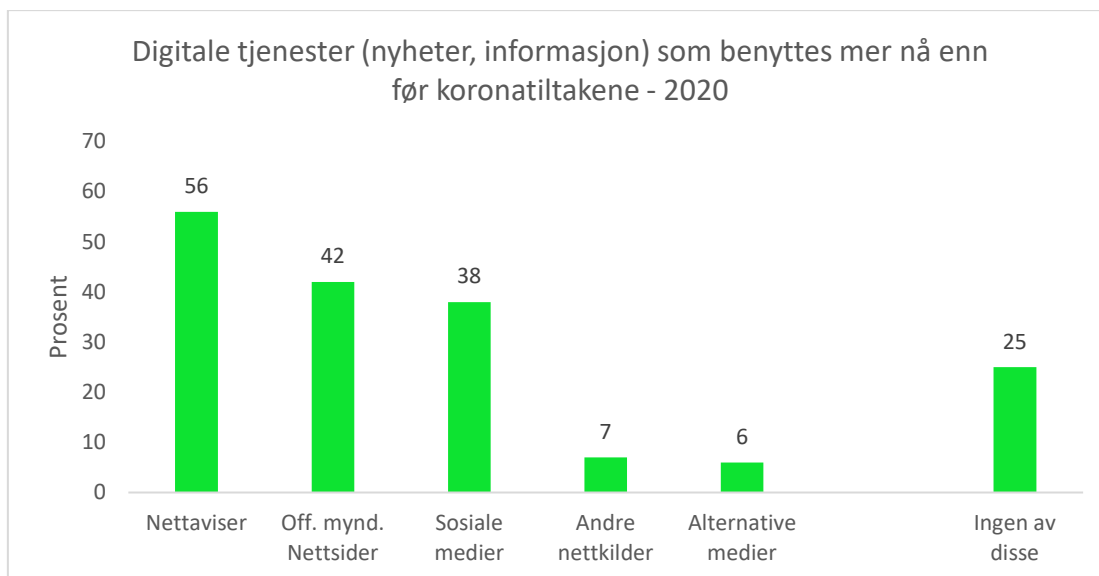
Tabell 5-1: Spørsmål: Benytter du i større grad nå enn før koronatiltakene digitale tjenester for handel, bank og offentlige tjenester? Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent (N=1000).

	Totalt	Mann	Kvinne	18-29 år	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60-69 år	70-80 år
BASE	1000	508	492	211	179	182	173	144	111
Nettbank	15%	17%	12%	17%	11%	13%	14%	16%	16%
Netthandel	21%	17%	25%	29%	30%	20%	19%	11%	10%
Nettbestilling av matvarer	8%	6%	10%	8%	16%	7%	3%	6%	6%
Offentlige nettjenester	13%	15%	10%	11%	12%	13%	17%	13%	9%
Helsetjenester	8%	7%	10%	6%	11%	6%	11%	9%	3%
Bruksalgs- og delingstjenester	6%	8%	5%	10%	8%	8%	5%	3%	2%
Ingen av disse	59%	61%	57%	52%	52%	62%	61%	66%	68%
TOTAL	129%	130%	129%	133%	138%	129%	130%	124%	115%

Når det gjelder nettbank viser tabell 5-1 at menn (17%) benytter dette i større grad nå enn før koronatiltakene enn det kvinner (12%) gjør. Det samme bildet ser vi for bruk av offentlige nettjenester, der menn (15%) i større grad enn kvinner (10%) benytter dette i kriseperioden. Det motsatte bildet ser vi for netthandel, der en større andel kvinner (25%) handler mer nå enn før koronatiltakene sammenliknet med menn (17%). Til en viss grad gjelder dette også for nettbestilling av mat med levering på døren (kvinner 10% vs menn 6%). For alder er ikke mønsteret så tydelig, annet enn at de yngre i større grad enn de eldre generelt sett har økt konsumet av denne type tjenester under koronakrisen.

5.2 Bruk av digitale tjenester for nyheter og informasjon under koronakrisen

Behovet for informasjon i og med viruskrisen kan være svært omfattende i befolkningen. Oppdateringer rundt smittespredning, sykehusinnleggelses og kontinuerlige endringer i tiltak, påbud og forbud skjer svært hyppig. Mye av denne informasjonen spres i ulike digitale kanaler, og i dag er det mange måter å konsumere nyheter og informasjon på. Den samme informasjonen pakkes dessuten på ulike måter for å nå forskjellige målgrupper i ulike kanaler. Vi vet fra tidligere studier at spesielle kriser fører til en oppblomstring i interessen for og konsumet av nyhetsmedier, og dette gjelder også for yngre aldersgrupper (Slettebakk og Kjørstad 2016). Nedenfor ser vi på økt bruk av ulike online kilder til nyheter og informasjon.



Figur 5-2: Spørsmål: Benytter du i større grad nå enn før koronatiltakene digitale tjenester for informasjon, nyheter og oppdateringer om koronasituasjonen? Alle. Totalt. Prosent (N=1000).

I figur 5-2 ser vi at 56% av respondentene benytter nettaviser mer nå enn før koronatiltakene ble innført. Dessuten er det en stor andel (42%) som benytter seg av offentlige myndigheters nettsider. Dette kan f.eks være kommunens egne sider, eller nettsidene til Folkehelseinstituttet eller regjeringen. Det er også skjedd en økning i bruken av sosiale medier til konsum av informasjon og nyheter, eller til oppdateringer om koronasituasjonen, der 36% hevder å bruke dette mer nå enn før krisen. Det er også en liten økning i bruken av alternative medier¹⁸ (6%), og i bruken av andre nettkilder vi her ikke har spesifisert (7%).

Tabell 5-2: Spørsmål: Benytter du i større grad nå enn før koronatiltakene digitale tjenester for informasjon, nyheter og oppdateringer om koronasituasjonen? Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent (N=1000).

	Totalt	Mann	Kvinne	18-29 år	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60-69 år	70-80 år
BASE	1000	508	492	211	179	182	173	144	111
Nettaviser	56%	52%	60%	68%	59%	60%	47%	53%	43%
Sosiale medier	38%	33%	43%	46%	40%	36%	32%	32%	40%
Nettsider fra offent. Myndigh.	42%	36%	49%	46%	41%	42%	51%	35%	35%
Alternative medier	6%	7%	6%	9%	6%	6%	5%	7%	4%
Andre nettkilder	7%	7%	6%	8%	7%	4%	10%	4%	5%
Ingen av disse	25%	31%	18%	15%	29%	24%	26%	25%	34%
TOTAL	174%	166%	182%	191%	182%	171%	172%	156%	161%

Det er noen kjønnsforskjeller hvis vi ser på økt bruk av de ulike tjenestene, slik tabell 5-2 viser. Kvinner har i større grad enn menn økt sitt forbruk av nettaviser (60% vs 52%), av sosiale medier (43% vs 33%), og av nettsider fra offentlige myndigheter (49% vs 36%). For alder ser økningen i forbruket for nettaviser og sosiale medier ut til å være størst for de i alderen 18-29 år (hhv. 68% og 46%), mens økningen i forbruket av

¹⁸ «Alternative medier» (fra Wikipedia): Alternative medier er medievirksomheter som havner på utsiden av sentrale virksomheter innenfor kommunikasjon. Alternative medier kan omfatte aviser, kringkasting, nettstedet og annet. De skiller seg fra etablerte medier når det gjelder innhold, utforming, produksjonsmåte, distribusjonsmåte eller forhold til publikum. Ofte ønsker alternative medier å utfordre myndigheter og makteliter, representere marginaliserte grupper og samarbeide med grupper med liknende mål.

nettsider fra offentlige myndigheter er størst blant 50-59-åringene (51%). Dette kan tyde på at ulike aldersgrupper tyr til ulike kilder på jakt etter tilnærmet samme informasjon.

5.3 Bruk av digitale tjenester for underholdning og fritidsaktiviteter under koronakrisen

Med kraftig reduksjon i mulighetene for å utføre eller konsumere en rekke fritids- og underholdningsaktiviteter utenfor hjemmet under koronakrisen, kan en anta at befolkningen vil fylle ledig tid med digitale alternativer fra sitt eget hjem. I den tidlige fasen av krisen begynte en rekke artister/veiledere å strøemme konserter og annen underholdning i ulike kanaler på internett. Det ble også en oppblomstring i bruken av digitale utstillinger og museer, samt alternativ treningsinspirasjon over nett.



Figur 5-3: Spørsmål: Hvilke av følgende digitale tjenester innen underholdning, aktivitet og trening benytter du i større grad nå enn før koronatiltakene? Alle. Totalt. Prosent (N=1000).

Denne økningen i bruken av digitale fritids- og aktivitetstilbud ser vi gjenspeilet i figur 5-3 over. Den mest markante økningen ser vi for strømming av filmer og serier fra diverse strømmeplasser, der 43% har økt sitt konsum sammenliknet med før koronakrisen. I tillegg til film/serier viser figuren at 20% strømmer mer musikk nå enn før koronatiltakene ble innført, og 6% strømmer lydbøker i større grad enn tidligere. Spesielt strømming av videobasert innhold har derfor ytterligere befestet sin popularitet i befolkningen.

Men økningen i denne type strømmetjenester, samtidig med økt konsum av en rekke andre digitale tjenester, har økt presset på internett¹⁹. En rapport fra før krisen (2019), viser at video står for 60% av datatrafikken fra internettilbydere til forbrukere, der blant annet Netflix alene står for 12% og Google (med Youtube) står for samme andel. EU har vært bekymret for at internett kan bryte sammen fordi trafikken øker ytterligere

¹⁹ <https://www.nettavisen.no/livsstil/eu-frykter-internett-kan-bryte-sammen/3423940469.html>

under koronakrisen²⁰. Aktører som Youtube og Netflix har dermed i en periode redusert datamengdene og strømmekvaliteten for å sikre lavere datatrafikk på internett²¹.

I tillegg til økning i digitalt video- og musikkonsum har nettbasert «live»-underholdning, som konserter og kulturarrangementer, økt under krisen. Mange artister har måttet endre på måten de formidler sitt innhold til publikum, og digital live-strømming (f.eks via Facebook og Youtube) har vist seg å bli populært, blant annet ved bruk av nyetableringer som «Brakkesyke» og «Koronerulling»²². I undersøkelsen ser vi at 18% har økt konsumet av nettbasert live-underholdning etter koronatiltakene.

I tillegg har museer og gallerier økt tempoet med å få til digitale tilbud til publikum²³, og Nasjonalmuseet hastelanserte sin digitale kunstsamling i slutten av mars 2020²⁴. Google har dessuten, lenge før koronautbruddet, digitalisert tusenvis av museer verden rundt²⁵. Figuren over viser at etter noen uker med strenge koronatiltak er det 3% som har «besøkt» virtuelle museer eller kunstutstillinger.

Ulike former for nettbasert undervisning og kurs har også blomstret opp i kjølvannet av krisen. Figur 5-3 viser at 15% i større grad benytter slike tilbud nå enn før koronakrisen. I tillegg har både treningstimer og treningsinspirasjon²⁶ «gått digitalt» ettersom treningsstudioer og haller har blitt stengt. Det er mange som deler tips og treningsveiledning på internett i tillegg til at forbrukere har tilgang til en rekke treningsapper på smarttelefonen²⁷. Figuren over viser at 15% i større grad under koronatiltakene enn tidligere benytter ulike typer digital treningsveiledning og inspirasjon.

På samme måte som strømming av videobasert underholdning har ulike former for digitale og nettbaserte spill blitt forsterket som fritidssysse hjemme. For mange kan slike spill være en god atspredelse i en hverdag med store begrensninger, samtidig som mange spillavhengige kan få tilbakefall²⁸. I figuren over ser vi at 15% har økt sin digitale spillaktivitet etter koronatiltakene, men kun en liten andel (1%) oppgir å ha økt forbruket av digitale gamblingtjenester. Dette kan delvis skyldes at få i utgangspunktet driver med denne type gambling.

²⁰ <https://edition.cnn.com/2020/03/19/tech/netflix-internet-overload-eu/index.html>

²¹ <https://www.tek.no/nyheter/nyhet/i/8mkg2/na-skrur-netflix-ned-kvaliteten>

²² <https://www.aftenposten.no/kultur/i/4qAxPG/nordstoga-spilte-inn-en-halv-million-kroner-uten-aa-ha-solgt-en-eneste-billett?>

<https://www.vg.no/rampelys/musikk/i/GGA1y9/erlend-ropstad-fikk-inn-118132-paa-nettkonsert>

²³ <https://www.aftenposten.no/kultur/i/WbABRa/her-er-museene-som-ikke-er-stengt>

²⁴ <https://www.aftenposten.no/kultur/i/dO94M1/nasjonalmuseet-hastelanserer-pinterest-inspirert-museum>

²⁵ <https://subjekt.no/2020/03/15/tolv-digitaliserte-museer-som-kan-oppleves-virtuelt/>

²⁶ <http://www.bbc.com/culture/story/20200428-home-workouts-as-essential-viewing-jane-fonda-to-joe-wicks>

²⁷ <https://www.nrk.no/livsstil/slik-kan-du-trene-i-koronakarantene-1.14936908>

²⁸ https://www.nrk.no/sport/spillavhengige-far-tilbakefall-under-korona-krisen_-_-bekymrer-oss-veldig-1.14970997

Tabell 5-3: Spørsmål: Hvilke av følgende digitale tjenester innen underholdning, aktivitet og trening benytter du i større grad nå enn før koronatiltakene? Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent (N=1000).

	Totalt	Mann	Kvinne	18-29 år	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60-69 år	70-80 år
BASE	1000	508	492	211	179	182	173	144	111
Nettbasert kurs/undervisn.	15%	13%	16%	30%	14%	9%	15%	9%	3%
Nettbasert trening/inspirasjon	12%	6%	17%	16%	22%	11%	7%	4%	6%
Nettbasert «live»-underholdning	18%	17%	18%	22%	22%	19%	17%	8%	12%
Virtuelle museer og kunstutstill.	3%	3%	2%	2%	2%	2%	2%	4%	5%
Nettbaserte spill	15%	18%	11%	33%	17%	7%	13%	5%	3%
Nett-gambling	1%	2%	1%	3%	1%	2%	0%	1%	
Strømming av film/serier	43%	44%	42%	64%	48%	49%	40%	23%	20%
Strømming av lydbøker	6%	5%	7%	7%	9%	8%	3%	2%	3%
Strømming av musikk	20%	24%	16%	36%	22%	19%	15%	12%	9%
Ingen av disse	39%	40%	38%	20%	29%	38%	44%	58%	62%
TOTAL	171%	172%	169%	232%	185%	164%	157%	126%	121%

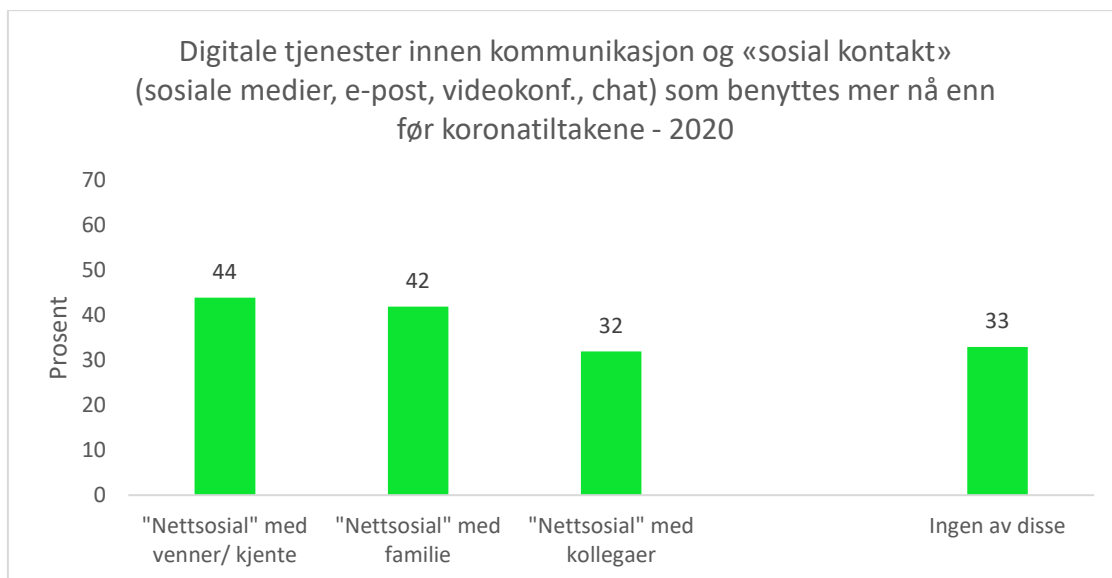
Det er enkelte kjønnsforskjeller i forbruket av disse tjenestekategoriene, slik vi ser i tabell 5-3. Spesielt for nettbasert trening og treningsinspirasjon har konsumet økt mer blant kvinner (17%) enn blant menn (6%) i perioden etter koronatiltakene. Motsatt har menn i større grad økt sitt konsum av nettbaserte spill sammenliknet med kvinner (18% vs. 11%) og av musikkstrømming (24% vs. 16%).

Ser vi på alder har en større andel i den yngste gruppen økt sitt forbruk av flere tjenestetyper sammenliknet med andre aldersgrupper. Dette gjelder blant annet forbruket av nettbaserte kurs og undervisning (30%), nettbaserte spill (33%), strømming av filmer og serier (64%), og strømming av musikk (36%). For nettbasert trening/inspirasjon er økningen størst i aldersgruppen 30-39 år (22%). Generelt sett er andelen som har økt konsumet i de fleste tjenestekategoriene lavest i den eldste gruppen (70-80 år).

5.4 Bruk av digitale tjenester innen kommunikasjon og sosial kontakt under koronakrisen

En av tjenestekategoriene der økningen antas å ha vært størst er innen nettbasert sosial kontakt. I og med at de fleste har blitt hensatt til eget hjem, og i minst mulig grad skal omgås andre fysisk, er digital kommunikasjon blitt en viktig erstatning. Sosiale medie-plattformer, som har møtt mye kritikk av ulike slag, har med ett blitt helt nødvendige for å opprettholde sosial kontakt mellom mennesker²⁹.

²⁹ <https://www.aftenposten.no/meninger/kommentar/i/0nx2BJ/krisen-i-sosiale-medier-er-for-en-gangs-skyld-mindre-enn-den-utenfor-frank-rossavik?>



Figur 5-4: Spørsmål: Benytter du i større grad nå enn før koronatiltakene digitale tjenester for kommunikasjon og «sosial kontakt»? Alle. Totalt. Prosent (N=1000).

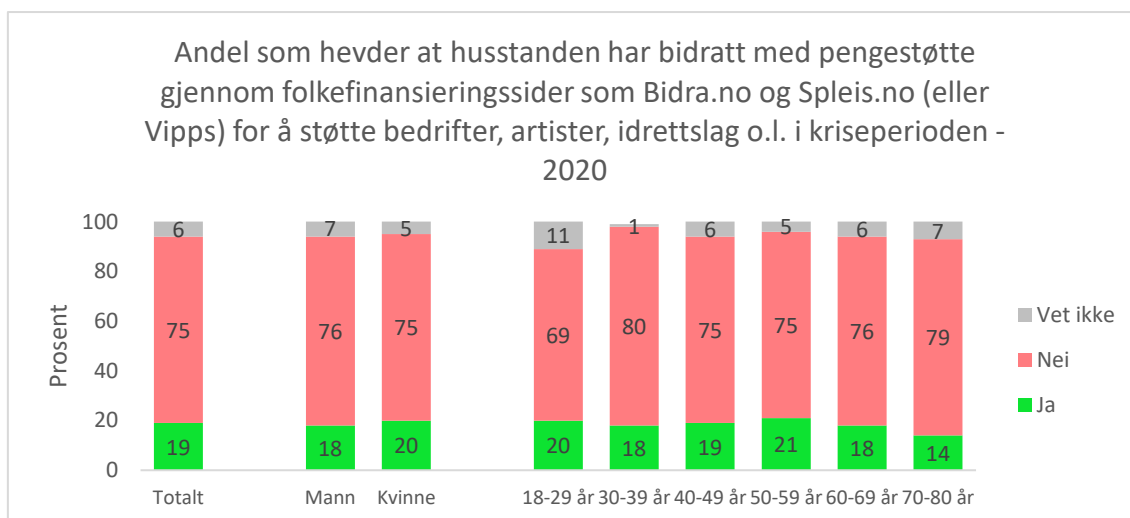
Tendensen til økt bruk av sosiale medier ser vi i figur 5-4 over. Det er 44% som under koronatiltakene i større grad er nettsosiale med venner og kjente, og 42% er mer nettsosiale med familien enn tidligere. Det er også 32% som i større grad enn før er nettsosiale med kollegaer.

Tabell 5-4: Spørsmål: Benytter du i større grad nå enn før koronatiltakene digitale tjenester for kommunikasjon og «sosial kontakt»? Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent (N=1000).

	Totalt	Mann	Kvinne	18-29 år	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60-69 år	70-80 år
BASE	1000	508	492	211	179	182	173	144	111
"Nettsosial" med venner/ kjente	42%	34%	50%	40%	50%	39%	33%	43%	48%
"Nettsosial" med familie	44%	38%	49%	62%	53%	42%	33%	27%	33%
"Nettsosial" med kollegaer	32%	32%	33%	36%	39%	43%	39%	19%	4%
Ingen av disse	33%	40%	25%	22%	27%	33%	39%	43%	39%
TOTAL	150%	144%	157%	160%	169%	157%	143%	132%	124%

Tabell 5-4 viser at det er kjønnsforskjeller i bruken av sosiale medier. En større andel kvinner enn menn har økt bruken av netjtjenester for sosial kontakt med venner og kjente (hhv. 50% vs 34%), og med familie (hhv. 49% vs. 38%) under koronakrisen. For alder er ikke mønsteret så tydelig, men de yngste ser ut til å i størst grad ha økt bruken av netjtjenester for sosial kontakt med egen familie (62%).

5.5 Støttebidrag gjennom folkefinansiering under koronakrisen



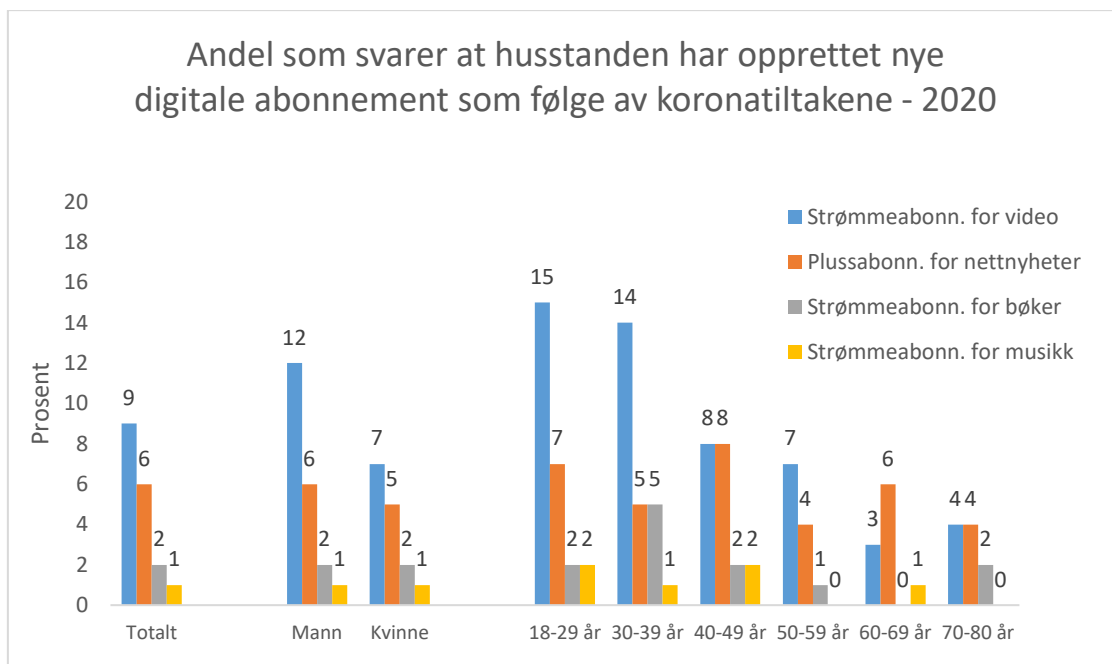
Figur 5-5: Spørsmål: Har husstanden bidratt med pengestøtte gjennom folkefinansieringssider som Bidra.no, Spleis.no eller liknende (som Vipps) for å støtte lokale bedrifter, artister, idrettslag eller andre i denne kriseperioden? Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent (N=1000).

Vi så tidligere at mange har økt sitt konsum av f.eks «live»-underholdning, og flere av disse artistene er avhengige av frivillige bidrag fra sitt nettpublikum. Det samme gjelder andre som tilbyr tjenester digitalt, og som ikke har etablerte abonnements-systemer å støtte seg på. I tillegg har mange idrettslag, foreninger og lokale småbedrifter, enten på eget initiativ eller via andre velgjørere, opprettet ulike former for folkefinansiering av egen virksomhet. Dette kan være på plattformer som Spleis.no og Bidra.no eller direkte gjennom bruk av betalingstjenesten Vipps. Selv om det hevdes at frivillig folkefinansiering sitter langt inne hos nordmenn³⁰, viser figuren over at allerede etter få uker ut i koronakrisen har nær én av fem husstander (19%) bidratt med pengestøtte til ulike formål gjennom folkefinansiering.

5.6 Nye strømme- og plussabonnement under koronakrisen

Rapporten har så lang vist at bruken av internett og nettbaserte tjenester har økt på nær sagt alle områder. Mye av bruken kan tas unna gjennom eksisterende gratis-tjenester eller betalingsabonnement. Samtidig vil mange ha behov for nye abonnement for å dekke sine og husstandens behov under koronapandemien, og mange av disse krever betaling.

³⁰ <https://www.aftenposten.no/meninger/kronikk/i/g7nVo9/kunst-kultur-og-journalistikk-kan-ikke-vaere-gratis-i-lengden-blir-det-veldig-dyrt-knut-olav-aamaas?>



Figur 5-6: Spørsmål: Har husstanden opprettet nye digitale abonnementer hjemme som følge av koronatiltakene? Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent (N=1000).

Figur 5-6 viser at 15% har opprettet ett eller flere strømme-/pluss-abonnement, mens 85% av husstandene ikke har gjort dette. Det er 9% som har fått nye strømmeabonnement for videobasert innhold, 6% har fått nye plussabonnement for nettnyheter, 2% nye strømmeabonnement for bøker, og 1% nye strømmeabonnement for musikk. Det er tydelig av figuren at de yngre aldersgruppene i størst grad har etablert nye abonnement for videostrømming.

Antall videobaserte strømmeabonnement blir stadig flere i markedet, og dermed vil innholdet til hver tjeneste delvis utvannes, ettersom flere plattformer ønsker enerett til visse typer innhold. Dette gjør at mange forbrukere vil måtte abonnere på flere tjenester for å få tilgang til det innholdet de ønsker (Slette-meås et al. 2018b). Den samme utfordringen er ikke i like stor grad til stede for strømming av musikk. For nyheter vil nok mange ha behov for å lese pluss-artikler, og dermed gå til innkjøp av nye pluss-abonnement. Samtidig har mange nyhetstjenester åpnet sine betaltjenester for gratis konsum³¹, eller låst opp enkeltartikler som omhandler «koronanyheter». Aftenposten har blant annet åpnet opp Aftenposten Junior for å gi barn mulighet til å lese tilpassede nyheter i kriseperioden³².

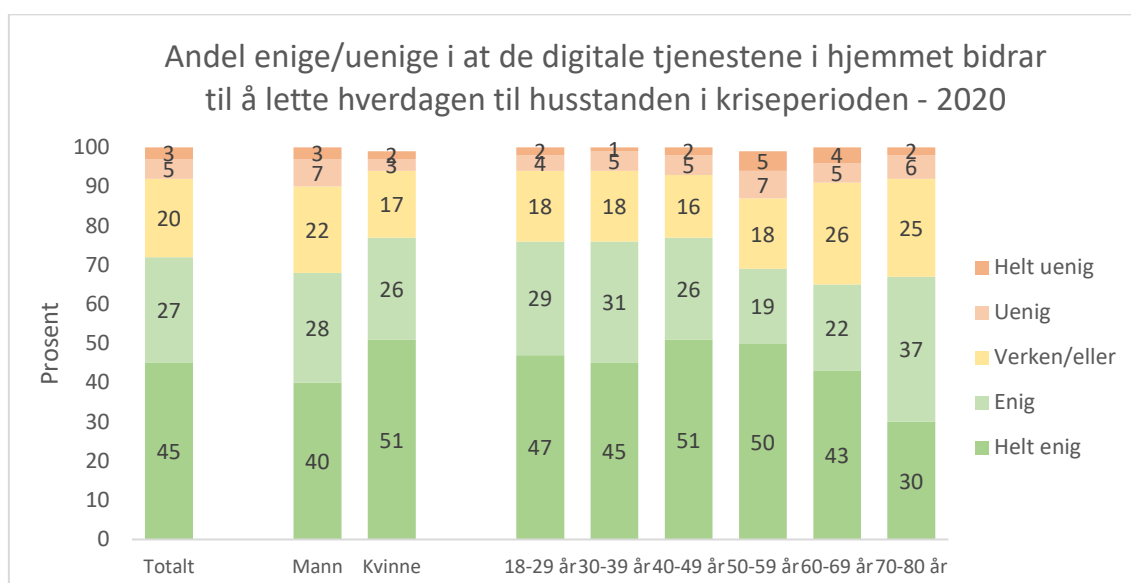
³¹ <https://www.adweek.com/digital/major-publishers-take-down-paywalls-for-coronavirus-coverage/>

³² <https://www.aftenposten.no/meninger/kommentar/i/BR1Qjw/journalistikk-koster-ogsaa-naar-koronaerammer-trine-eilertsen>

6. Nytte og avhengighet av digital tilgang i hjemmet

De siste årene har behovet for digital tilgang i hjemmet økt, i og med at stadig flere offentlige og private tjenester har blitt digitalisert mens tradisjonelle/analoge alternativer fases ut. Over tid har også bredbåndstilgangen økt i norske hjem for å klare å håndtere de store datamengdene som går inn og ut av hjemmet. Per i dag har 97% av befolkningen tilgang til bredbånd i hjemmet ifølge SSB³³. Det har i tidligere SIFO-forskning vært pekt på hvor avhengige vi er av nettilgang for å håndtere det store tjenestespekteret vi bruker regelmessig, og hvor sårbare vi er dersom ulike kriser skulle inntreffe. Dermed er nødvendigheten av å sikre kritisk infrastruktur og tjenester blitt fremhevet som en svært viktig faktor (jf. SIFO-prosjektene HOMERISK³⁴ og RELINK³⁵). Ved bortfall av kritisk infrastruktur/ tjenester vil befolkningen kunne rammes har på grunn av den stadig forsterkede avhengigheten av digitale tjenester og digital kommunikasjon. Koronakrisen er intet unntak her. Vi har derfor stilt respondentene en rekke spørsmål om husstandens behov og holdninger knyttet til den digitale tilgangen i hjemmet i krisesituasjoner.

6.1 Letter digitale tjenester hverdagen for husstander i kriseperioden?



Figur 6-1: Spørsmål: Hvor enig eller uenig er du i påstanden: De digitale tjenestene i hjemmet bidrar til å lette hverdagen til min husstand i denne kriseperioden. Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent (N=1000).

³³ <https://www.ssb.no/statbank/table/11000/>

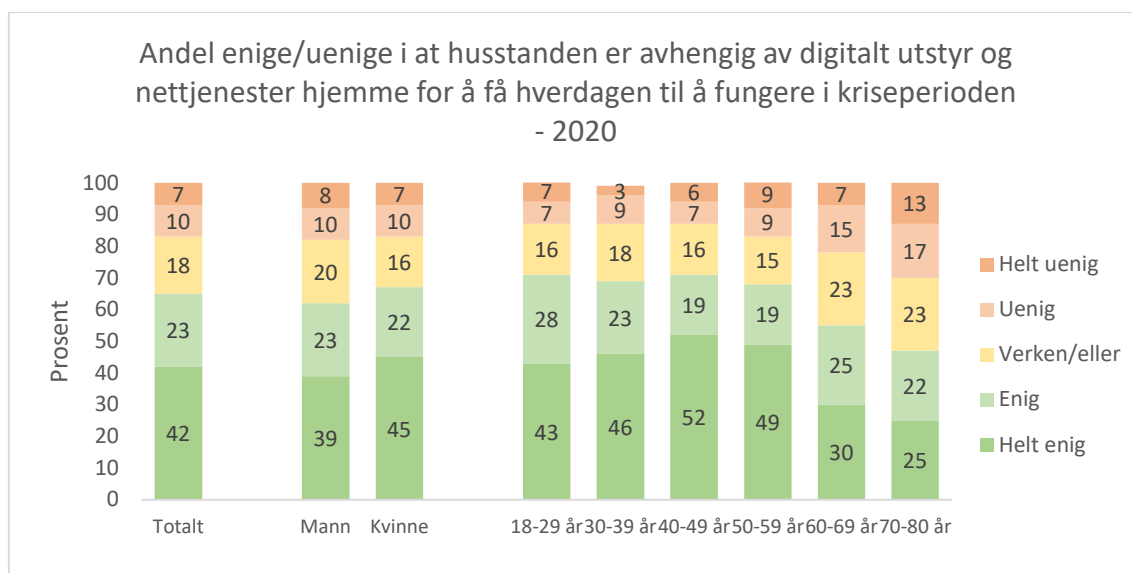
³⁴ <https://www.oslomet.no/forskning/forskningsprosjekter/homerisk>

³⁵ <https://www.oslomet.no/forskning/forskningsprosjekter/relink>

Figur 6-1 viser at 72% av respondentene er enige i at de digitale tjenestene letter hverdagen for husstanden under koronakrisen, og 45% av disse er helt enige i påstanden. Det ser ut til å være en noe større andel blant kvinner (77%) enn blant menn (68%) som er enige i dette. Det er ingen klar forskjell hvis vi ser på alder, men en tendens til at de eldre i noe mindre grad enn de yngre er enige i dette. Blant 18-29-åringene er det 76% som mener digitale tjenester letter hverdagen, mot 67% blant 70-80-åringene.

6.2 Er husstanden avhengig av det digitale i kriseperioden?

Figuren nedenfor vinkler nødvendigheten av det digitale noe sterkere enn forrige spørsmål, som omhandlet hvorvidt det digitale «lettet hverdagen». Her fokuseres det på om det digitale er nødvendig for å få hverdagen til å fungere for husstanden.

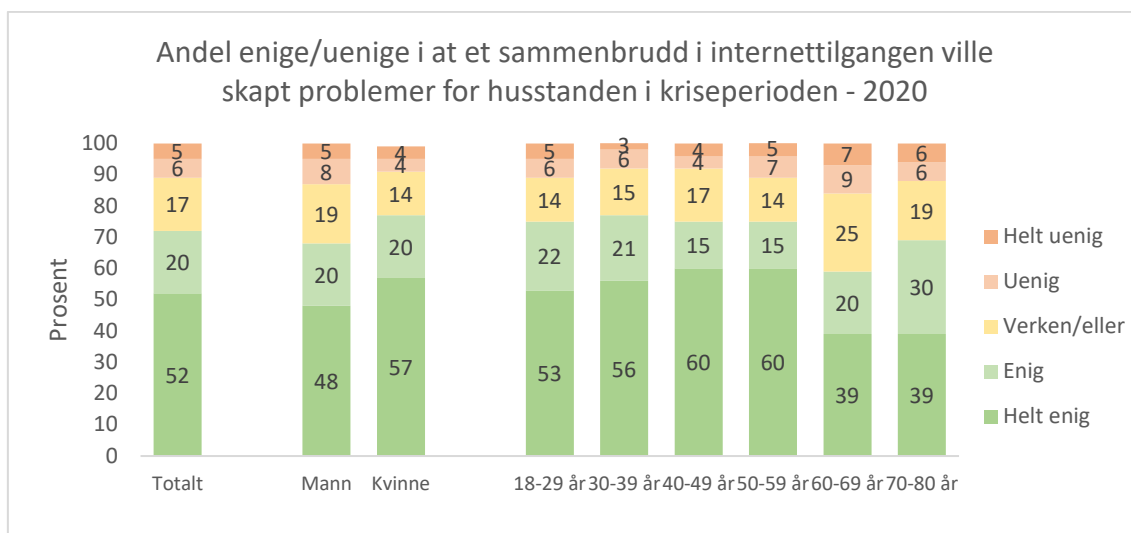


Figur 6-2: Spørsmål. Hvor enig eller uenig er du i påstanden: Min husstand er avhengig av digitalt utstyr og netjtjenester hjemme for å få hverdagen til å fungere i denne kriseperioden. Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent (N=1000).

Figur 6-2 viser at totalt 65% er enige i at de er avhengige av digitalt utstyr og netjtjenester i kriseperioden, og 42% av disse er helt enige. Det er minimale kjønnsforskjeller og ingen tydelige forskjeller på aldersvariabelen. Likevel kan det se ut til at de to eldste gruppene, 60-69 år (55%) og 70-80 år (47%), i mindre grad enn de yngre gruppene er avhengige av det digitale i kriseperioden.

6.3 Ville et sammenbrudd i internettilgangen skapt problemer for husstanden i kriseperioden?

Av figur 6-2 over fremgikk det at et flertall føler at digital tilgang hjemme er nødvendig for å få hverdagen til å fungere under koronakrisen. Dermed er det også stor sannsynlighet for at et bortfall av nettilgangen, over kortere eller lenger tid, ville oppleves som problematisk for mange. Dessuten kan analoge alternativer allerede være fjernet, mens mange fysiske kontorer, lokaler og forretninger kan være stengt i kriseperioden. Denne problemstillingen ser vi på i figuren nedenfor.

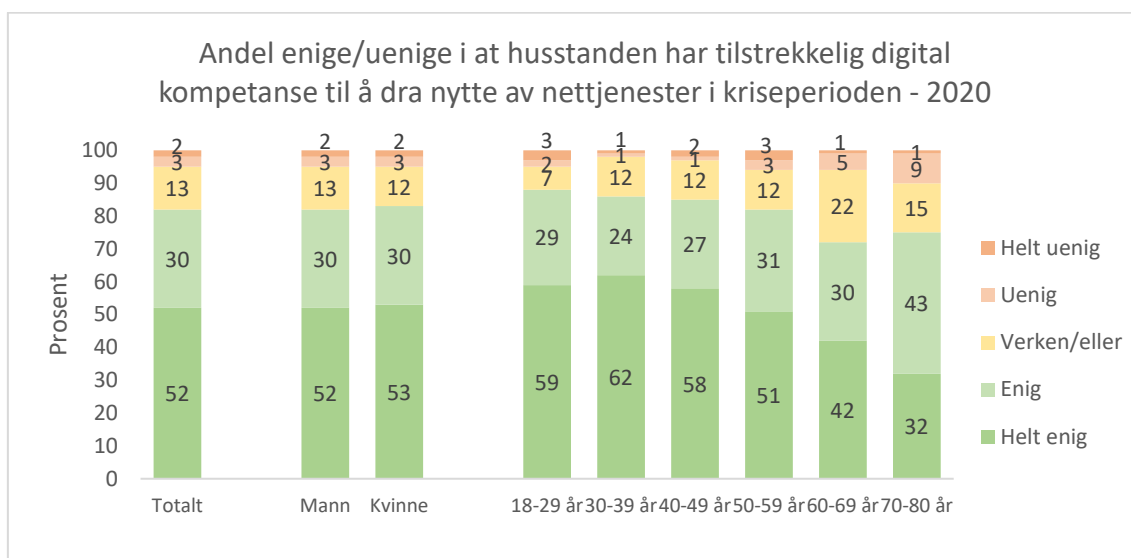


Figur 6-3: Spørsmål: Hvor enig eller uenig er du i påstanden: Et sammenbrudd i internettilgangen ville skapt problemer for min husstand i denne kriseperioden. Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent (N=1000).

Figur 6-3 viser at 72% er helt enige i at et sammenbrudd i nettilgangen ville skapt problemer for husstanden, og 52% av disse er helt enige. Blant de helt enige er det dessuten en større andel blant kvinner (57%) enn blant menn (48%). I aldersgruppen 40 til 60 år er det 60% som er helt enige i dette, mens det i aldersgruppen 60 til 80 år er det 39% som er helt enige. Det kan igjen tyde på at de eldste har måter å håndtere hverdagen på som i mindre grad er digitalt baserte sammenliknet med de yngre.

6.4 Har husstanden tilstrekkelig digital kompetanse i kriseperioden?

Figur 6-1 til 6-3 har vist at flertallet av respondentene mener det digitale er både nyttig og nødvendig i hverdagen, og at et sammenbrudd i nettilgangen for mange kan skape problemer. Samtidig kreves det omfattende digital kompetanse for å kunne håndtere alle de digitale tjenestene som tilbys. Med koronakrisen ble dessuten en del digitale tjenester hastelansert for å kompensere for nedstengte alternativer og krav til sosial distansering, og dette er nye tjenester som folk må sette seg inn i.

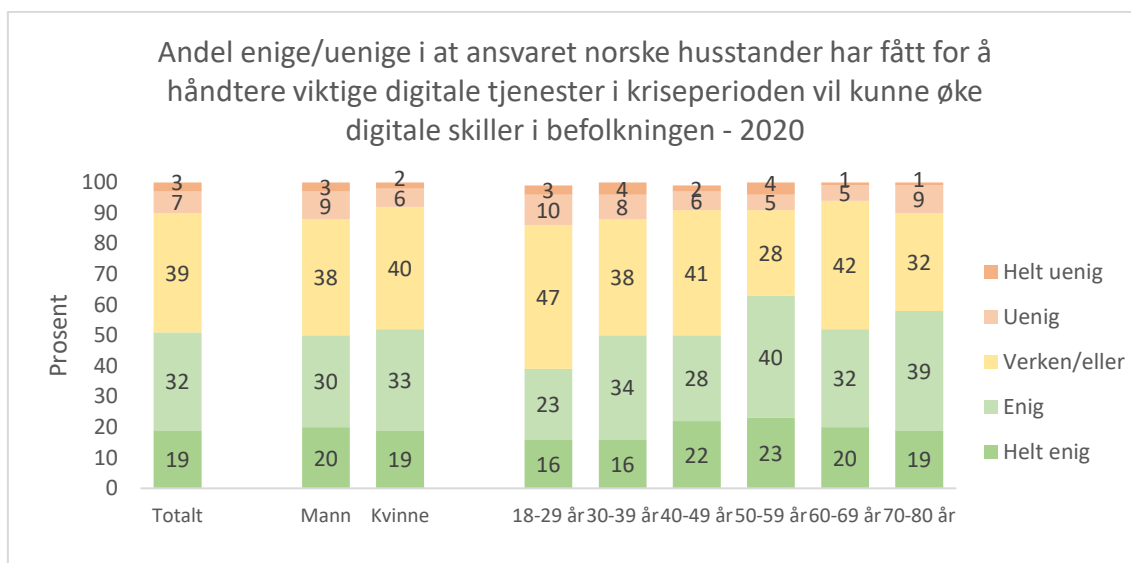


Figur 6-4: Spørsmål: Hvor enig eller uenig er du i påstanden: Min husstand har tilstrekkelig digital kompetanse til å dra nytte av de tjenestene som tilbys over internett i denne kriseperioden. . Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent (N=1000).

Figur 6-4 viser at de aller fleste mener at de selv, og husstanden, har tilstrekkelig digital kompetanse til å håndtere og dra nytte av de nettbaserte tjenestene som tilbys i kriseperioden. Det er 82% som er enige eller helt enige i denne påstanden. Her er det jevnt mellom kjønnene, men en tendens til at eldre føler seg mindre kompetente, spesielt de over 60 år. Det er likevel 72% blant 60-69-åringene og 75% blant 70-80-åringene som er enige i at husstanden har tilstrekkelig kompetanse. I den eldste gruppen (70-80 år) er det 10% som er uenige i påstanden, og som dermed mener at kompetansen ikke er god nok.

6.5 Vil husstandenes ansvar for å håndtere digitale tjenester i kriseperioden kunne øke digitale skiller?

En utfordring samfunnet står overfor i og med rask digitaliseringstakt er forsterking av eksisterende digitale skiller mellom ulike sosiale grupper. I en krisesituasjon som krever rask omstilling – også digitalt – vil utfordringen knyttet til digital skilleproblematikk kunne øke. Vi ønsker derfor å undersøke befolkningens tanker rundt denne problemstillingen, som ikke nødvendigvis angår deres eget hushold, men samfunnet i et større perspektiv.



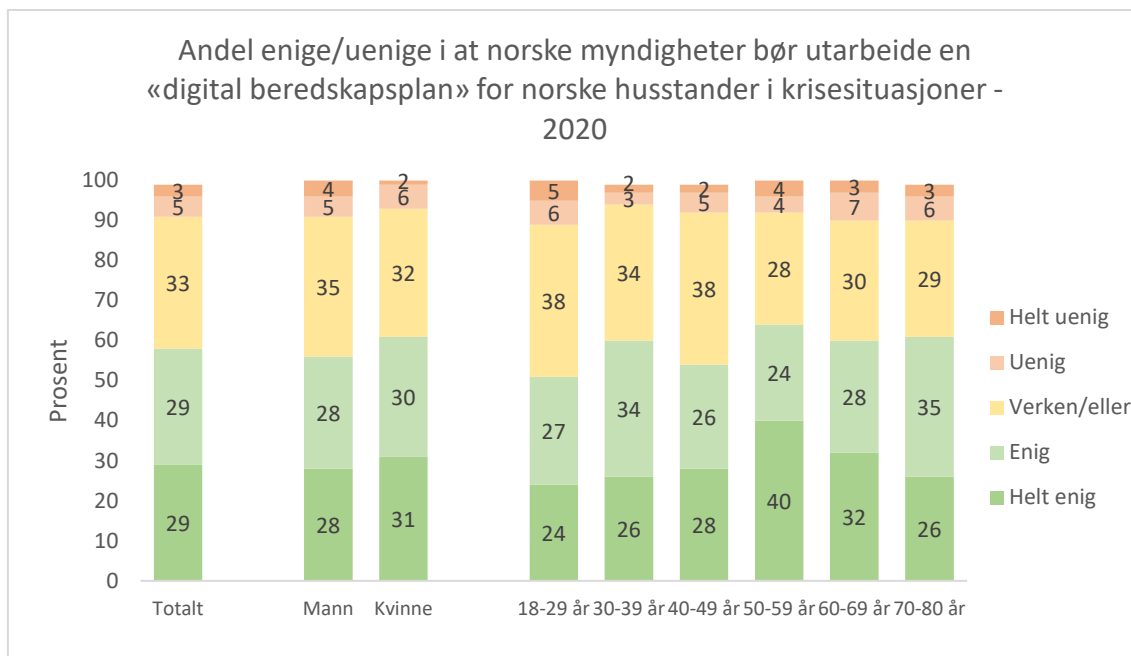
Figur 6-5: Spørsmål: Hvor enig eller uenig er du i påstanden: Ansvaret norske husstander har fått for å håndtere en rekke viktige digitale tjenester i denne kriseperioden vil kunne øke det digitale skillet i befolkningen. . Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent (N=1000).

Det er rundt halvparten av respondentene (51%) som er enige i påstanden om at det store ansvaret som nå påligger husstandene i å håndtere de fleste aktiviteter digitalt kan bidra til å øke det digitale skillet i befolkningen (figur 6-5). Det er ingen klare kjønnsforskjeller i svarene. Det er noe ulikheter mellom aldersgruppene. For eksempel er 39% i alderen 18-29 år enige i påstanden mot 63% i alderen 50-59 år. Det er 10% totalt sett som er uenige i påstanden.

6.6 Bør det utarbeides en digital beredskapsplan for norske husstander i krisesituasjoner?

I forlengelsen av problemstillingen over, der omfanget av tjenester som nå må håndteres digitalt hjemmefra øker, kan det stilles spørsmål ved hvorvidt den enkelte husstand er godt nok digitalt forberedt i denne type krisesituasjoner. Når myndigheter oppfordrer/krever at befolkningen skal holde seg mest mulig seg hjemme, og benytter omfattende nedstenging og krav til sosial distansering av smittevern hensyn, impliserer dette også en forventning om at husstanden skal klare seg selv med hjemmet som «kommandosenter» for tjenestehåndtering.

Dette innebærer forventinger om tilstrekkelig digital infrastruktur og utstyr, omfattende digital kompetanse, og gode rutiner for trygg og sikker bruk av både enkle og komplekse digitale tjenester. Mens mange bedrifter og organisasjoner har beredskapsplaner for dette, finnes ikke slike planer på husstands nivå. Dette kan virke paradoksalt når hjemmet nå anses som en av de viktigste enhetene for å få samfunnet til å gå rundt (hjemmekontor, hjemmeskole, tjeneste-håndtering, etc).



Figur 6-6: Spørsmål: Hvor enig eller uenig er du i påstanden: Norske myndigheter bør utarbeide en «digital beredskapsplan» for norske husstander i slike krisesituasjoner, som foreskriver hva slags digitalt utstyr, tjenester og sikkerhetsregler som er nødvendige for å fungere trygt under lengre kriser – og hva myndighetene skal ta ansvar for. Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent (N=1000).

Figur 6-6 viser fordelingen av svarene på spørsmålet om hvor enige respondentene var i at myndighetene burde utarbeide en «digital beredskapsplan» for norske husstander, som foreskriver hva slags digitalt utstyr, tjenester og sikkerhetsregler som er nødvendige for å fungere trygt under lengre kriser – og hva myndighetene skal ta ansvar for. Beredskapsplaner kan også spesifisere hva som må gjøres dersom den digitale infrastrukturen bryter sammen, og hvilke alternativer man står igjen med.

Et flertall (58%) er enige i at myndighetene bør utarbeide en digital beredskapsplan for husstander, slik at dette ansvaret ikke påligger det enkelte hushold og dets ressurs situasjon. Det er samtidig en stor andel (33%) som har svart nøytralt (verken/eller) på spørsmålet, mens 8% er uenige i dette. For sistnevnte svarkategori kan dette enten bety at de mener slike beredskapsplaner ikke trengs, eller at myndighetene ikke skal/bør ta ansvaret for dette. Det er her ingen tydelige kjønns- eller aldersforskjeller i svarene.

7. Smittesporings-app for befolkningen

Det å bære med seg en smarttelefon har blitt en naturlig del av den norske befolkningens hverdagsliv. I en husstand har de aller fleste i dag en smartmobil, også de aller yngste. Per 2018 viser tall fra SSB³⁶ at 95% av befolkningen har tilgang til en smarttelefon.

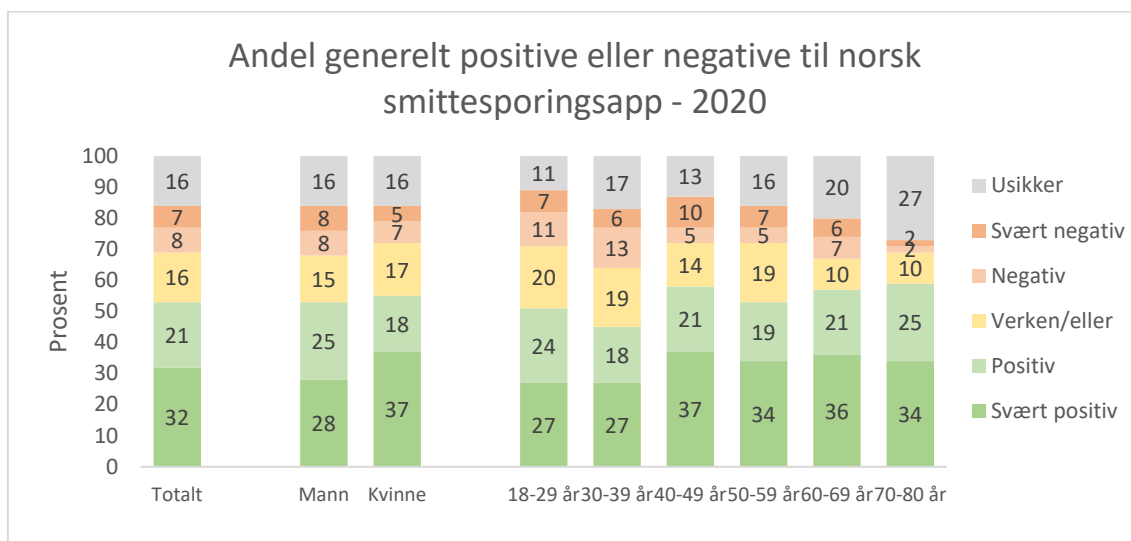
I perioden før denne surveyen ble igangsatt (datainnsamling 1.-7. april 2020), var det noe mediedebatt i Norge knyttet til lanseringen av en fremtidig app for smittesporing i befolkningen. Bruken av en slik app forutsetter at brukeren har en smarttelefon. Navnet «Smittestopp» var fremdeles ikke offentliggjort på dette tidspunktet, men selve intensjonen og innretningen på appen ble diskutert i media. Ettersom det ble fremlagt estimater om at rundt 60% av befolkningen burde laste ned og bruke appen for at den skal gi ønsket effekt, ville SIFO undersøke stemningen i befolkningen rundt en slik app; hvor positive/negative befolkningen var, vilje til å laste ned denne type app, og eventuelle personvernsbekymringer knyttet til en såpass omfattende sporing og kartlegging av befolkningens bevegelses- og kontaktmønster.

Respondentene fikk en introduksjonstekst om appen før spørsmålene ble stilt. Basert på denne teksten, egne vurderinger, samt kunnskap fra det de selv har lest i mediene, ble respondentene bedt om å svare på tre spørsmål om den kommende smittesporings-appen. Introduksjonsteksten så slik ut (denne var kortfattet og basert på innhold presentert i norske medier):

Folkehelseinstituttet lager nå en app for sporing av koronasmitte. Om du har vært nær en smittet person vil du få varsel på smarttelefonen. Appen skal være frivillig å installere og dataene som samles inn vil bli lagret i en sentral database i 30 dager med detaljer om hvor brukerne har beveget seg og hvem de har møtt. Deretter vil detaljene slettes, bortsett fra overordnet statistikk.

³⁶ <https://www.ssb.no/statbank/table/05244/>

7.1 Positive eller negative til smittesporings-app

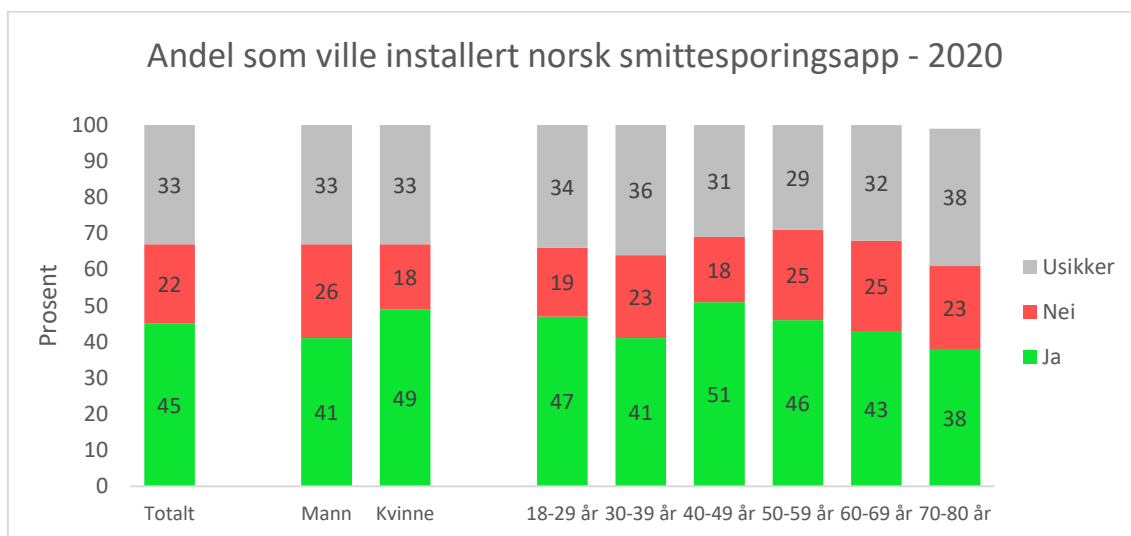


Figur 7-1: Spørsmål: Er du generelt positiv eller negativ til en slik smittesporings-app? Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent (N=1000).

Figur 7-1 viser at 53% av respondentene totalt sett er positive til en smittesporings-app, hvorav 32% er svært positive. Samtidig er det 16% som har svart «nøytralt» (verken/eller) og 16% er usikre. Det er dessuten 15% som er negative til denne type app, hvorav 7% er svært negative.

Ser vi på kjønn er det liten forskjell på andel positive, mens blant de svært positive er andelen større blant kvinner (37%) enn blant menn (28%). For alder er det ikke store variasjoner, men hvis vi ser på de mest positive er det færrest i alderen 18-39 år (27%), mens andelen varierer mellom 34% og 37% i aldersgruppen over 40 år. Det er også flest negative blant de yngste, selv om andelen her er relativt lave (18% i alderen 18-29 år, og 19% i alderen 30-39 år), mens det er færrest negative (4%) blant de aller eldste (70-80 år). Samtidig ser vi at andelen som svarer «usikker» varierer mellom aldersgruppene, og at den er betydelig større blant de eldste enn de yngste (f.eks 11% usikre blant 18-29-åringene mot 27% usikre blant 70-80-åringene).

7.2 Interesse for å laste ned og bruke smittesporings-app



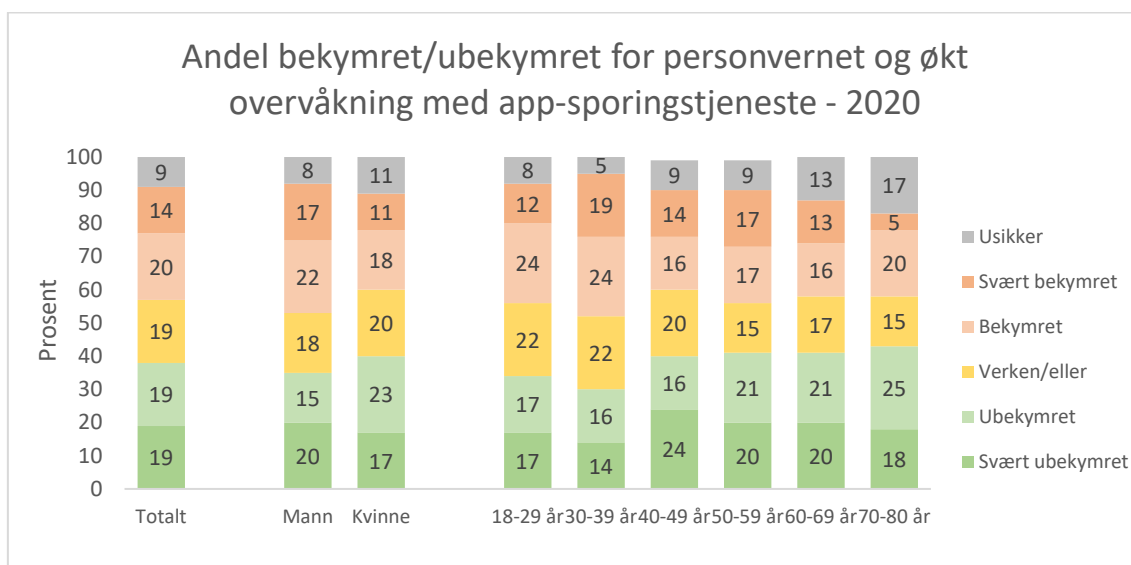
Figur 7-2: Spørsmål: Ville du selv installert denne appen? Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent (N=1000).

I figur 7-2 over har vi loddet stemningen for å laste ned en smittesporings-app. Det er 45% totalt sett (per 7. april 2020) som sier de ville lastet ned denne appen. Det er en noe større andel blant kvinner (49%) enn blant menn (41%) som ønsker dette. For alder er ikke mønsteret entydig. Det er flest i alderen 40-49 år (51%) som sier de ville lastet ned appen, og færrest i alderen 70-80 år (38%).

Videre er det 22% totalt som ikke ønsker å laste ned appen, og en større andel blant menn (26%) enn blant kvinner (18%). På aldersvariabelen er det ingen tydelige forskjeller. Det er også en stor andel (33%) som er usikre på eventuell app-installasjon. Her er det ingen kjønnsforskjell og små forskjeller på alder. Det er færrest usikre blant 50-59-åringene (29%) og flest usikre blant 70-80-åringene (38%).

7.3 Bekymring for personvern og overvåking med en smittesporings-app

Til slutt ønsket vi å avdekke folks eventuelle bekymringer rundt personvern og økt overvåking av befolkningen med en slik smittesporings-app. Det er en generell problemstilling, både politisk og forskningsmessig, at smarttelefoner og apper bidrar til å generere mye persondata om brukere, og sporing av deres bevegelser og handlingsmønstre. I norsk sammenheng har denne problematikken vært tettest knyttet til de store globale tech-selskapene og deres apper og plattformer, men også til norske myndigheters tjenester. I figur 7-3 nedenfor ser vi på variasjoner i svarene knyttet til personvern og overvåking.



Figur 7-3: Spørsmål: Ville du vært bekymret for personvernet og økt overvåking av norske borgere med en slik sporingstjeneste? Alle. Totalt og etter kjønn og alder. Prosent (N=1000).

Figur 7-3 viser at 34% er bekymret for personvern og overvåking med en smittesporingsapp, mens 38% er ubekymret. Det er 19% som har svart nøytralt (verken/eller), mens 9% er usikre. Det er små forskjeller på kjønnsvariabelen, men en tendens til at menn (39%) er noe mer bekymret for personvernet og myndighetsovervåking enn kvinner (29%). På aldersvariablene er den ingen tydelige forskjeller.

Referanser

Daus, Stephan, Arne Martin Fevolden, Mona Nedberg Østby og Michael Spjelkavik Mark (2019). *Indikatorer for digital deltakelse og kompetanse i den voksne befolkningen. Vurderinger av rammeverk, eksisterende datakilder og nye indikatorer*. NIFU arbeidsnotat 2019:8. Oslo: NIFU.

Medietilsynet (2020). *Barn og medier 2020. Om sosiale medier og skadelig innhold på nett*. Fredrikstad: Medietilsynet.

Morley, David (2000). *Home Territories: Media, Mobility and Identity*. New York: Routledge.

Slette-meås, Dag (2014). *IKT-bruk i befolkningen og barrierer for digital inkludering. En kunnskapsoppsummering*. SIFO oppdragsrapport nr.2-2014. Oslo: SIFO.

Slette-meås, Dag og Ingrid Kjørstad (2016). *Nyheter i en digitalisert hverdag. En landsdekkende undersøkelse av ungdom og unge voksnes medierelaterte praksiser og nyhetskonsum via smarttelefon, sosiale medier og nyhetsaggregatorer*. SIFO oppdragsrapport nr.10-2+16. Oslo: SIFO.

Slette-meås, Dag, Henry Mainsah og Lisbet Berg (2018a). *Eldres digitale hverdag. En landsdekkende undersøkelse om tilgang, mestring og utfordringer i informasjonssamfunnet*. SIFO oppdragsrapport nr.18-2018: Oslo: SIFO/OsloMet.

Slette-meås, Dag, Henry Mainsah og Lisbet Berg (2018b). *Plattformøkonomien. En landsdekkende undersøkelse om bruk av strømme-, booking-, bruktomsetnings- og delingstjenester*. SIFO oppdragsrapport nr.11-2018. Oslo: SIFO/OsloMet.

Schiro, Emma C. (2018). *Norsk Mediebarometer 2018*. Oslo-Kongsvinger: SSB.

Forbruksforskningsinstituttet SIFO ved OsloMet – storbyuniversitetet har et spesielt ansvar for å bidra til kunnskapsgrunnlaget for forbrukerpolitikken i Norge og skal utvikle ny kunnskap om forbruk, forbrukerpolitikk og forbrukernes stilling og rolle i samfunnet.

SIFOs kjerneområder er:

- Bærekraftig forbruk
- Digital hverdag
- Mat og klær
- Markedsbasert velferd