

TELE2



Ny undersökning: Så påverkas julstämningen av digitaliseringen

Var tredje svensk irriteras av "julskryt" i sociala medier

Många svenskar irriteras av "perfekta" julbilder i sociala medier och störs av att nära och kära använder mobilen under firandet. Samtidigt säger de flesta att digitaliseringen underlättar förberedelser inför julen. Det visar en ny undersökning av Tele2 utförd av Kantar Sifo* om svenskarnas jultraditioner i en digital tid.



Julen är en tid att samlas med familj och vänner, men den ständiga uppkopplingen öppnar också för nya digitala jultraditioner. En knapp femtedel av svenskarna har noterat att användandet av digitala enheter ökar för varje jul som går, och 8 av 10 räknar med att ha skärmtid på julafton. Var tredje svensk har känt sig irriterad på att andra använt skärm i stället för att vara närvarande i stunden på julen, men endast var tionde svensk säger att de själv distraherats av skärmen.

Men många anser också att skärmarna tillför något till julfirandet. Varannan svensk menar att digitaliseringen underlättar förberedelser för julen, såsom inköp och planering. Kontakten med nära och kära underlättas - hela 7 av 10 använder mobilen för att kommunicera med familj och vänner på julen. Att dokumentera julen görs av 63 procent och 38 procent använder sina mobiler för att skapa julstämning i hemmet, exempelvis genom musik och belysning. Det är bestyr som främst sköts av kvinnorna –

fota och filma är exempelvis något 7 av 10 kvinnor gör, jämfört med hälften av männen.

- Svenskarna verkar ha en kluven attityd till skärmanvändande och sociala medier på julen. Många är tacksamma för hur våra skärmar underlättar organisationen av firandet och kontakt med nära och kära. Medan andra kan bli stressade över det perfekta och tillrättalagda innehållet de ser i sina flöden, säger Lisa Thorell, professor i psykologi vid Karolinska Institutet.

Och en stor del av bilderna och filmerna som tas på jul hamnar i sociala medier. 4 av 10 svenskar säger sig dela julögonblick på plattformar som Instagram och Facebook. Samtidigt är så kallat "julskryt", delande av till synes perfekta julbilder i sociala medier, ett irritationsmoment för en knapp tredjedel, och en tiondel känner att deras jul påverkas negativt av att se andras delningar i sociala medier. Femton procent känner även att sociala medier bidrar till att öka den ekonomiska stressen inför julens inköp.

Vilken jultradition tror du kommer dö ut som en följd av digitaliseringen?

- "Gå och köpa tidningen", 51 %
- Kolla på Kalle Anka klockan 15, 36 %
- Tro på tomten, 22 %

Vilket julögonblick delar du helst i sociala medier?

- Matlagning och bak, 20 %
- Jullunch, 19 %
- Familjebild, 17 %
- Pynta, 15 %
- Klä granen, 15 %

Vem vill du helst få en julhälsning av?

- Kungen, 35 %
- Kronprinsessan, 35 %
- Tareq Taylor, 20 %
- Babben Larsson, 19 %
- Zlatan, 17 %

Ny teknik kan minska julstressen

Undersökningen visar också att varannan svensk är irriterad på att julen "tjuvstartas", och en tiondel har varit tvungen att göra sista minuten-inköp på grund av att julgodiset ätit upp för tidigt. 4 av 10 erkänner att de smygätit julchoklad före jul.

För att bidra till att minska julstressen har Tele2 utvecklat Chocolate Bytes, en uppkopplad chokladask som upptäcker pralintjuven innan godiset är slut. Chokladasken har en sensor som känner av om locket öppnas och pingar din mobil. Du kan befinna dig i ett annat rum eller på jobbet och ändå ha koll på om asken öppnas.

Chocolate Bytes by Tele2 finns i ett exemplar och är tillgänglig för konsumenter att vinna via en tävling i sociala medier. För mer information besök <http://www.tele2.se/nyheter/chocolate-bytes>.

Kontakt: Jessica Hjalmered, Senior Communication Manager, Tele2, +46 (0)8 121 47 400, jessica.hjalmered@tele2.com

Följ Tele2 på vårt pressrum: www.tele2.com/sv/media

*Om undersökningen

Tele2-undersökningen genomfördes av Kantar Sifo i Kantar Media webbpanel (Sifopanelen) under perioden 11–14 november 2023. Totalt intervjuades 1072 personer i åldern 18–79 år, varav 1029 uppgav att de firade jul. Webbpanelen är riksrepresentativt rekryterad utifrån slumpmässiga urval. Det förekommer ingen självrekrytering i Kantar Medias webbpanel (Sifopanelen).

Om Tele2

Tele2 är ett ledande telekombolag med syfte att möjliggöra ett samhälle med obegränsade möjligheter. Genom våra nätverk och tjänster — som sträcker sig från bredband, datanät, mobil- och fast telefoni till TV, streaming och globala IoT-tjänster — är vi djupt sammankopplade med alla delar av dagens digitala livsstil. Genom att göra vår infrastruktur mer kraftfull, säker och hållbar möjliggör vi samma slags utveckling av samhället. Tele2 grundades 1993 och är noterat på Nasdaq Stockholm. Under 2022 omsatte bolaget 28 miljarder kronor, med en underliggande EBITDAaL på 10 miljarder kronor. För de senaste nyheterna och finansiella definitioner, vänligen se vår hemsida www.tele2.com.