

Olle Findahl

Svenskarna och Internet

2009

Svenskarna och Internet 2009

Digital version 1.0

© World Internet Institute 2009

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

Vid referat av texter, tabeller och diagram skall källa anges enligt följande:

”Källa: World Internet Institute, Svenskarna och Internet 2009”

Vid bearbetning av verket ska WII:s och .SE:s logotyper och grafiska element samt fotografier avlägsnas från den bearbetade versionen. De skyddas enligt lag och omfattas inte av Creative Commons-licensen enligt ovan.

Författare: Olle Findahl

Ansvarig utgivare: Jan Elvelid

Formgivning, layout och redigering: Jessica Hammerin Nordin

Foto: © Dorian S, Ronnie Seasons m fl

ISBN: 978-91-85291-14-4

ISSN: 1652-3172

World Internet Institute

Postadress: Box 975, 801 33 Gävle

Besöksadress: Teknikparken, Nobelvägen 2, Gävle

Telefon: 026-222 24 44

E-post: info@wii.se

Webbplats: www.wii.se

Innehåll

| | | |
|------------|--|-----------|
| | Förord | |
| | Sammanfattning | |
| 1. | Internets spridning | 9 |
| | Uppkopplingstyper, bredbandspenetration, tillgång på olika platser, skäl till att inte ha Internet, vilka som använder, digital klyfta | |
| 2. | Användningen av Internet | 16 |
| | Daglig användning, tidsåtgång, frekvens, Internetberoende | |
| 3. | Internet via mobiltelefonen | 20 |
| | Mobiltelefon, mobilt Internet, mobilanvändning | |
| 4. | Vanliga Internetaktiviteter | 22 |
| | Information, underhållning, kommunikation, e-legitimation, eget deltagande, vardagsaktiviteter, lärande, nyttoaktiviteter | |
| 5. | Kommunikation med bloggar och communities | 27 |
| | e-post, instant messaging, bloggande, chat, communities (inkl. sociala nätverk) | |
| 6. | Globalt, nationellt, lokalt och personligt | 34 |
| | Geografisk använd, vilka man kommunicerar med, personliga kontakter, lokalt, nationellt, internationellt | |
| 7. | Traditionella medier på Internet | 38 |
| | Radio, TV, Tidningar, Internetradio, streaming video | |
| 8. | Internet för information och politik | 43 |
| | Politisk information, nyheter, internationella jämförelser, demokrati | |
| 9. | Män och kvinnor | 49 |
| | Män och kvinnor, pojkar och flickor, tidsåtgång, digital kompetens, attityd till teknik, bloggande, fildelning | |
| 10. | De som står utanför | 55 |
| | Framtida spridning, digitala klyftor, ex-användare, skäl för icke-användning, konsekvenser av icke-användning, barriärer | |
| 11. | Avslutning | 63 |
| | Referenser | |
| | Metod | |
| | Tabeller | |
| | Index | |

Förord

Internet har gått från att vara en enskild teknisk företeelse till ett fenomen som förändrar och förändras i interaktion med individer, organisationer och hela vårt samhälle. Genom att föra fram individens och hushållets perspektiv ska vi vara med och bidra till en mera nytto- och användardriven utveckling i samhället.

Svenskarna och Internet är en objektiv beskrivning av hur Internetanvändningen ser ut i samhället och numer sprids i tusentals exemplar årligen. Det ska vara ett beslutsunderlag för politiker, företagsledare, forskare eller för vem som helst som står inför ett kunskapsbehov när det gäller användningen av Internet och media. Förra året 2008, hade vi möjligheten att för första gången utöka vårt urval till att omfatta ungdomar ner till 12 års ålder och genom frågor till föräldrar, få information om de allra yngsta barnen. Att gruppen barn och ungdomar är viktiga att studera och förstå, råder det inget som helst tvivel om. Detta arbete är viktigt och har fortsatt även i årets studie. Vi har genomfört ett extraurval på ungdomarna för att få ett bättre statistiskt underlag när vi betraktar dem som enskild grupp. Resultaten kommer inom kort att presenteras mera ingående i rapporten ”Unga Svenskar och Internet”.

En annan grupp som på många sätt blir mer och mer relevant att studera är icke-användarna, samtidigt som de utgör en minoritetsgrupp i urvalen. Ska vi arbeta för att skapa ett informationssamhälle för alla, behöver vi förstå situationen för icke-användaren. Vi behöver kunskap om huruvida de valt att vara icke-användare eller tvingats till det, varför vissa väljer det, vilka barriärer som finns för att bli användare och hur dessa kan överbyggas. Även här har vi kompletterat årets datainsamling med extraurval.

År 2000 var vi med och startade World Internet Project. Ett internationellt nätverk och en studie som idag innefattar närmare 30 länder runt om i världen. Projektet startades av flera olika anledningar, stora som små. Vi såg hur Internet börjat påverka oss och hur informations- och kommunikationstekniken skulle komma att förändra samhället på många olika områden. Ett av dessa områden vi såg påverkas, men som också skulle förändras ytterligare framöver, var hur människor umgicks och kommunicerade. Det fanns flera olika hypoteser där man å ena sidan diskuterade hur "Internet och datorer kan göra att folk inte träffar varandra och vi blir asociala". Oroande och farligt kändes det nästan, medan man å andra sidan såg stora möjligheter för människor att utveckla sin sociala tillvaro.

Det tog inte allt för länge innan vi började se i våra studier hur Internetanvändning inte verkade ha något samband med minskat socialt umgänge, tvärtom såg vi till en början hur människor som använde Internet också verkade ha mera sociala kontakter med andra. Idag är detta mer sant än någonsin tidigare – så länge som vi räknar in kontakter med andra människor via nätet i socialt umgänge.

Idag är sociala nätverk, kommunikation och information mellan människor en av de företeelser som förändras mest på Internet. När den trettonåriga sonen kommer hem från skolan och ska umgås med kompisar idag, är det inte nödvändigtvis så att de åker hem till varandra. Förr var det så, bara för något år sedan faktiskt. Idag ser vardagen annorlunda ut. Med olika plattformar för umgänge och kommunikation umgås man lika mycket, om inte mer, men inte ansikte mot ansikte utan mer via Internet. Att den sociala dimensionen är viktig märks vid de tillfällen när han sätter sig för att spela och hans

kompisar inte är online, då stänger han av datorn och väntar på de andra.

Men det är inte bara vardagen för trettonåringen som förändras. Vi ser hur sociala nätverk, bloggar och andra former av användargenererat innehåll används för allt fler ändamål och hur det går uppåt i åldrarna bland användarna.

Frågor om upphovsrätten och fildelning är fortfarande ett delvis problematiskt område på Internet men där vi för första gången ser ett trenderbrott med t.ex stagnerad fildelning och ökning av alternativa tjänster för att ta del av digital innehåll. Här börjar olika branscher ta till sig möjligheterna med Internet för att driva sina verksamheter och tillgodose användarnas behov i större utsträckning än tidigare. Många förstår nu att de kommer tvingas till förändring, vare sig de vill eller inte, även om det fortfarande finns många som inte insett hur stora förändringar vi faktiskt står inför. För att Internet på ett eller annat vis förändrar tillvaron för de flesta av oss rådet det inget större tvivel om – vi beskriver hur.

Janne Elvelid, VD
World Internet Institute

Danny Aerts, VD
.SE – Stiftelsen för
Internetinfrastruktur

Sammanfattning

Svenskarna och Internet 2009

Spridningen av Internet fortsätter, men nu mycket långsamt. Det tillkommer fortfarande nya användare, men de största förändringarna har skett hos de redan erfarna användarna. Allt fler av dem har blivit dagliga användare.

Internettillgången ökar

86% av befolkningen över 16 år har tillgång till en dator i hemmet. 83% har tillgång till Internet och 78% av befolkningen har tillgång till bredband, vilket betyder att 95% av Internetanvändarna är uppkopplade via bredband. 9% av befolkningen har tillgång till mobilt bredband, vilket motsvarar 22% av de som har bärbar dator.

Hemmet viktigaste platsen för Internet

Idag har nästan alla som har tillgång till Internet, tillgång hemma. Endast 2% har tillgång endast på arbetet. Däremot är det 24% av befolkningen som bara har tillgång till Internet i hemmet. Därmed har tyngdpunkten i svenska folkets Internetanvändning, som tidigare låg på arbetsplatserna, flyttat över till hemmen.

Det dagliga användandet ökar

2003 var 25% av befolkningen dagliga användare, 2007 var det 49% och idag är denna siffra 62%, vilket motsvarar 78% av Internetanvändarna. Att använda Internet ingår i de dagliga rutinerna för många. I åldersgrupperna 16 – 35 år är över 80% dagliga användare.

Ungdomarna de flitigaste Internetanvändarna

Både vad gäller frekvens och tid som man ägnar åt Internet är det ungdomarna mellan 16 och 25 år som är flitigast. De använder Internet också i skolan, hos vänner och en viss användning sker också i offentliga lokaler. Ju yngre man är desto mer tid tillbringar man med Internet tillsammans med vänner.

De flesta förskolebarn växer upp med Internet

Småbarnsföräldrarna tillhör idag en van Internetgeneration som dagligen är uppkopplad till Internet. Deras barn växer upp med dator och Internet som en självklar del i hemmet precis som radion och televisionen. För tre-fyra år sedan låg genomsnittsåldern, då 50% hade börjat använda Internet, kring nio år. Förra året låg denna gräns vid fem år och 2009 ligger gränsen närmare fyra år.

Genomslaget för mobilt Internet dröjer

Till skillnad från i Japan har mobilen ännu inte blivit en naturlig inkörsport till Internet. De flesta har en mobiltelefon med Internetanslutning men endast två av tio (18%) utnyttjar denna möjlighet. Här finns inte ungdomar som driver på, utan det är de yngre och medelålders männen, 26-45 år, som är de flitigaste användarna av Internet via mobiltelefon.

Praktisk nytta står i förgrunden

Förutom e-posten, nyheter och tidningsläsning online är det den praktiska nyttan som står i förgrunden när man går online. En stor majoritet av alla användare utnyttjar idag Internet för att kolla tidtabeller, skaffa produktinformation, kolla fakta, informera sig om resor, betala räkningar, handla varor, köpa biljetter, slå upp ord etc. Framför allt är det de unga, som ofta är ute på nätet, som utnyttjar dessa möjligheter.

Internet ger underhållning till de unga

De stora skillnaderna mellan generationerna återfinns i användningen av Internet för underhållning. För de äldre och medelålders är Internet ingen källa för underhållning. För de yngre däremot är Internet minst lika mycket ett underhållningsmedium som ett informations- och kommunikationsmedium.

Allt mer av kommunikation

Genomgående är användarna mer aktiva idag än för två år sedan. Det finns nästan tre gånger så många communitymedlemmar idag, jämfört med 2007. Även när det gäller Internettelefoni, instant messaging och deltagande i chatttrum är ökningen stor med cirka 10 procentenheter. Något mindre ökning, men ändå betydande, har skett för

e-postande, och mobilaktiviteter som SMS och MMS. Andelen som bloggar har nästan fördubblats, men nivån är fortfarande mycket låg.’

Fyra av tio är med i en community

Totalt är det 39% av Internetanvändarna som idag är medlemmar i en community. Det är de yngre som dominerar, men jämfört med tidigare år har det också blivit vanligare med ett community-medlemskap bland de medelålders. I åldrarna 36-45 år har det skett en fördubbling jämfört med 2007.

De unga kvinnorna dominerar bloggandet

Det är fortfarande de unga kvinnorna som dominerar inom bloggvärlden och för dem har bloggar blivit en viktig del av deras Internetanvändning. Det är framför allt i åldersgruppen upp till 25 år som man använder sig av bloggar; 20% gör det och 19% har gjort det. Det innebär att en tredjedel av de unga kvinnorna ha egen erfarenhet av att skriva på en blogg. Och två av tre läser andras bloggar.

Dagböcker vanligast bland bloggarna

Den vanligaste bloggen, två av tre (64%), handlar om den skrivande själv och hans eller hennes vardagsliv med barn, djur, resor, mode och kläder. En av fyra bloggar har ett speciellt sakinnehåll som musik, foto, spel, konst, litteratur eller något annat specialintresse. En mindre andel bloggar (6%) handlar om politiska frågor där den som skriver, framför sina åsikter om dagsaktuella eller mindre aktuella frågor.

Den mesta kommunikationen riktar sig till nära vänner

Det kan tyckas paradoxalt att ett medium som Internet, som övervunnit alla geografiska och i de flesta fall även politiska gränser, till största delen används för kommunikation med nära vänner som man också träffar i det vanliga livet. Instant messaging, bloggar och även e-posten riktar sig i första hand till nära vänner.

Personliga kontakter allt viktigare

Det nya med Internet är att vänkretsen kan vidgas avsevärt från det relativa fåtal som utgör de nära vännerna, till mer

avlägsna vänner och bekanta. Dessa mer avlägsna bekanta, som man kan hålla viss kontakt med via Internet, finns med som adressater både för e-post, instant messaging och bloggar. De återfinns också i de sociala nätverken. Man får reda på vad som händer med dem och deras tankar och åsikter. Resultatet är att de personliga kontakterna har fått en ökad betydelse som källa till information. Ju mer aktiv man är på nätet och ju mer engagerad man är i de sociala nätverken, desto viktigare blir de personliga kontakterna.

Det dagliga användandet av Internet som plattform för andra medier är litet.

Dagstidningarna, i form av nättidningar, är det traditionella medium som flest tar del av på Internet. Nästan åtta av tio användare har, åtminstone någon gång, läst en tidning på nätet. För en av tre ingår tidningsläsningen online i de dagliga aktiviteterna. Användningen av Internet som plattform för övriga medier som radio, TV, musik och video har ökat under senare år. För de rörliga bildmedierna, TV och video, är ökningen nära tio procentenheter. Men det gäller andelen som prövat på och testat att se på TV och videoklipp på Internet. Det dagliga användandet är dock fortfarande mycket litet.

Internet ett komplement som informationskälla.

Idag när de flesta svenskar har använt Internet i snart tio år har ställningen för de traditionella medierna inte förändrats nämnvärt. Den förändring som skett är att Internet successivt fått en ställning likvärdig med radio, TV och tidningar. Men Internet har inte ersatt de traditionella medierna utan snarare blivit ett allt viktigare komplement. Hos de unga betraktas Internet som den viktigaste informationskällan vid sidan av televisionen och dagstidningen.

Internet har inte ökat de politiska kontakterna

Internet har i många avseenden bidragit till ökade kontakter. Det gäller yrke, hobby och vänner, men inte politik. Snarare är det fler som uppger att kontakterna med politiskt likasinnade har minskat. Även om 33% någon gång har använt Internet för att skaffa politisk information, är det endast 8% av

befolkningen som använder Internet, åtminstone någon gång i veckan, för att ta del av politisk information.

Unga män, 16-35 år, ligger bakom skillnaderna mellan män och kvinnor

Män ägnar sig i genomsnitt 12 timmar i veckan åt Internet hemma, jämfört med kvinnornas 9,5 timmar. Huvudorsaken till dessa skillnader återfinns i gruppen unga män mellan 16 och 35 år. De använder Internet mer än alla andra. I åldrarna mellan 16 och 25 år är det 72% som fildelar eller har fildelat. I de flesta andra åldersgrupper är skillnaderna mellan män och kvinnor små.

Myndighetsinformation och e-legitimation främst för de välutbildade och välbeställda

Utmärkande för de som använder Internet för offentlig information från myndigheter och kommun är att de har bra utbildning och god inkomst. 75% av de med både hög utbildning och hög inkomst gör det, jämfört med 17% av de med låg utbildning och låg inkomst. Inte heller e-legitimationen är vitt spridd utan innehas framför allt av de med god utbildning och inkomst (76%), jämfört med 14% hos de med låg utbildning och inkomst.

Ålder, utbildning och inkomst har fortfarande betydelse för vem som använder Internet

Fortfarande 2009 finns ett starkt samband mellan tillgången och användningen av Internet och de socioekonomiska villkor som människor lever under. Men eftersom användningen idag har blivit så spridd till alla grupper i samhället, kan vi bara återfinna dessa starka samband hos de äldre.

Internetberoende inget stort problem

3% säger att de mycket ofta upplever att de tillbringar för mycket tid med Internet. Men enligt de speciella testfrågorna är det endast några enstaka personer som får höga värden. Vid en internationell jämförelse hamnar de svenska Internetanvändarna långt under de nivåer som framkommit i andra länder.

Utbrett ointresse för Internet bland de som står utanför

Bilden från tidigare år kvarstår. Det är ett kompakt ointresse för Internet som motiverar många människor, framför allt äldre, att avstå från att skaffa sig Internet. Därefter kommer tekniska svårigheter antingen i form av trilslande teknik eller bristande kunskaper.

Icke-användarna är inte intresserade att testa nya tekniska prylar

De som inte använder Internet upplever inte att de befinner sig i ett allvarligt underläge. De anser att Internet inte har något att erbjuda dem, och har inget intresse att testa nya tekniska prylar. Särskilt äldre kvinnor har låg datorkunnighet och uppvisar ett ointresse för ny teknik.

Nackdelar att inte ha Internet

Man missar en del information, säger icke-användarna, och man kan inte följa de ständiga hänvisningarna i radio och TV till att gå till deras webbsidor. Det är svårt att betala räkningar och det kan vara svårare att hålla kontakt med barn och barnbarn. En del känner sig utanför.

Fördelar att inte ha Internet

Samtidigt upplever många icke-användare avsaknaden av Internet som en tillgång. De får tid över för annat. De får lugn och ro. En del icke-användare talar om en befrielse att vara utan Internet. De slipper allt krångel och slipper fastna framför datorn.

Hälften av avhopparna intresserade att ägna sig åt Internet igen

5% av befolkningen tillhör den grupp av människor som av olika anledningar gett upp Internet. Hit strömmar människor ut och in. Hälften av dem har haft tekniska eller personliga problem som försvårat användningen. Resten har förlorat intresset. Men steget för dessa avhoppare att bli Internetanvändare igen är litet. Härvidlag skiljer de sig från resten av de som inte använder Internet. För dem är steget stort till att bli Internetanvändare



Internets spridning

1

Året är 2009. Det är femton år sedan 1994, då webbläsaren Mosaic från Netscape blev fritt tillgänglig att ladda ner från nätet. Det är femton år av ett växande www, world wide web, ett nätverk av nätverk. Det är femton år av ett ökande antal användare av Internet. Spridningen i Sverige gick till en början fort för att stanna av när halva befolkningen skaffat sig Internet. Sedan dessa har det gått allt långsammare och idag har drygt åttio procent av befolkningen blivit användare av Internet. Det innebär att användandet har mognat. De flesta användare är nu erfarna, och i genomsnitt har de använt Internet i tio år. De har haft tid att utforska Internet och anpassa sin användning efter sina intressen och behov.

Men det tillkommer fortfarande nya användare. Människor som inte tidigare haft intresse eller möjligheter att använda Internet. Vi skall se närmare på vilka de är. Och vi skall också särskilt studera de som ännu inte skaffat sig Internet, de ointresserade, och deras motiv.

De riktigt intresserade. De som gillar att testa nya tekniska prylar kopplade upp sig på Internet för femton år sedan. Sedan följde de redan datorvana, de unga och de välbeställda och därefter en strid ström av alla sorters människor, inklusive många barnfamiljer. 1998 och 1999 tillkom en miljon nya användare varje år. Idag är den siffran nere i något eller

Med bredband avses alla former av uppkopplingar utöver uppringda anslutningar. Mobilt bredband, eller användning av mobilt Internet via 3G-uppkoppling, klassificeras som bredband. Någon definition av olika uppkopplingshastigheter används inte.

Tillgång till dator, Internet och bredband

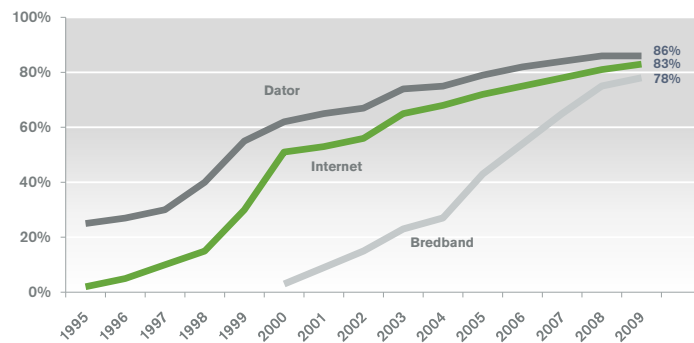


Diagram 1:1 Andel av svenska folket över 16 år med tillgång till dator, Internet och bredband i hemmet 2009

några hundra tusen. Frågan för framtiden är: Var kommer mättnadströskeln att ligga?

Den stora förändringen, under senare år, har varit knuten till bredbandsutbyggnaden. Omkring 10% av befolkningen har efter 2004 blivit nya bredbandsanvändare varje år. Idag har 78% av befolkningen, 95% av Internetanvändarna, tillgång till bredband i hemmet. Andelen med telefonmodem har minskat till 5%.

ADSL som utnyttjar telefonnätets kopparkablar har blivit dominerande, men över åren har fiber/LAN successivt ökat sin marknadsandel. Det allra senaste är mobilt bredband över 3G nätet. Som huvudsaklig uppkoppling i hemmet är det inte så vanligt (gäller 5% av befolkningen), men som kompletterande uppkoppling har det blivit lika vanligt. Totalt har 9 procent av befolkningen tillgång till mobilt bredband, vilket motsvarar 650 000 personer eller 22 procent av de som har bärbara datorer.

Tabell 1:1 Huvudsaklig Internetuppkoppling i hemmet 2009

| | Andel av de med bredband |
|-----------------|--------------------------|
| ADSL | 55% |
| Kabelmodem | 27% |
| Fiber/LAN | 12% |
| Mobilt bredband | 7% |
| | 100% |

Varför ej bredband?

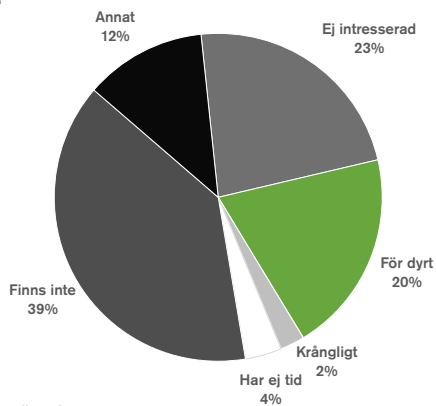


Diagram 1:2
Skäl till att en del inte har bredband

Uppskattningen av vilken typ av bredband människor har är behäftad med viss osäkerhet, eftersom många inte vet vad deras uppkoppling kallas.

Det är dock inte alla som har en bredbandsuppkoppling. Av de som inte har någon sådan, uppger 4 av 10 att det inte finns något bredband tillgängligt där de bor. 23% är ointresserade och nästan lika många tycker att bredband är för dyrt för dem. Därför avstår de.

Var har man tillgång till Internet?

De som tidigt, före 1997, skaffade sig tillgång till Internet hade i de flesta fall redan tillgång till dator på sitt arbete. De var datorvana och steget var inte så långt till att börja använda Internet på arbetet. Senare skaffade man sig också Internet hemma. 1997 och senare blev det tvärtom vanligare att man installerade Internet hemma först och senare fick man tillgång på arbetet. Många arbetsplatser var inte så intresserade av nätet. Allt fler kopplade upp sig på Internet från hemmet. Även de som arbetade på en arbetsplats utan dator.

Idag har nästan alla som har tillgång till Internet, tillgång hemma. Endast 2% har tillgång endast på arbetet. Och ännu färre är det som endast har tillgång i skolan. Däremot är det 24% av befolkningen som bara har tillgång till Internet i hemmet. Tyngdpunkten i svenska folkets Internetanvändning

Var har man tillgång till Internet?

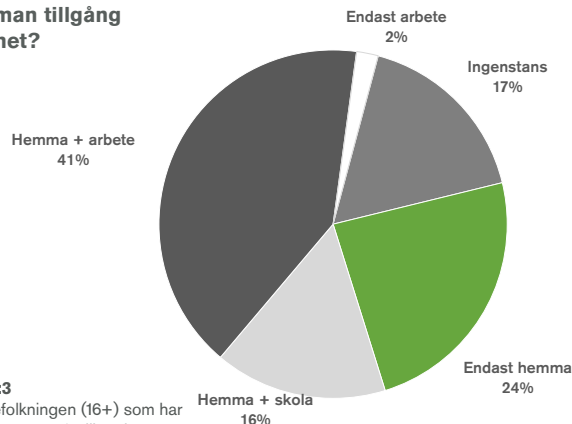


Diagram 1:3
Andel av befolkningen (16+) som har tillgång till Internet på olika platser.

som till en början låg på arbetsplatser har successivt flyttat över till hemmen.

Vem har inte tillgång?

Femton år med Internet har minskat de klyftor som från början fanns mellan de unga och välutbildade och resten av befolkningen. De första åren efter 1995 var det tjänstemännen som i stort antal intresserade sig för Internet. Arbetarna, som

inte hade samma vana att arbeta med datorer, skaffade sig Internet betydligt senare. De största skillnaderna uppstod kring 1999, då mer än 80% av de högre tjänstemännen hade Internet jämfört med 40% av arbetarna.¹ Successivt har dock allt fler arbetare fått tillgång till Internet, medan ökningen för tjänstemännen stannat av i och med att spridningen nått "taket", och de flesta tjänstemän redan har Internet.

Även om skillnaderna i tillgång sålunda minskat bland ungdomar och förvärvsarbetande, återfinns de fortfarande bland de äldre. Där finns 800 000 pensionärer utan tillgång till Internet. Till detta kommer 450 000 personer som är yngre än 65 år. Tillsammans blir det 1 250 000 svenskar över 16 år som inte har Internet hemma.

Ser vi på förändringarna de senaste två åren, i en jämförelse mellan 2007 och 2009, finner vi mycket små förändringar bland de som är över 65 år. 2007 var det 490 000 över 75 år som inte hade tillgång till Internet. Idag är det 480 000. En skillnad som faller inom felmarginalen. Förändringar har istället skett bland de yngre, där redan tidigare mer än 90% har haft Internettillgång. Nu ligger nivåerna över 95%. En

Hur många har inte Internet?

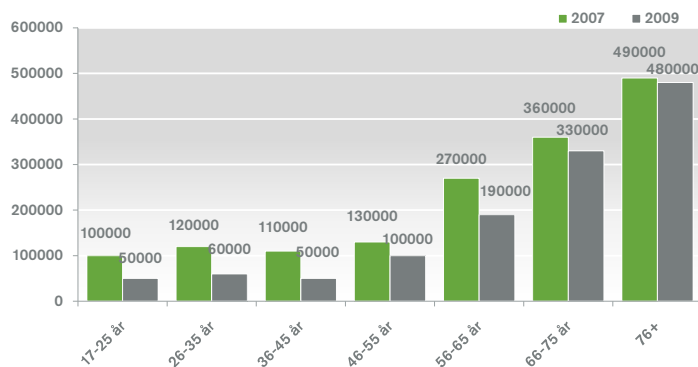


Diagram 1:4 Antal personer utan tillgång till Internet i olika åldrar. En jämförelse mellan 2007 och 2009.

Varför har man inte Internet?

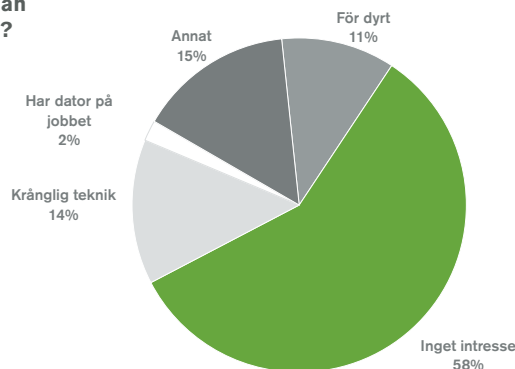


Diagram 1:5 Skäl till att man inte har tillgång till Internet hemma

¹ Findahl, O. (2009). Internet 15 år. Visionerna möter vardagsverkligheten. Om hur svenskarna blev Internetaanvändare.

Barnen har företräde framför datorn

44-årig undersköterska, gift och har tre barn. Började använda Internet 2006. Hon har tagit studentexamen och hushållet har en god inkomst. Hennes hobby är keramik och utförsäkring. Hon är med i en idrottsförening. Hon har inte Internet på arbetet. I hemmet är det barnen som mest sitter framför datorn och uppkopplingen till Internet. Hennes egen användning av Internet har blivit daglig, men mycket begränsad i tid. Hon läser tidning på nätet, jämför produkter och lyssnar/laddar ner musik ibland. Hon har tidigare prenumererat på en musiktjänst. Detta har inte påverkat hennes köp av musik. Hon söker upp lokala sidor men aldrig internationella. Internet är inte viktigt för henne utan det är de traditionella medierna som är hennes främsta källor till information och underhållning. Så har det varit under de tre senaste åren. Hon är helt ointresserad av nya tekniska prylar och tycker att barn via Internet har tillgång till en massa olämpligt material. Hon har inget kreditkort och misstror säkerheten i systemet.

sen majoritet



annan grupp där det också skett förändringar är i åldrarna mellan 55 och 65 år. Allt fler, även där, har nu Internet.

Summerar vi förändringarna över de två senaste åren, finner vi 320 000 nya personer med tillgång till Internet. Av dessa kommer dock endast 40 000 från åldrarna över 65 år, där det finns 800 000 personer utan Internet.

Snart har nästan alla under 55 år Internet. Frågan är då om Internetspridningen helt kommer att stanna av? Vi kan se att under det senaste året har antalet unga nya användare minskat, och andelen äldre ökat samtidigt som det totala antalet **nya** användare minskar.

Vilka är skälen till att man inte har tillgång till Internet hemma?

Bilden från tidigare år kvarstår. Det är ett kompakt ointresse för Internet som motiverar att många människor, framför allt äldre, avstår från att skaffa sig Internet. Nöjet och nyttan med Internet är inte tillräckligt stort för att motivera den kostnad och det besvär som det skulle innebära att inhandla en dator med Internetuppkoppling. Även om det är få yngre människor som inte har tillgång till Internet finns det tydliga skiljelinjer i motiven mellan yngre och äldre. Det dominerande motivet för de få yngre som inte har tillgång är kostnaden. De har inte råd, medan det dominerande skälet för de äldre är ointresset. De som anger dålig och krånglig teknik eller bristande

kunskap finns spridda över alla åldrar. Skillnader mellan män och kvinnor är obetydliga.

I slutet av denna rapport återkommer ett avsnitt om de som står utanför och en närmare granskning av vad som kan ligga bakom det bristande intresset, och hur de som står utanför tänker inför framtiden.

Tillgång till Internet i hemmet är grunden för den mesta användningen av Internet idag. Men det finns också personer som har tillgång till Internet men inte använder sig av denna möjlighet och det finns de som inte har Internet hemma men ändå är Internetanvändare. Även om andelen som har tillgång till Internet i hemmet men inte använder sig av denna möjlighet är ganska liten, ca 3%, uppgår antalet till 200 000 personer. Det är en ålderstigen grupp där 74% är över 56 år. Drygt hälften (57%) är pensionärer med kort utbildning bakom sig. Bland de förvärvsarbetande förekommer yrken som undersköterska, kokerska, hamnarbetare och kommunalarbetare. Det utmärkande för denna grupp är att de är ointresserade av att pröva nya tekniska prylar.

Ointresse är det övervägande skälet till att man inte använder Internet fast man har tillgång. Men nästan lika vanligt är en krånglande teknik eller svårigheter att handskas med tekniken. Uttryck som ”Svårt att ta sig fram”, ”Behärskar det inte”, är vanliga. Två av tre i denna grupp är sammanboende med en annan person som använder Internet.

Varför använder man inte Internet fast man har tillgång?

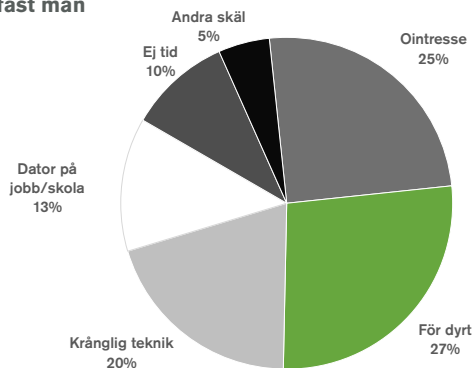


Diagram 1:6
Motiv till att man inte använder Internet fast man har tillgång i hemmet

Varför har man inte tillgång till Internet hemma, fast man är användare?

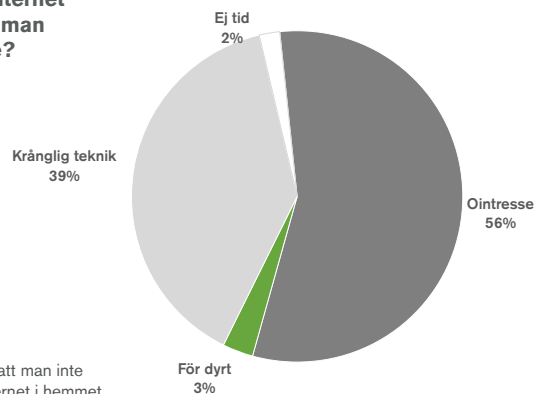


Diagram 1:7
Uppgivna skäl till att man inte har tillgång till Internet i hemmet fast man är Internetanvändare?

I något fler av fallen är det en man som använder Internet och en kvinna som är ointresserad. Men nästan lika vanligt är det omvända förhållandet där kvinnan är den som är kunnig och står för Internetanvändningen medan mannen är den som inte behärskar den nya tekniken. Hon kanske arbetar eller har arbetat med dator och Internet tidigare.

Vem använder Internet men har inte tillgång hemma?

En helt annan grupp personer, men av ungefär samma storlek som de som har tillgång men inte använder, är de som inte har tillgång till Internet hemma men ändå är Internetanvändare. Om den förra gruppen huvudsakligen bestod av äldre lågutbildade personer är denna grupp mer spridd över åldrar och utbildningar. De flesta (61%) förvärvsarbetar och är män (56%). Här finns yrken som busschaufför, fiskare, undersköterska men också socionom och arbetsförmedlare. Här finns också pensionärer (17%). Vad är då skälet till att man inte har skaffat sig tillgång till Internet hemma fast man använder Internet?

En fjärdedel anger ointresse som anledning till att man inte har tillgång till Internet hemma. Man använder Internet men är inte tillräckligt intresserad att själv skaffa sig tillgång hemma. En annan fjärdedel anger att kostnaden är för hög. Man kan använda Internet på andra ställen utan kostnad. Ytterligare en fjärdedel tycker att det är för krångligt med all teknik kring Internet. Deras dator är för dålig eller uppkopplingen är bristfällig. Andra skäl är att man inte har tid eller att man har dator på jobbet eller i skolan som man kan använda. Ytterligare några anger hälsoskäl eller att man inte har Internet hemma därför att man inte vill bli beroende av Internet.

En majoritet (56%) är ensamstående. Här finns också några ungdomar som bor i familjer där det inte finns Internet. Hälften (48%) är inte intresserad av att testa nya tekniska prylar men använder ändå Internet på andra ställen än hemma. De som arbetar använder Internet på arbetet (7 tim/v). De som studerar använder Internet i skolan (6 tim/v) eller hos vänner (1 tim/v). De arbetslösa hos vänner (3 tim/v) eller på offentliga platser (1 tim/v) och pensionärerna också

hos vänner (1,5 tim/v) eller på offentliga platser som bibliotek (1 tim/v).

Den digitala klyftan idag

Tillgången till Internet har stadigt ökat i befolkningen sedan 1994. Tjänstemännen som var vana att arbeta med datorer var betydligt snabbare att till sig den nya tekniken än arbetarna och det uppstod redan från början en markant klyfta mellan de lågutbildade tjänstemännen och arbetarna. Ålder, utbildning och inkomst kom att ha betydelse för i vilken mån man anslöt sig till Internet.

Fortfarande 2009 finns ett starkt samband mellan tillgången och användningen av Internet och de socioekonomiska villkor som människor lever under. Starkast inverkan har, som vi tidigare sett, åldern. Sedan följer inkomsten och därefter utbildningen. Ju äldre man är, desto mindre har man tillgång till Internet. Ju mindre inkomst man har, desto mindre har man tillgång och använder Internet. Detsamma gäller utbildning.

Men eftersom användningen idag av Internet har blivit så spridd till alla grupper i samhället, kan vi bara återfinna dessa starka samband hos de äldre. Bland unga och medelålders har nästan alla tillgång till Internet, oberoende av inkomst och utbildning. Den digitala klyftan, när det gäller tillgång till Internet, har således försvunnit hos de yngre men återfinns

Hur fördelar sig Internetanvändarna efter sysselsättning?

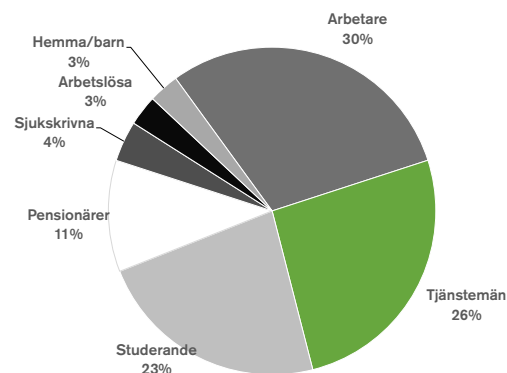


Diagram 1:8
Internetanvändarna 2009
fördelade på olika sysselsättningar

fortfarande bland de äldre. Digitala skillnader i användningen av Internet återfinns dock i alla åldrar. Mer om detta i senare kapitel.

Inkomstens och utbildningens betydelse för tillgången på Internet bland äldre

| | Högskole- utbildning | Student- examen | Folkskola/ grundskola |
|---------------|-------------------------|--------------------|--------------------------|
| Låg inkomst | 59% | 50% | 30% |
| Mellaninkomst | 94% | 78% | 80% |
| Höginkomst | 90% | 96% | 84% |

Tabell 1:2 Andel med tillgång till Internet 2009, i nio olika grupper av äldre över 55 år med varierande utbildning och inkomst

I tabellen ovan kan vi se hur andelen med tillgång till Internet varierar med utbildning och inkomst. Alla över 55 år har blivit indelade i nio grupper beroende på deras utbildning och inkomst. Längst ner i vänstra hörnet återfinns de med högst inkomst och högst utbildning och längst upp i högra hörnet återfinns de med lägst utbildning och lägst inkomst. Där är andelen med tillgång till Internet nere i 30%, jämfört med över 90% på den vänstra sidan där inkomst och utbildning är högre.

Vem är det som använder Internet?

Utifrån ovanstående genomgång av de digitala klyftorna kan man kanske tro att Internet bara är till för de välutbildade

E-posten en nyupptäckt möjlighet

78-årig kvinnlig pensionär som blivit änka. Hon är helt okunnig om datorer och visade fram till 2008 inget intresse för Internet. Hennes hobby är handarbete och korsord. Nu har hon blivit Internetanvändare. Det hon framför allt uppskattar med Internet är möjligheterna att kommunicera. Flera gånger i veckan e-postar hon till familj och släkt. Hon använder också ibland Internet för nyheter och att informera sig om resor. Hon uppsöker endast nationella sidor. Internet är dock inte något viktigt för henne. Det är de traditionella medierna, TV och tidningar, som är de främsta informations- och underhållningskällorna. Hon skulle inte vilja använda Internet mer än vad hon gör. Hon har så mycket annat att göra.

sen majoritet och försiktig



med goda inkomster. Så var det till en början i mitten på 90-talet. Men inte idag. Med bättre utbildning och inkomst är visserligen sannolikheten fortfarande något större att man använder Internet. En något större andel av tjänstemännen har Internet jämfört med arbetarna. Men samtidigt är arbetarna fler till antalet. Låt oss se hur de som använder Internet fördelar sig, efter antal, på olika arbeten och sysselsättningar.

Av cirkeldiagrammet framgår att arbetarna utgör den största gruppen bland användarna. 2 100 000 arbetare använder Internet. Det är till antalet fler än de 1 800 000 tjänstemännen. Sedan följer 1 600 000 studerande, 800 000 pensionärer och några hundra tusen av vardera; sjukskrivna, arbetslösa och personer som är hemma med barn. Internetanvändarna börjar, till sin sammansättning, likna Sveriges befolkning som helhet.

Vi kan göra en liknande uppdelning på åldrar för att se hur Internetanvändarna fördelar sig över unga och gamla. När över 95% av ungdomarna använder Internet kan man förledas att tro att de också dominerar bland de som använder Internet. Men så är inte fallet. Internetanvändarna fördelar sig ganska jämnt över åldrarna från 17 till 65 år. Sedan minskar de i övre åldrarna.

Därmed kan man säga att den vanligaste Internetanvändaren inte är en ung välutbildad man utan en arbetare i medelåldern. Det kan vara en man eller kvinna.

Hur fördelar sig Internetanvändarna efter ålder?

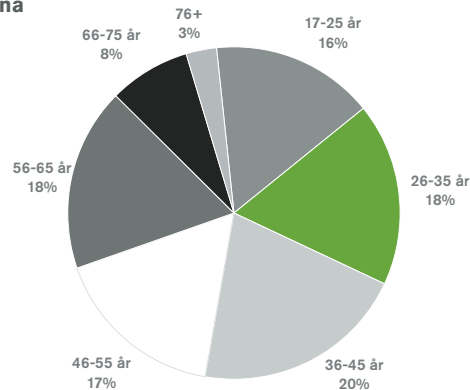


Diagram 1:9 Internetanvändarna 2009 fördelade över alla åldrar



Användningen av Internet

2

En tendens sedan flera år tillbaka är att det dagliga användandet av Internet ökar. Den tendensen fortsätter och idag är det 62% av befolkningen, 78% av Internetanvändarna, som varje dag är online via Internet. 2007 var 49% av befolkningen dagliga användare och 2003 var denna siffra 25%. En snabb ökning som visar att Internet har blivit en del av många svenskers vardagsliv. Att använda Internet ingår idag i de dagliga rutinerna för många.

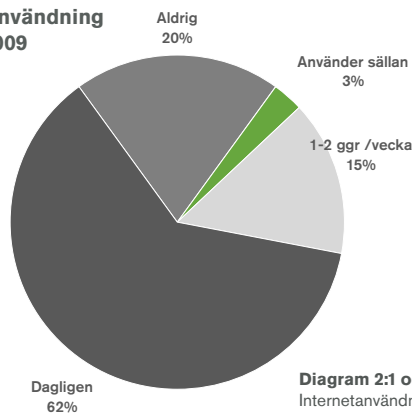
Jämför vi med tidigare år har tiden som de svenska användarna av Internet ägnar åt att vara online, också ökat. Det gäller över alla åldrar.

Variationerna i Internettid, både mellan och inom åldrar, är mycket stor. Delar vi upp hur tiden i hemmet för alla Internetanvändare fördelar sig i hundra delar (percentiler) från lägsta till högsta tid, kan vi se att de som ligger på position 10 använder Internet 1 timme i veckan. De som ligger i mitten på position 50 i tidsfördelningen använder Internet 7 timmar i veckan och de som använder Internet mest i position 90 har en Internettid på 21 timmar i veckan. De extrema användarna, som ägnar Internet i hemmet 50 timmar i veckan eller mer, uppgår till knappt 2%.

Tabell 2:1 Internettidens fördelning över alla Internetanvändare i hemmet.

| Percentil | 10 | 20 | 30 | 40 | 50 | 60 | 70 | 80 | 90 |
|-------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Internettid timme/vecka | 1 | 3 | 4 | 5 | 7 | 10 | 12 | 15 | 21 |

Internetanvändning 2009



Internetanvändning 2007

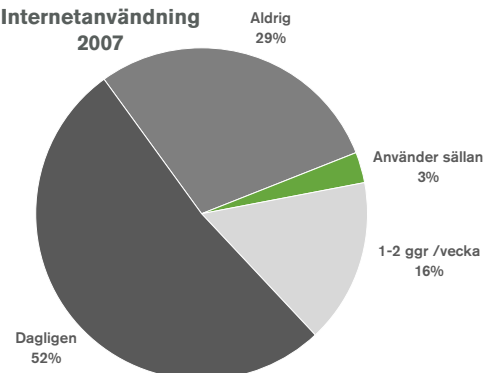


Diagram 2:1 och 2:2
Internetanvändningens frekvens i befolkningen (16+ år) 2007 och 2009

Hur mycket tid ägnar man sig åt Internet?

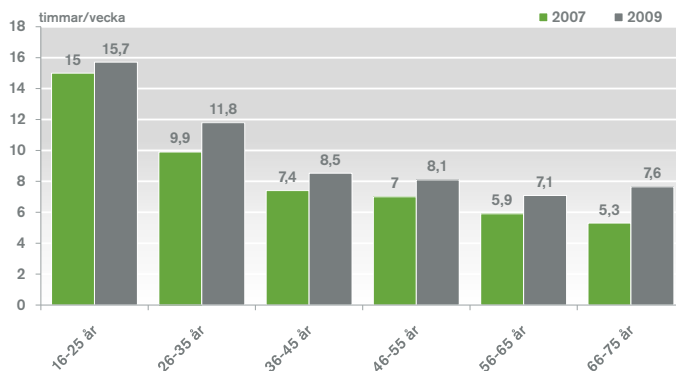


Diagram 2:3 Internettid hemma i olika åldrar. En jämförelse mellan 2007 och 2009

Sjuttio timmar i veckan med Internet

23-årig studerande kvinna, lever som sambo, använder dator och Internet tio timmar om dagen, sjuttio timmar i veckan. Hon har använt Internet i snart tio år och kan det mesta om tekniken, och har stor erfarenhet att arbeta i datorn med text, bilder och video. Hon tycker om att prova nya tekniska prylar. Datorn är bärbar, hennes egen, uppkopplingen trådlös. Även i skolan finns tillgång till dator som hon ibland använder, men bara korta stunder. Mobilens tillhör också vardagslivet med SMS, MMS och ibland uppkoppling till Internet för t.ex. tidtabeller. Det vanliga Internetanvändandet är brett. Hon tillhör de avancerade entusiasterna som använder Internet till allt. Använder också Internet för studierna. Slår upp ord, letar fakta. Medlem i flera communities. Inte bara Facebook utan också "Sockerdricka", ett litterärt forum, och MSN Space, Microsofts plattform för bloggar och socialt nätverkande. Hon har en egen blogg, som hon dagligen arbetar med. Den handlar om henne själv. Musik och video lyssnar hon på; laddar ner och skickar till andra. Hon fildelar ibland. Någon dagstidning prenumererar hon inte på, men läser dagligen tidningar online. Som informationskälla är TV och tidningar viktigare än Internet, men som en källa för underhållning och nöje är Internet lika viktig som TV.

Överhuvudtaget är Internet mycket viktigt för hennes privatliv men ännu viktigare är det för hennes studier.

avancerad entusiast

Ungdomarna de flitigaste Internetanvändarna

Både vad gäller frekvens och tid som man ägnar åt Internet är det ungdomarna mellan 16 och 25 år som är flitigast. De yngre har idag tidigt, redan i förskoleåldern, börjat använda Internet men deras användning är begränsad fram till dess att de börjar skolan. Den ålder då hälften av årsgruppen har bekantat sig med Internet har idag krupit ner mot fyra år.

Användning av Internet

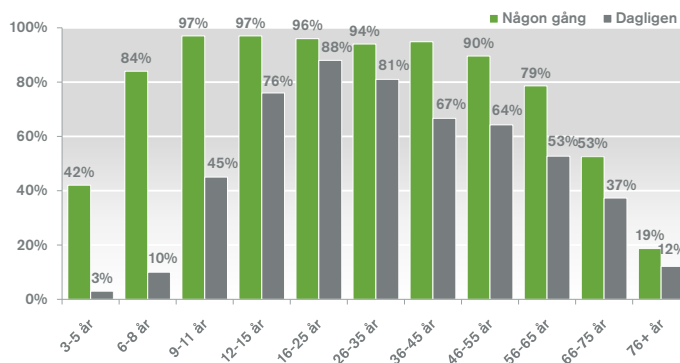


Diagram 2:4 Andel av olika åldersgrupper som använder Internet någon gång och dagligen

Internettid hemma

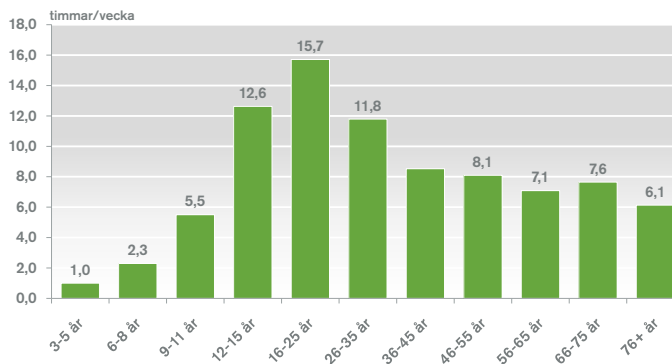


Diagram 2:5 Tid som Internetanvändarna ägnar åt Internet hemma i olika åldrar

Bland de äldre är användningen av Internet omfattande fram till 55-årsåldern, då frekvensen i användandet minskar. Tiden som de som använder Internet håller sig dock på samma nivå upp i pensionsåldern. Antalet Internetanvändare blir färre men användningstiden håller sig ganska konstant oberoende av ålder efter det att man fyllt 35.

Men det är inte bara i hemmet som Internet används. Ungdomarna har skolan och de förvärvsarbetande har arbetet. De unga använder också Internet hos vänner och en viss användning sker också i offentliga lokaler som bibliotek. Ju yngre man är desto mer tid tillbringar man med Internet tillsammans med vänner.

Unga kvinnor trådlösa och mobila

Även om den största delen av Internetanvändningen sker från fasta uppkopplingar, har det blivit vanligare med trådlösa uppkopplingar från bärbara datorer. Här är det kvinnorna som utnyttjar dessa möjligheter mer än männen. Det är ungefär lika vanligt bland män och kvinnor men kvinnorna ägnar mer tid åt detta. Det gäller framför allt de unga kvinnorna i åldrarna 16-20 år.

Samma sak gäller för användningen av Internet direkt med mobil eller annan handhållen enhet. Detta utnyttjas oftast av de unga männen medan kvinnorna ägnar mer tid åt detta.

I ett senare kapitel analyseras den mobila användningen mer i detalj. Den grupp som sticker ut mest, när det gäller mobil och trådlös användning av Internet, är dock de egna företagen. De utnyttjar dessa möjligheter mångdubbelt mer än alla andra.

nästa sida - Internetberoende

Internettid hemma, på arbetet, i skolan

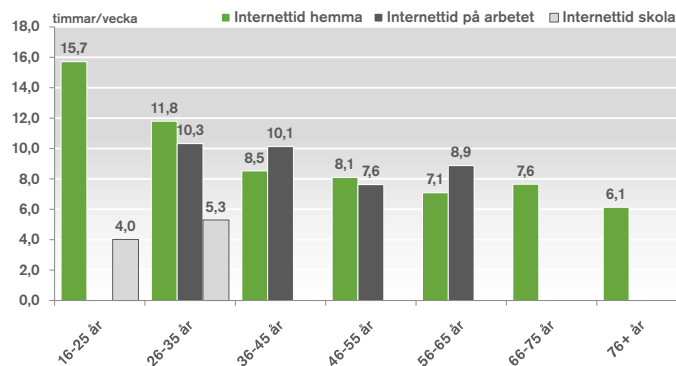


Diagram 2:6 Antal timmar per vecka som Internetanvändarna i olika åldrar tillbringar med Internet, hemma, på arbetet och på skolan.

Internettid hos vänner och på offentliga platser

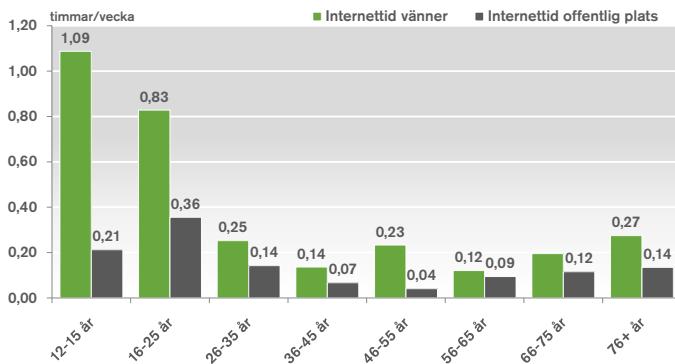


Diagram 2:7 Antal timmar per vecka som Internetanvändarna i olika åldrar tillbringar med Internet hos vänner/släkt samt i offentliga lokaler.

Internettid trådlöst och med mobil

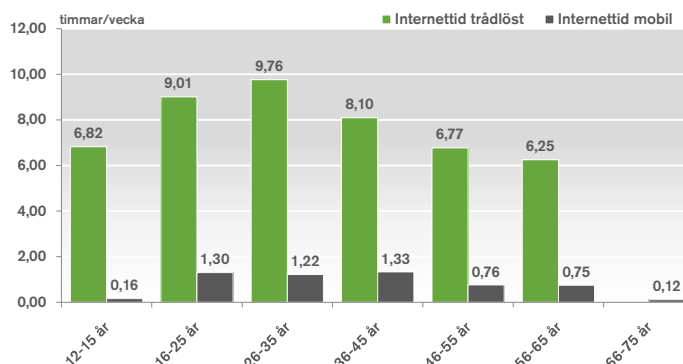


Diagram 2:8 Användning (timme/vecka) av trådlöst Internet och Internet via mobilen

Internetberoende

Det finns en dragningskraft i att vara online, att vara ute på nätet. Har man väl börjat surfa runt kan det vara svårt att sluta. Det gäller särskilt för ungdomar, där vardagslivet inte sätter upp samma begränsningar som för de som har arbete och familj. Även om de flesta bara använder Internet drygt en timme om dagen, eller tio timmar i veckan, finns det personer som är online i hemmet 40-50 timmar i veckan.

Tecken på att Internetanvändningen håller på att gå för långt kan vara att man känner sig orolig och deppig när man inte kan vara online. Man kan glömma bort vanliga behov som att äta och sova. Det kan också vara så att andra människor börjar oroa sig och man kanske kommer i konflikt, åtminstone i diskussion, med sin familj. Kanske har man också insett problemet och försökt begränsa sin användning av Internet utan att lyckas.

Vi har använt oss av fem frågor för att försöka uppskatta i vilken utsträckning det finns ett sådant Internetberoende

Försökt begränsa sitt Internetanvändande utan att lyckas

33-årig metallarbetare gift och med fyra barn. Det finns två datorer i familjen och han är den som använder Internet mest. 14 timmar i veckan till e-post, tidningsläsning online, spel, lyssna och ladda ner musik, se på och ladda ner video, lyssna på närradio, surfa runt, kultur och information om produkter. Han tycker om att testa nya tekniska prylar. Prenumererar på en dagstidning, ser på TV men i tid mindre än vad han använder Internet. Fildelar flitigt och laddar ner en hel del musik, långfilmer och spel. Han kommer ofta i diskussion med familjen om sitt Internetanvändande och tycker själv att han tillbringar alltför mycket tid med Internet. Han känner sig orolig och deppig när han inte kan vara online. Glömmer ofta bort vanliga behov som att äta och sova på grund av Internet. Han har försökt att begränsa sin tid med Internet utan att lyckas. Hans yngre barn använder inte Internet.



modernist

bland de svenska Internetanvändarna.¹ På varje fråga kan man svara: Aldrig, någon gång, ofta och mycket ofta. Svarar man aldrig får man 0 poäng och svarar man mycket ofta får man 3 poäng. Maximalt kan man således få 15 poäng ($3 \cdot 5 = 15$), om man svarar ”mycket ofta” på alla fem frågor.²

Den första frågan som man skall ta ställning till är: ”Jag tillbringar alltför mycket tid med Internet”. Den frågan brukar inte betraktas som en riktigt beroendefråga, eftersom många kan tycka att det stämmer in på dem utan att det egentligen finns något beroendeproblem. Men den kan utgöra en indikation på hur omfattande Internetanvändningen har börjat bli.

Hälften (47%) av de svenska Internetanvändarna svarar att de aldrig upplevt att de tillbringar för mycket tid med Internet. 23% svarar ”någon gång”, 9% svara ”ofta” och 3% svarar mycket ofta. 3% motsvarar ungefär 200 000 personer.

1 I hela testet ingår 12 frågor. Young, K (1996). Internet addiction. The emergence of a new clinical disorder.

2 Frågorna var: Jag tillbringar alltför mycket tid med Internet. Kommer du någon gång i diskussion med din familj om att du ägnar för mycket tid åt Internet. Du känner dig orolig, deppig eller irriterade när du inte kan vara online? Händer det att du glömmer bort vanliga behov som att äta och sova på grund av Internet? Har du någon gång försökt begränsa den tid du ägnar åt Internet utan att lyckas? Jag tillbringar alltför mycket tid med Internet?

Händer det att du tillbringar alltför mycket tid med Internet?

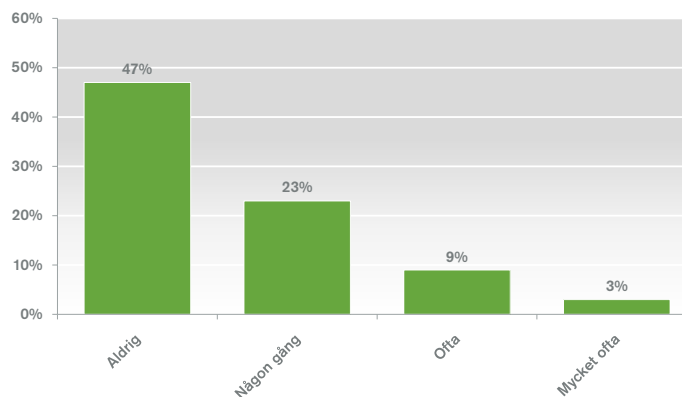


Diagram 2:9 Andel av Internetanvändarna som på olika sätt besvarat frågan om de tillbringar för mycket tid med Internet.

För att vi skall kunna tala om ett beroende krävs det emellertid mer än känslan av att man ibland tillbringar för mycket tid med Internet. Det krävs att man besvarat åtminstone några av de andra frågorna med ”ofta”. Av ytdiagrammet framgår det att nivåerna är genomgående mycket låga. Det ökar i de lägre åldrarna. 8% av ungdomarna 16-25 år har fått 8 eller högre poäng, vilket innebär att de svarat på åtminstone några av frågorna. Endast några enstaka personer når över 12 poäng. Men för att uttröna om det är frågan om ett mer allvarligt beroende krävs en helt annan undersökning än vad vi kunnat göra här.

Vid en internationell jämförelse hamnar de svenska Internetanvändarna långt under de nivåer som framkommit i andra länder. Det gäller också när undersökningarna har genomförts på liknande sätt och med exakt samma frågor.³

³ Smahel et.al. (2009). Comparing addictive behavior on the Internet in the Czech Republic, Chile and Sweden.

Hur många poäng får Internetanvändarna på beroendeskalan?

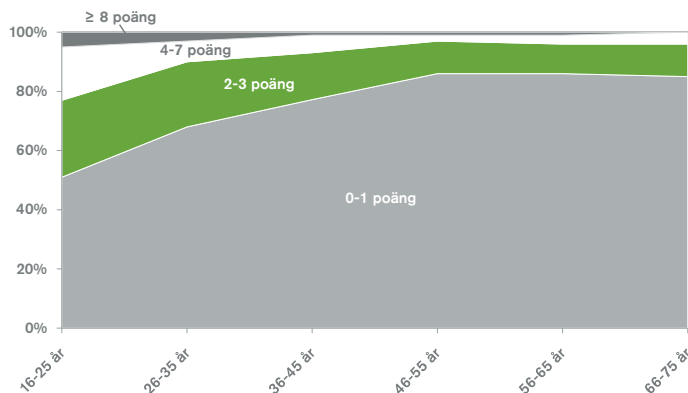


Diagram 2:10 Andel av Internetanvändarna i olika åldersgrupper som uppnått olika poäng på beroendeskalan (0-15 poäng).

En arbetsvecka med mobilt Internet

Kvinnlig VD, 43 år, gift och har två barn. Välutbildad och med mycket god inkomst. Började med Internet för tjugo år sedan och använder Internet under en vecka: 20 timmar hemma, 10 timmar på arbetet, och totalt 40 timmar i veckan med mobilt Internet. Hon arbetar regelbundet hemifrån några dagar i veckan. Där finns 5 datorer och det är mannen som är den flitigaste användaren. E-post, köpa och boka biljetter, kolla nyheter, koppla upp sig på banken, söka adresser och tidtabeller är dagliga Internetaktiviteter. Hon använder också Internet för att kontrollera fakta, ord och stavning, leta efter kartor och vägbeskrivningar och för att handla. Ta del av nyheter, vägbeskrivningar och sköta e-posten gör hon huvudsakligen via mobilt Internet. Hon tycker om att testa nya tekniska prylar. Någon papperstidning läser hon inte, ser på TV och läser mycket böcker. TV, Internet och personliga kontakter är hennes viktigaste informationskällor. Hon tror att människor, i och med Internet, kommer att få mer att säga till om och politikerna kommer att lyssna. Självt brukar hon SMS:a in sina åsikter vid olika tävlingar. Hon prenumererar på en musiktjänst. Hennes hobby är trädgårdsarbete.



avancerad entusiast



Internet via mobiltelefon

3

Till skillnad från i Japan har mobilen i Sverige ännu inte blivit en naturlig inkörsport till Internet. Nästan alla har en mobiltelefon, och de flesta med en möjlighet till Internetanslutning, men endast två av tio (18%) utnyttjar denna möjlighet. Det är ungefär samma andel som för två år sedan. Här finns inte ungdomar som driver på, utan det är de yngre och medelålders männen, 26-45 år, som är de flitigaste användarna. Många av dessa har sannolikt sina abonnemang betalda av sina arbetsgivare.

Av de 18% av mobilanvändarna som använder sig av mobilt Internet är det endast två av tio som gör detta dagligen, fyra av tio gör det någon eller några gånger i veckan och de återstående fyra av tio, gör det mer sällan.

Vad är det man huvudsakligen gör när man kopplar upp sig till Internet via mobilen? Ja, det är oftast korta uppkopplingar för att uppdatera sig om den senaste utvecklingen eller kolla upp något som man behöver för stunden. Man tar del av senaste nytt, läser senaste e-posten och i vissa fall även skickar e-post. Letar efter en adress eller ett telefonnummer. Kontrollerar en tidtabell.

Bakom dessa siffror döljer sig stora skillnader mellan olika åldrar och mellan män och kvinnor. Medan de unga kvinnorna är mest aktiva att använda mobilen för att sms:a, är

Med mobilt Internet avses de situationer när man använder sig av Internet direkt i sin mobil eller handhållna enhet. Vi inkluderar inte användning av mobilt bredband eller andra trådlösa uppkopplingar via t.ex en bärbar dator.

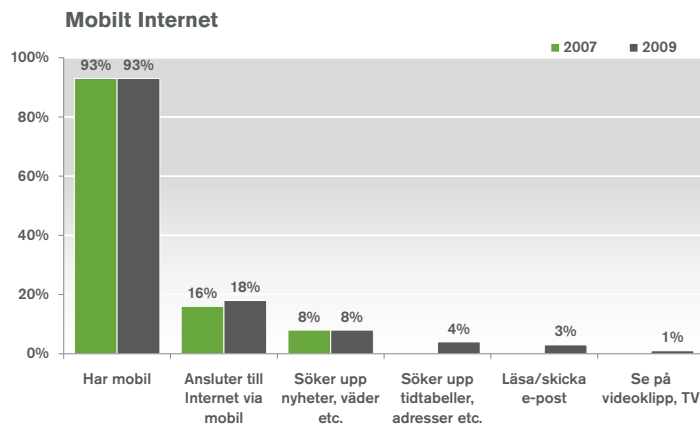


Diagram 3:1 Andel av befolkningen (16+ år) som använder mobiltelefonens möjligheter till Internetuppkopplingar.

det männen som ansluter till Internet för att kolla sin e-post eller ta del av senaste nytt. En majoritet av kvinnorna 12-35 år skickar dagligen iväg SMS-meddelanden via sin mobil, medan endast några procent ansluter till Internet, med undantag för tio procent i åldrarna mellan 25-35 år. Männen är här mer aktiva och i åldrarna 16-45 år är det 15-20% som går online via mobilen. Men de kvinnor som använder mobilen

för Internet ägnar mer tid än männen åt detta, vilket gör att den genomsnittliga Internettiden på mobilen blir högre för kvinnor än män. Ser vi närmare på de mer speciella möjligheter som utvecklats för mobiltelefoner, som att se på TV eller videoklipp, är det få som utnyttjar dessa, även bland de som brukar ansluta till Internet via mobilen. Det är också få som besöker sin community via mobilen.

Internetaktiviteter via mobilen

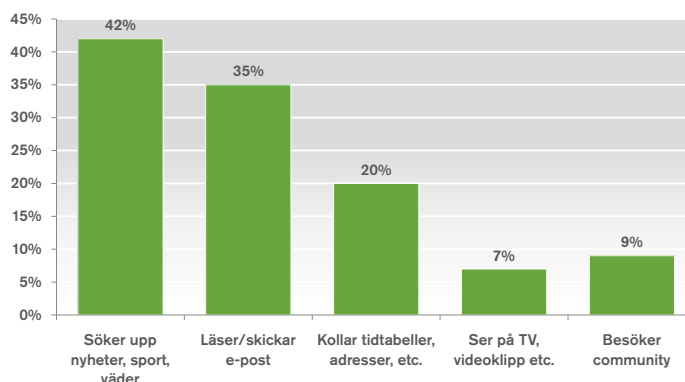


Diagram 3:2 Andel av de som använder Internet i mobilen som engagerar sig i olika Internetaktiviteter

Skickar dagligen SMS med mobilen

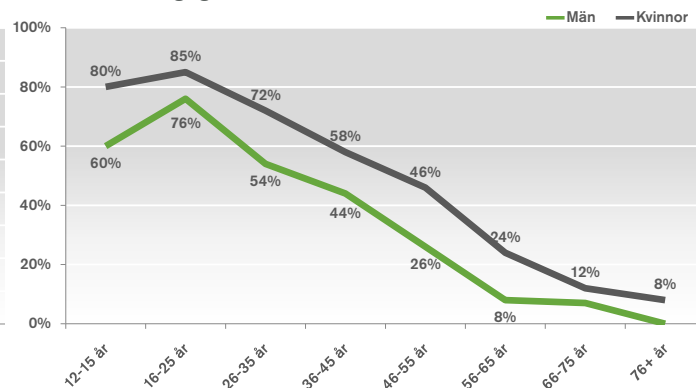


Diagram 3:3 Andel av män och kvinnor i olika åldrar som dagligen använder SMS på sina mobiltelefoner

Går online med mobilen

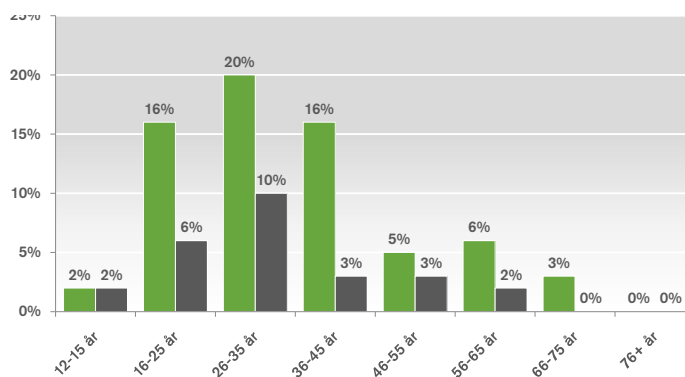


Diagram 3:4 Andel av män och kvinnor med mobil som ansluter till Internet via mobilen minst någon gång i veckan.

Ser TV och video på mobilen

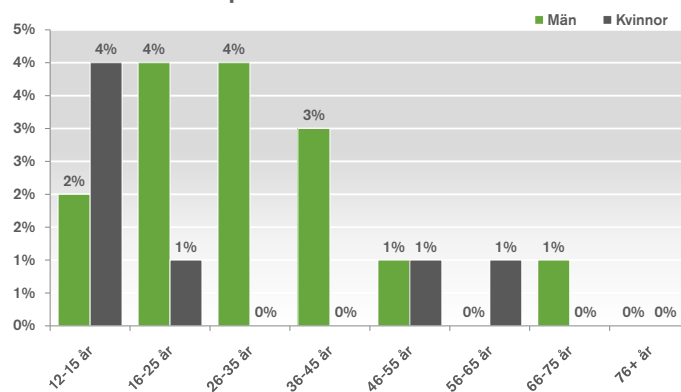


Diagram 3:5 Andel av de med mobiltelefon som någon gång ser TV eller videoklipp i mobilen



Vanliga Internet- aktiviteter

4

När ett urval människor, 1995, fick frågan om vad de skulle vilja använda Internet, den nya tekniken till, var det nyttoaspekter som toppade listan.¹ De flesta tänkte på hur den nya informations- och datatekniken skulle kunna förenkla vardagen och göra livet lättare att leva.

De tankar om Internet som människor hade 1995, innan de visste så mycket om den nya tekniken, visar sig till stor del ha slagit in. Till skillnad från experterna med sina storslagna visioner, var deras tankar mer vardagsnära, och så blev också utfallet.² Förutom e-posten, nyheter och tidningsläsning är det den praktiska nyttan som står i förgrunden när man går online. En stor majoritet av alla användare utnyttjar Internet för att kolla tidtabeller, skaffa produktinformation, kolla fakta, informera sig om resor, betala räkningar, handla varor, köpa biljetter, slå upp ord etc.

En del av dessa aktiviteter ingår inte i det dagliga användandet av Internet. Det gäller t.ex. betala räkningar,

¹ Österman & Timander (1997). Internetanvändningen i Sveriges befolkning. Utvecklingen av attityder och användningen beträffande vissa tekniska hjälpmedel.

² Se Findahl (2009), Internet 15 år. Visionerna möter vardagsverkligheten. Om hur svenskarna blev Internetanvändare.

**Internetaktiviteter
som ökat sedan 2007**

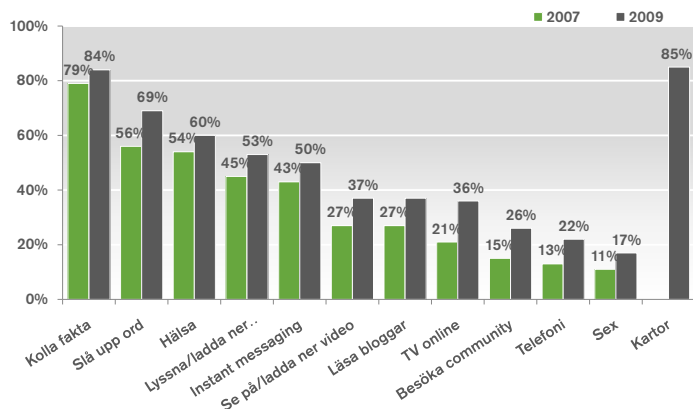


Diagram 4:1 Andel av Internetanvändarna som åtminstone någon gång utför olika aktiviteter. En jämförelse mellan 2009 och 2007.

informera sig om resor, leta information om produkter och handla. Det är sådant man gör mer sällan, som någon gång i månaden. Men nästan alla gör det.

Det som istället dominerar det vardagliga användandet är kommunikation med andra via e-posten och instant messaging för de yngre. Det är nyheterna och tidningsläsningen online. Och där finns surfandet och allt det som rör ens hobby och

specialintressen. Men man utnyttjar också dagligen Internet som en faktabank för tidtabeller, fakta, språk, kartor m.m

Jämför vi med hur Internet användes för två år sedan har det skett vissa förändringar. Det gäller dels att allt fler har upptäckt den praktiska hjälp som finns tillgänglig på Internet för att kolla fakta och slå upp ord och att det är lätt idag att få tag på kartor och vägbeskrivningar. Och dels är det fler

De vanligaste någongång-aktiviteterna 2009

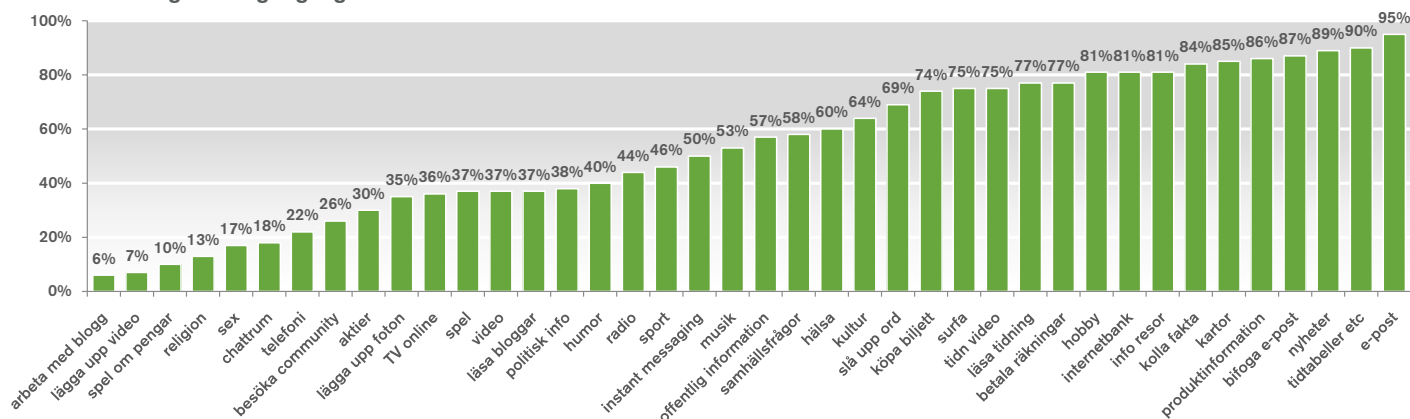


Diagram 4:2 Andel av Internetanvändarna 2009 (16+) som någon gång använt olika aktiviteter på Internet.

De vanligaste vardags-aktiviteterna 2009

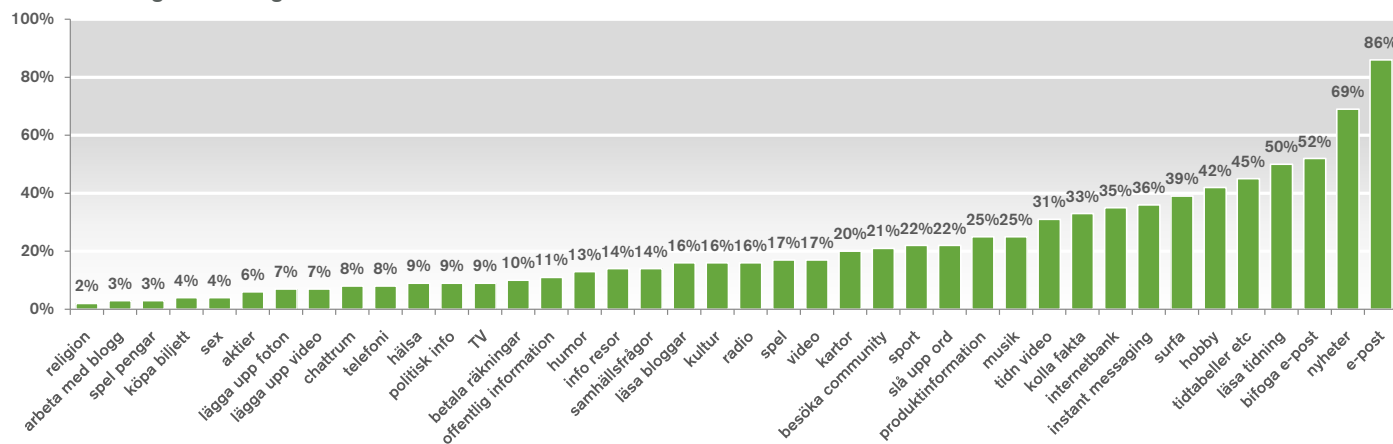


Diagram 4:3 Andel av Internetanvändarna 2009 (16+) som dagligen eller minst 1-3 ggr/veckan använt olika aktiviteter på Internet.

som utnyttjar Internet som källa till underhållning genom att lyssna och ladda ner musik och se och ladda ner video. Det är också fler som testat att se TV på Internet. Dessutom har andelen som läser bloggar ökat och framför allt är det idag många fler, än 2007, som är medlemmar och besöker olika webbgemenskaper, communities. Det är också fler som anger att de söker efter sexuellt innehåll på nätet. Om det beror på en verklig förändring i beteenden eller en öppnare attityd till att prata om det, är svårt att säga.

Vi kan här skilja på statistik beräknat på två sätt: Dels i vilken mån användarna, någon gång, har provat på en viss aktivitet och dels om aktiviteten är regelbundet återkommande och ingår i det vardagliga användandet, dagligen eller åtminstone någon eller några gånger i veckan. Det första måttet på ”någon gång-aktiviteter” visar på i vilken utsträckning Internets många möjligheter utforskas och utnyttjas. Att betala räkningar över Internet är en sådan någon gång-aktivitet. Den utförs kanske en gång i månaden och syns inte i det dagliga användandet. Det andra måttet mäter vardagsanvändandet, dvs. aktiviteter som dagligen eller nästan dagligen återkommer som att läsa e-posten eller läsa nättidningar online.

I toppen på någon gång-aktiviteterna finns e-posten, som alla har använt. Sedan kommer vanliga informationsaktiviteter

och praktiska hjälpredor. Längre ner kommer underhållningsaktiviteterna, eftersom det i huvudsak är ungdomarna som ägnar sig åt detta. E-posten kommer också i topp bland vardagsaktiviteterna och blandas nu med nyhetssökande och tidningsläsning.

Ovanstående resultat är giltiga för Internetanvändarna som en helhet, från 16 till 90 år. Bakom döljer sig delvis andra utvecklingstendenser som inte riktigt slår genom i helheten. För de yngre har Internet också blivit ett underhållningsmedium där man hämtar musik och video. Internet har också, för allt fler, blivit en plats att finnas på och möta andra människor. Det var en tanke som också fanns 1995, men som det tog tio år att förverkliga. Internet som källa till folkbildning och utbildning existerar, men har inte fått en omfattning som många tänkte sig. Eller kanske finns det, men i en annan form än det förväntade.

Det är dags att analysera användningen lite mer i detalj för att se vad som skiljer olika åldersgrupper åt. Aktiviteterna delas här upp i kommunikation, information, praktiskt redskap, underhållning och sociala mötesplatser.

Aktiviteterna i de medelålders och de äldre åldersgrupperna liknar varandra, med skillnaden att en del av de medelålders har anslutit sig till olika sociala nätverk. Där finns många av de yngre som också intresserar sig för bloggar och använde msn.

Kommunikation på Internet i olika åldrar

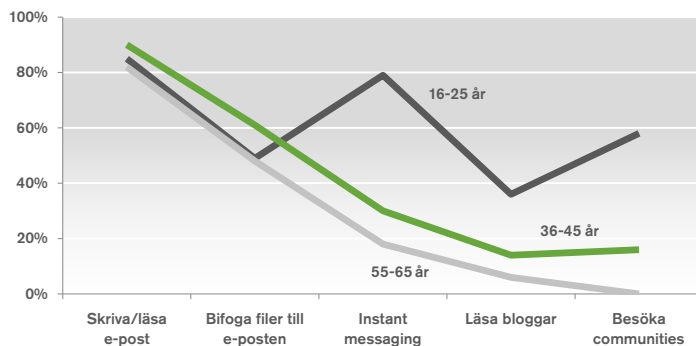


Diagram 4:4 Andel Internetanvändare i tre åldersgrupper som ägnar sig åt kommunikation på Internet.

Internet som praktiskt redskap i olika åldrar

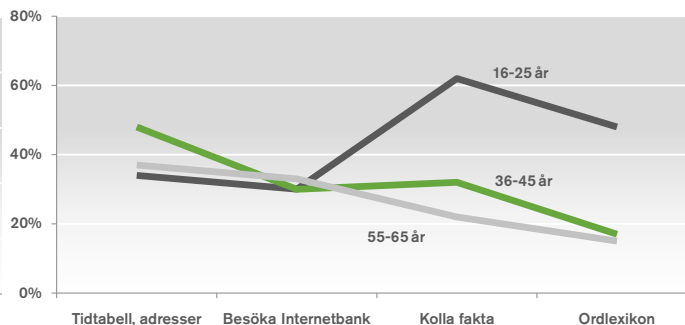


Diagram 4:5 Andel Internetanvändare i tre åldersgrupper som använder olika aktiviteter på Internet.

Här finns tydliga generationsskillnader. Även när det gäller att använda Internet för praktisk hjälp finns det skillnader. I alla åldrar använder man Internetbanken och söker adresser, telefonnummer och tidtabeller. Men för de yngre finns Internet alltid till hands och i deras vardagsanvändande ingår att kolla fakta och använda Internet som ordlexikon.

Informativa Internetaktiviteter i olika åldrar

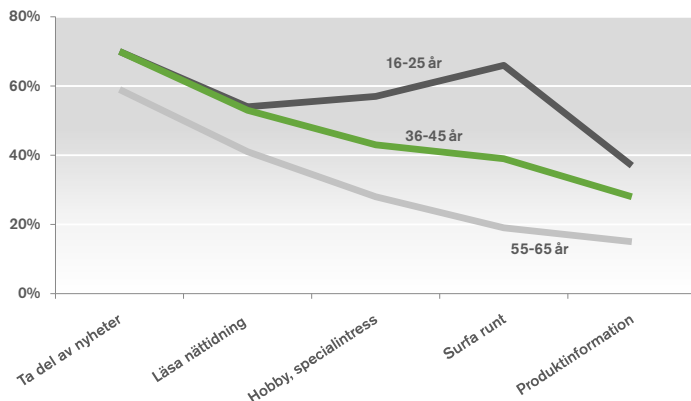


Diagram 4:6 Andel Internetanvändare i tre åldersgrupper som ägnar sig åt informativa aktiviteter på Internet.

Underhållningsaktiviteter på Internet i tre åldersgrupper

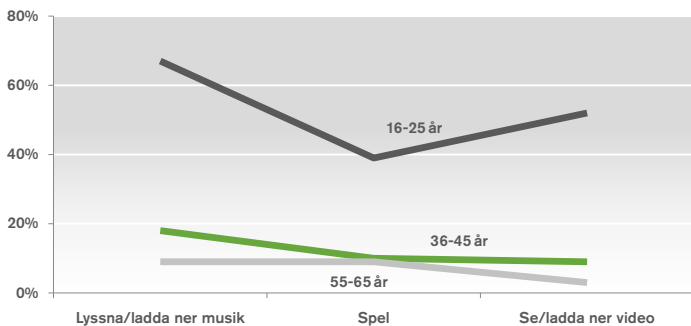


Diagram 4:7 Andel Internetanvändare i tre åldersgrupper som ägnar sig åt underhållning på Internet

Informationsaktiviteterna mellan åldersgrupperna skiljer sig inte åt så mycket vad gäller inriktning. De använder Internet för samma saker, men de medelålders är mer aktiva än de äldre och de yngre är mer aktiva än de medelålders. Särskilt när det gäller att surfa runt på nätet.

De stora skillnaderna återfinns i användningen av Internet för underhållning. För de äldre och medelålders är Internet ingen källa för underhållning. För de yngre däremot är Internet minst lika mycket ett underhållningsmedium som ett informations- och kommunikationsmedium.

Trendbrott inom fildelning

Fildelningen har successivt ökat över åren och vi har kunnat konstatera en årlig tillväxt sedan vi började ställa frågor om detta 2004. Det har gällt ända fram till 2009. För varje år har andelen fildelare ökat. Men nu ser vi ett tydligt trendbrott, ökningen har avstannat. Andelen fildelare i befolkningen är i år 18% mot 19% år 2008. Det är ett trendbrott som är särskilt tydligt bland de yngsta under 16 år.

Användning av fildelningstjänster

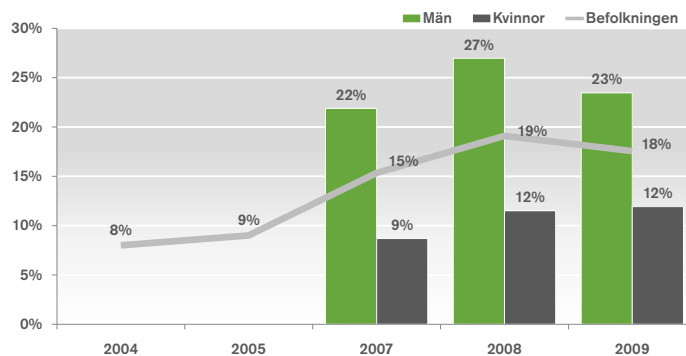


Diagram 4:8 Andelen av män, kvinnor och befolkningen som någon gång använder sig av fildelningstjänster 2004-2009.

Orsakerna till detta kan vara flera, men utvecklingen av nya, användaranpassade tjänster som t.ex. Spotify för musik har skapat alternativ till fildelningen. Tidigare studier visar att enkelhet, brett musikutbud och rätt pris är avgörande i detta sammanhang.

Myndighetsinformation

Internet var tänkt att underlätta kommunikationen mellan medborgare och myndigheter, om det så var statliga eller kommunala. Myndigheternas information skulle bli lättare tillgänglig och medborgarna skulle lättare komma i kontakt med myndigheterna. Idag när 80% av befolkningen använder Internet och många har gjort det i tio år, så är det fortfarande hälften (49%) av Internetanvändarna som inte använder Internet för att nå myndigheterna. Inte mycket har hänt under de senaste åren. 2007 var situationen likartad. 47% hade aldrig använt Internet för att komma i kontakt med någon myndighet.

Vad är det då som utmärker de som använder Internet för att skaffa offentlig information? Ja, det är de med bra utbildning och god inkomst som använder Internet på detta sätt. 75% av de med både hög utbildning och hög inkomst gör det, jämfört med 17% av de med låg utbildning och låg inkomst. Det betyder att här finns fortfarande stora skillnader mellan arbetare och tjänstemän, framför allt mellan de som pensionerat sig. Utbildning och inkomst spelar en roll.

Tabell 4:1 Andel av tjänstemän resp. arbetare som någon gång tar del av offentlig information från regering, kommun eller myndigheter.

| | 18-35 år | 36-55 år | 56+ år |
|------------|----------|----------|--------|
| Arbetare | 54% | 53% | 48% |
| Tjänstemän | 76% | 71% | 71% |

Inkomstens och utbildningens betydelse för att ta del av offentlig information

| | Hög inkomst | Mellan inkomst | Låg inkomst |
|-------------------|-------------|----------------|-------------|
| Låg utbildning | 29% | 34% | 17% |
| Mellan utbildning | 66% | 59% | 40% |
| Hög utbildning | 75% | 76% | 53% |

Tabell 4:2 Andel av Internetanvändare i nio olika utbildning-inkomstgrupper som någon gång tar del av offentlig information.

e-legitimation

Ett viktigt verktyg för att, via Internet, komma i kontakt med myndigheter och banker är e-legitimationen. Har man en sådan underlättas kontakterna väsentligt. Men e-legitimationen är inte vida spridd utan innehas framför allt av de med god utbildning och inkomst. 76% av de med hög utbildning och hög inkomst har skaffat sig en e-legitimation jämfört med 14% av de med låg utbildning och inkomst. Detta återspeglas också i skillnader mellan förvärvsarbetande arbetare och tjänstemän.

Tabell 4:3 Andel av tjänstemän resp. arbetare som innehar e-legitimation.

| | 18-35 år | 36-55 år | 56+ år |
|------------|----------|----------|--------|
| Arbetare | 61% | 53% | 33% |
| Tjänstemän | 72% | 69% | 55% |

Inkomstens och utbildningens betydelse för innehav av e-legitimation

| | Hög inkomst | Mellan inkomst | Låg inkomst |
|-------------------|-------------|----------------|-------------|
| Låg utbildning | 17% | 25% | 14% |
| Mellan utbildning | 69% | 55% | 33% |
| Hög utbildning | 76% | 59% | 37% |

Tabell 4:4 Andel av Internetanvändarna i nio olika utbildning-inkomstgrupper som innehar e-legitimation



Kommunikation med bloggar och communities

5

En egenskap hos Internet som upptäckts alltmer av användarna är de kommunikativa möjligheterna. Internet, som ett nätverk av nätverk, är uppbyggt för just detta. För att lättare se vilka förändringar som skett, under de senaste åren, görs här nedan en jämförelse mellan 2009 och 2007.

Genomgående är befolkningen mer aktiv idag än för två år sedan. En del av den ökningen beror på att det finns fler Internetanvändare i dag, jämfört med 2007. Men även när vi jämför endast Internetanvändarna 2009 och 2007 är skillnaderna betydande. Det finns nästan tre gånger så många communitymedlemmar idag, jämfört med 2007. Även när det gäller Internettelefoni, instant messaging (msn) och deltagande i chattrum är ökningen stor, med 10 procentenheter. Något mindre ökning, men ändå betydande, har skett för e-postande, och mobilaktiviteter som SMS och MMS. Andelen som bloggar har nästan fördubblats, men nivån är fortfarande mycket låg. Bortsett från dessa förändringar är mönstret, rangordningen av aktiviteter, med e-post och SMS som vanligaste aktiviteterna och bloggandet som minst vanlig, densamma 2009 som den var 2007. Går vi längre bak i tiden, till år 2000, fanns varken bloggandet eller de sociala nätverken i den form som de finns idag.

Alla e-postar

Elektronisk post var en av de funktioner som fanns på Arpanet, föregångaren till Internet, redan i början på 70-talet. Att kunna förmedla information från en dator till annan, var en av drivkrafterna till försöken att koppla ihop nätverk med varandra. Metoden att förmedla information, att skicka och ta emot digitala meddelanden, är idag ungefär densamma som den var för trettio år sedan. Meddelanden går inte direkt från en dator till en annan utan lagras och förmedlas via en dataserver.

Så gott som alla som använder Internet har någon gång prövat på att skicka iväg ett meddelande via e-posten. Det gäller från de yngsta till de äldsta. För en majoritet ingår e-postandet i de dagliga rutinerna. I åldrarna 26 till 55 år går en av fyra till e-posten flera gånger om dagen. Att observera är att även de unga, i åldern 16-25 år, är flitiga användare av

e-posten. Några större skillnader mellan män och kvinnor finns inte.

Men det är inte bara textmeddelanden som skickas via e-posten. Det är mycket vanligt att man bifogar olika filer som kan bestå av allt som kan sparas i digital form som foton, musik, video och textdokument. Hälften av användarna gör detta åtminstone någon eller några gånger i veckan.

Kommunikation på Internet

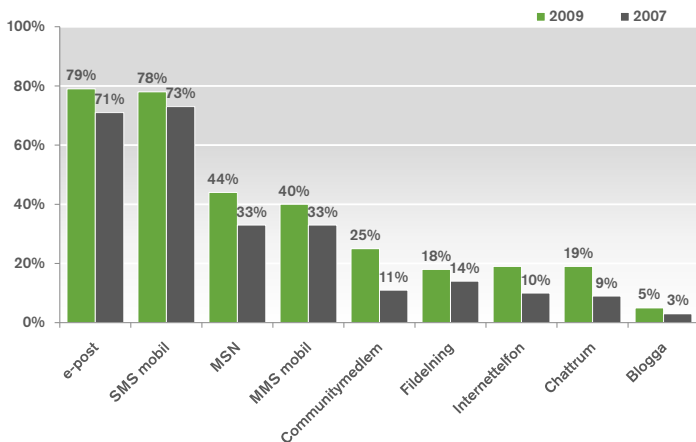


Diagram 5:1 Andel av befolkningen (16+ år) som, någon gång, ägnar sig åt olika aktiviteter på Internet. En jämförelse mellan 2009 och 2007.

E-post den vanligaste aktiviteten på Internet

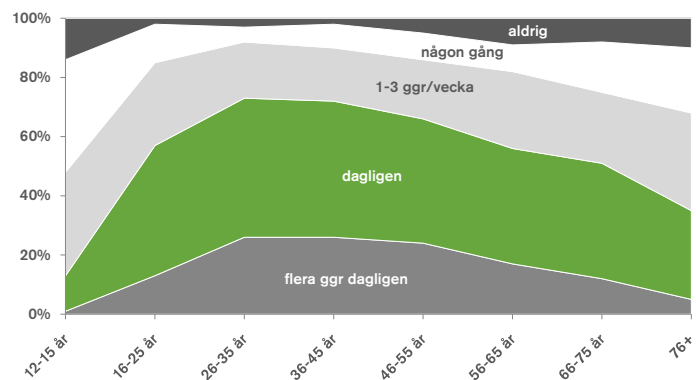


Diagram 5:2 Andel Internetanvändare i olika åldersgrupper som använder sig av e-post

De flitigaste e-postarna är tjänstemännen som i sitt arbete använder e-posten som ett av sina viktigaste arbetsverktyg. 87% e-postar och 55% bifogar filer till e-posten dagligen. Även arbetarna e-postar, men inte lika frekvent: 82% e-postar åtminstone någon gång i veckan, och 42% bifogar något under samma tidsintervall. E-posten fungerar således som ett arbetsverktyg, men nästan lika ofta används det för privata ändamål.

Chat och instant messaging

Barns användning av Internet för kommunikation börjar när de kommer upp i skolåldern. Då är det inte e-post som gäller utan det mer direkta instant messaging, som finns i olika former, vanligast som Windows Live Messenger. Att "messa" till kompisar utgör den viktigaste kommunikationskanalen upp till 25 år, då msn kompletteras med e-posten. Så gott som alla i de yngre åldrarna använder msn, och man gör det ofta. Det ingår i de flestas vardagsanvändande. Däremot är de flesta äldre över 45 år inte bekanta med detta sätt att kommunicera. De har vant sig vid e-posten. De yngre använder både och.

4 av 10 är med i en community

Virtuella Communities, "Online communities" eller webbgemenskaper, bestående av en webbsajt där människor

Att bifoga filer till e-posten är nästan lika vanligt

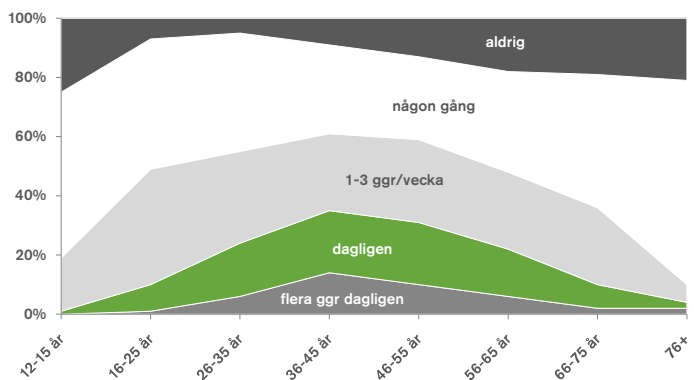


Diagram 5:3 Andel Internetanvändare i olika åldersgrupper som bifogar filer till e-posten.

samlas och byter information har funnits sedan Internet började spridas. Men den senare formen av sociala nätverk som introducerades med MySpace, Flickr, Facebook, Bilddagboken m.fl. har inte funnits under så många år. Genomslaget har varit mycket snabbt. Flera av dem har fått en global spridning med många miljoner medlemmar.

MySpace, där musik spelar en viktig roll, startade 2003 och efter en etableringstid på tre år hade man 200 miljoner konton registrerade. Facebook startade 2004 och det tog ett år för etableringen. Idag är antalet medlemmar 300 miljoner. I Sverige, liksom i de flesta andra länder, finns det vid sidan av globala communities också en lång rad nationella webbgemenskaper.

Totalt är det 39% av Internetanvändarna som idag är medlemmar i någon webbgemenskap. Det är de yngre som dominerar, men jämfört med tidigare år har det också blivit vanligare med ett community-medlemskap bland de medelålders. I åldrarna 36-55 år har det skett en fördubbling jämfört med 2007.

Går vi ytterligare två år bakåt i tiden till 2005, var 10% av användarna med i en community. Mellan 2005 och 2009 har sålunda andelen medlemmar i webbgemenskaper fyrdubblats. Vanligast att vara medlem i en webbgemenskap är det bland ungdomar i åldrarna 16 till 25 år. Där är det tre av fyra (72%)

som besöker en community. Hälften (47%) gör det dagligen. Även bland de yngre tonåringarna är många community-medlemmar, fler bland flickorna (73%) än pojkarna (55%). Annars är skillnaderna mellan män och kvinnor små.

Andelen som deltar i olika webbgemenskaper har, som vi sett tidigare, ökat även bland de medelålders, och ända upp till 45 år besöker en tredjedel communities.

I vilka åldrar och hur ofta använder man instant messaging?

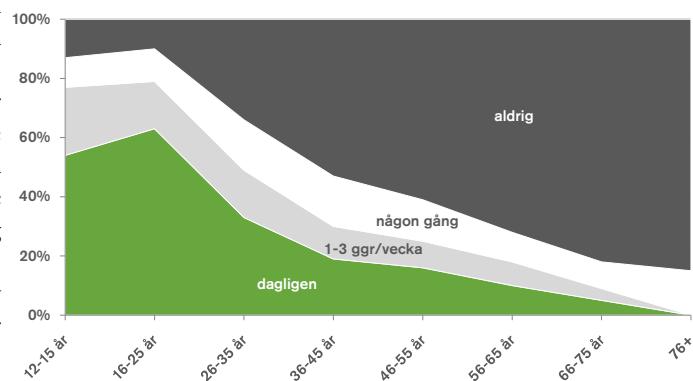


Diagram 5:4 Andelen av Internetanvändarna i olika åldersgrupper som använder instant messaging

Allt fler community-medlemmar

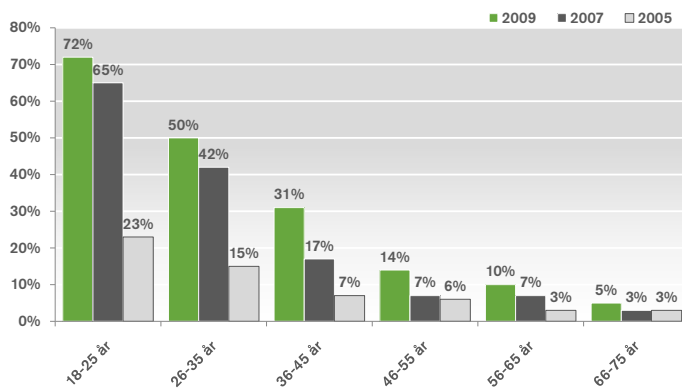


Diagram 5:5 Andelen av Internetanvändare i olika åldrar som var medlem i en community 2005, 2007 och 2009.

Hur ofta besöker man en community?

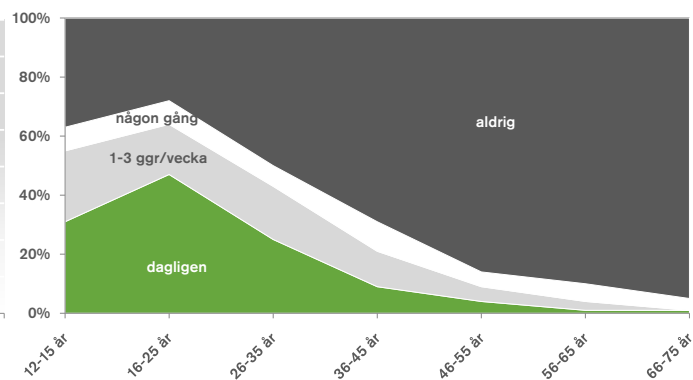


Diagram 5:6 Andelen Internetanvändare i olika åldrar som med olika frekvens besöker en community.

Vilka communities?

Det är inte bara andelen communitymedlemmar som förändrats, och blivit fler, under de senaste åren, utan också utbudet av sociala online communities, sociala nätverk där vänner och bekanta och bekantas bekanta länkas samman. 2005 dominerade de hobbyinriktade webbgemenskaperna följt av de sociala och yrkesmässiga. 2009 finns communities inriktade på människors specialintressen och hobbies kvar liksom de som har anknytning till yrkeslivet, men det slag av communities som totalt dominerar idag är de sociala nätverken, med Facebook i spetsen. Där finns också webbgemenskaper där medlemmarna lägger upp och visar bilder för varandra och där finns spel-communities inriktade på olika spel. Däremot är det mer ovanligt med webbgemenskaper organiserade kring ett politiskt innehåll. Populärast är de sociala nätverken och tre av fyra (72%) som är med i en webbgemenskap är med i ett socialt nätverk. Omkring hälften (43%) av community-besökarna är med i

Internet en plats för motorentusiaster

34-årig metallarbetare, gift och har två flickor. Han tycker om att prova nya tekniska prylar och är intresserad av allt om motorer och teknik. Han började använda Internet redan 1994. I hemmet finns en dator som det är mest han som använder, i genomsnitt en timme om dagen. Han har även tillgång till Internet på arbetet, men använder sällan denna möjlighet. Internet använder han för många saker som e-post, nyheter, tidtabeller och för att informera sig om olika produkter. Han har en e-legitimation och laddar ibland ner musik och någon gång en långfilm men anser inte att det påverkat hans inköp eller biobesök. Radion är hans viktigaste informationskälla, därefter personliga kontakter och Internet. Han är med i tre communities: retro scoter, opel sport club och bygga hemma. Han läser ibland andras bloggar. Internet spelar en viktig roll i hans privatliv, och han anser att Internet har starkt bidragit till ökade kontakter med andra som delar hans intressen. Han har också med hjälp av Internet fått kontakt med gamla bekanta. Om det fanns mer tid skulle han vilja använda Internet mer, men den tiden finns inte när man har hus och familj. Flickorna använder Internet i begränsad omfattning, Det handlar då ofta om spel och webbsidor som han valt ut åt dem.

**early adopter och
entusiastisk traditionalist**

fler än en community och en av tio är med i tre eller flera. De flesta webbgemenskaper, även de med inriktning på hobby eller arbetslivet, har också en social sida, men fokus på dessa mer specialiserade sajter ligger på sakinnehållet.

Bakom det allmänna mönstret, med en dominans av sociala nätverk, döljer sig helt andra användningsmönster. Vi kan jämföra med en grupp mycket erfarna Internetanvändare som var med när Internet byggdes upp i slutet av 80-talet

Hur populära är olika typer av communities 2009?

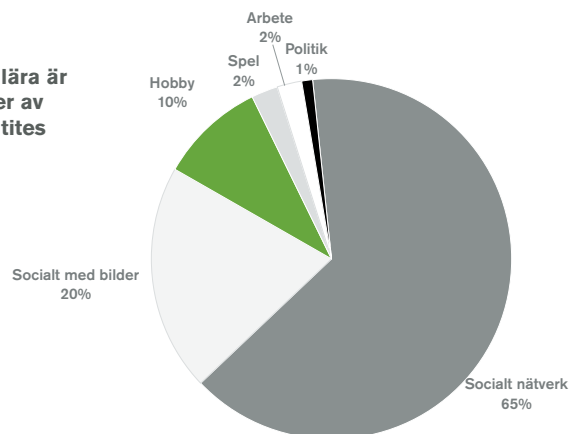


Diagram 5:7 Besökta communities 2009 fördelade på olika typer av innehåll

Hur populära är olika typer av communities 2005?

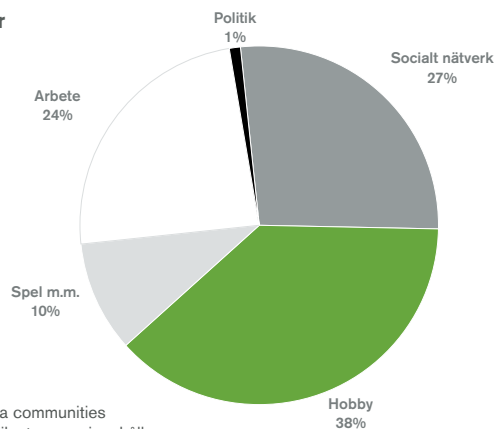


Diagram 5:8 Besökta communities 2005 fördelade på olika typer av innehåll.

och början av 90-talet. De var då med i olika online nätverk och de är idag alla med i olika webbgemenskaper. Hälften av dessa nätverk är relaterade till deras yrkesmässiga intressen i teknik och datorer och den andra hälften har en anknytning till deras hobbies och fritidsintressen.¹

¹ Findahl & Selg (2008), Öppen källkod och öppet innehåll. En undersökning av och med erfarna Internetanvändare.

Bloggar

Bloggandet är en aktivitet som inte är allmänt spridd i befolkningen, Det har visserligen ökat från tidigare år från 3 till 5 procent av befolkningen (16+) (6% av användarna), men i förhållande till situationen i många andra länder är det en låg nivå. Men bloggandet har en större betydelse än vad dessa låga siffror antyder, eftersom det är betydligt fler som läser andras bloggar (37% av användarna) och kanske

Hur ofta skriver man på sin egen blogg?

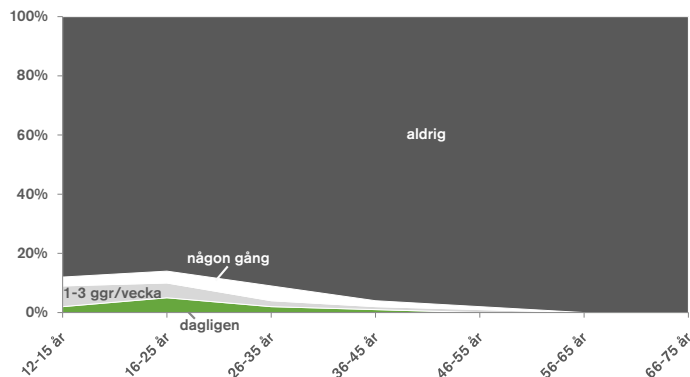


Diagram 5:9 Andelen av Internetanvändarna i olika åldrar som skriver på sin egen blogg

Hur ofta läser man andras bloggar?

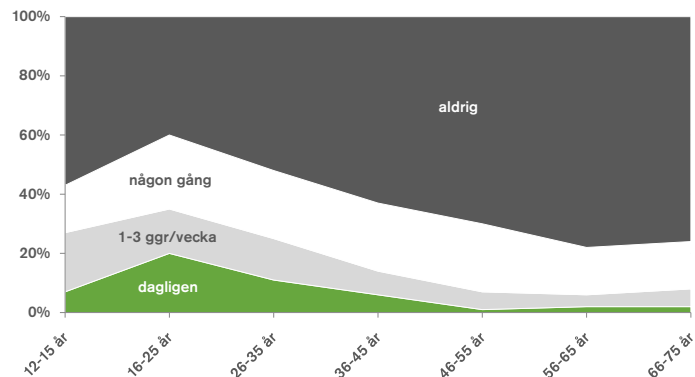


Diagram 5:10 Andelen av Internetanvändarna i olika åldrar som läser andras bloggar

Mäns och kvinnors erfarenhet av att läsa andras bloggar

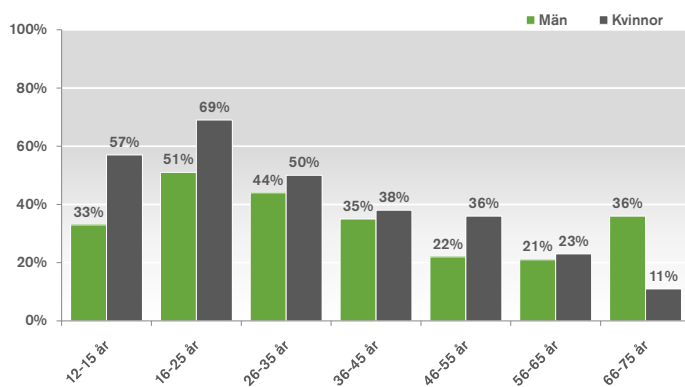


Diagram 5:11 Andelen av manliga och kvinnliga Internetanvändare i olika åldrar som läser bloggar

Mäns erfarenhet av att skriva en egen blogg

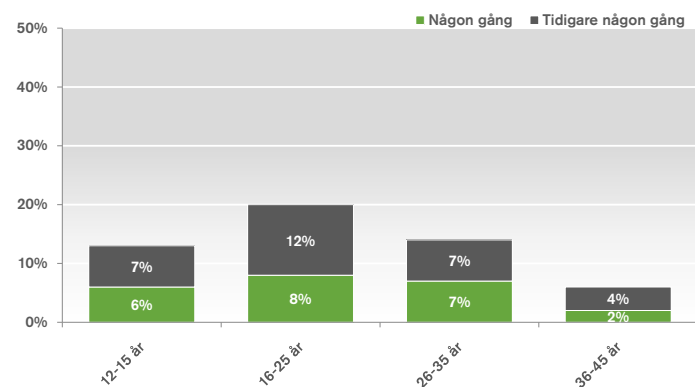


Diagram 5:12 Andelen av manliga Internetanvändare som har eller har haft en egen blogg

kommenterar dessa, än som själva skriver egna bloggar. Och framför allt är det lika många som någon gång har skrivit en blogg (6%) än som just nu gör det. Bloggandet för de flesta är inte något man håller på med hela tiden, utan något man gör i vissa perioder eller skeenden av sitt liv.

Summerar vi dessa siffror finner vi att var tionde användare (6+6=12%) skriver eller har skrivit en egen blogg och att var tredje (37%) läser andras bloggar. Detta är bloggandet utslaget

på alla användare, men eftersom bloggandet är koncentrerat till yngre åldrar är bloggaktiviteten betydligt högre där. I åldern 16-25 år har 20% (8+12=20%) skrivit eller skriver på en blogg och 60% läser andras bloggar.

Det är fortfarande de unga kvinnorna som dominerar inom bloggvärlden och för dem har bloggar blivit till en viktig del av deras Internetanvändning. Det är framför allt i åldersgruppen upp till 25 år som man använder sig av bloggar, 20% gör det

Blogg som daglig terapi

20-årig manlig studerande. Han började med Internet när han var 13 år. Använder nu Internet dagligen både hemma (100 tim/v) och i skolan (5 tim/v), och via mobilen (7 tim/v). E-posta, surfa - mest på internationella sidor, läsa tidning online, kolla nyheter och tidtabeller, söka information om kultur och litteratur, hör till den dagliga användningen. Dit hör också att lyssna på och ladda ner musik, film och TV-serier. Fildela, spela online spel. Han läser inte någon vanlig papperstidning och rankar Internet som sin viktigaste källa både för underhållning och information tillsammans med personliga kontakter. Hans digitala tekniska kunnighet är inte särskilt hög. Trots det är han med i flera communities: Facebook, Bilddagboken och DevianArt. Den sista är en amerikansk community för de som är konstnärligt lagda och vill publicera och diskutera konst. Bloggande ingår också i de dagliga aktiviteterna. Där skriver han om sitt dagliga liv, och uttrycker sina åsikter om samhället och samhällsdebatten, när han blir arg, ledsen eller upprörd. Det är som en daglig terapi, anser han. Han tror att Internet kommer att göra att människor får mer att säga till om och att politikerna kommer att lyssna mer.

Kvinnors erfarenhet av att skriva en egen blogg

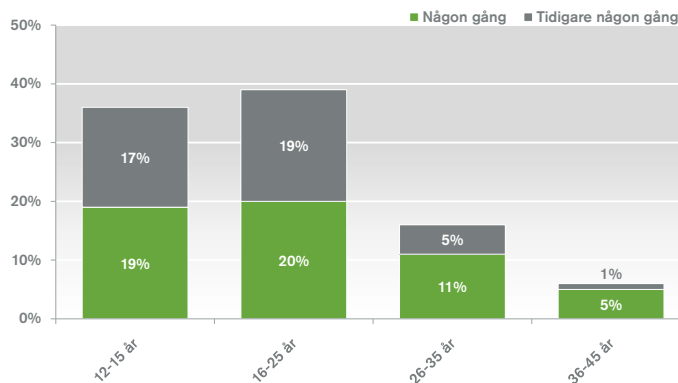


Diagram 5:13 Andelen av kvinnliga Internetanvändare som har eller har haft en egen blogg

Sammanfattning av kvinnors bloggaktiviteter

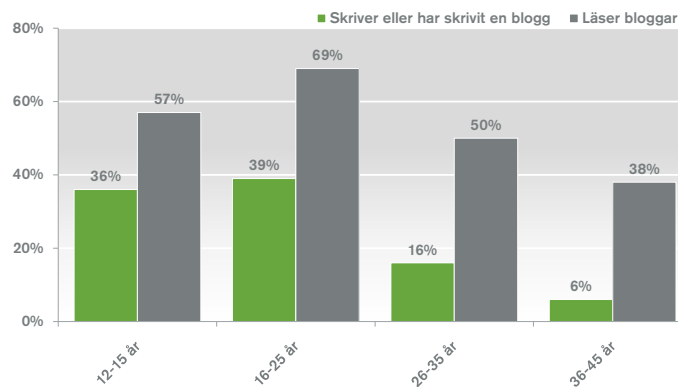


Diagram 5:14 Andelen kvinnliga Internetanvändare med erfarenhet av att skriva och läsa bloggar

och 19% har gjort det. Det innebär att mer än en tredjedel av de unga kvinnorna har egen erfarenhet av att skriva på en blogg. Och två av tre läser andras bloggar. Intresset kvarstår upp i 30-årsåldern, där det börjar att hastigt avta.

Bloggandet är inte någon frekvent aktivitet hos Internetanvändarna i allmänhet, men det bärs fram av ungdomsgrupperna, särskilt hos de yngre kvinnorna. Här har skrivandet och läsandet av bloggar blivit en återkommande aktivitet som blivit en del av deras vardagsanvändande av Internet. Den sammanfattande bilden återfinns i diagram 5:14.

Vad handlar bloggarna om?

Vi har nu sett hur det bakom den allmänt låga bloggaktiviteten, döljer sig ett stort engagemang för bloggandet hos de yngre kvinnorna. Uppskattningsvis rör det sig om totalt 400 000 människor som skriver på en egen blogg. Frågan är vad dessa bloggar handlar om?

Den vanligaste bloggen, två av tre (64%), handlar om den skrivande själv och hans eller hennes vardagsliv. Det är dagboksberättelser där det också kan ingå barn, djur, resor, mode och kläder. En av fyra bloggar (26%) har ett speciellt

sakinnehåll. Det kan gälla en hobby, ett specialintresse, konst och litteratur, musik, foton, spel, humor. En mindre andel bloggar handlar om arbetet (6%). Detsamma gäller politiska bloggar (6%) eller snarare bloggar där den som skriver framför sina åsikter om dagsaktuella eller mindre aktuella frågor.

Vad handlar bloggarna om?

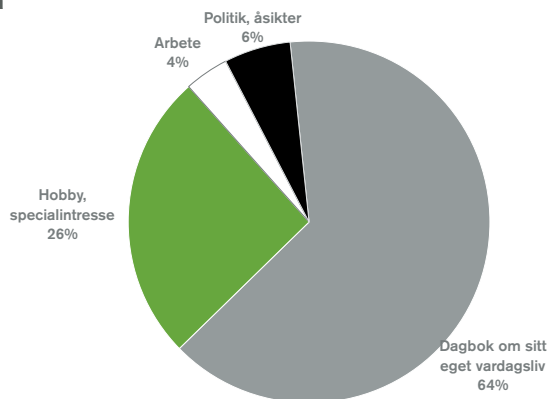


Diagram 5:15 Internetanvändarnas bloggar fördelade efter innehåll

En blogg som vänder sig mot världen

Kvinnlig studerande 21 år och gift, som använt Internet i nio år. 40 timmar i veckan kopplar hon upp sig på Internet från hemmet och 10 timmar från skolan. Huvudsakligen sker det via en bärbar dator och med en trådlös uppkoppling. Hon kopplar också upp sig på Internet via mobilen. Hennes huvudintressen är träning och att blogga. Skriver på sin blogg gör hon några gånger i veckan och det handlar mest om vardagliga saker som träning och mode. Hon vänder sig till alla, men kanske mest till dem som delar hennes intressen. Internet använder hon också för att kommunicera via msn, surfa runt, läsa tidning, söka upp nyheter, läsa bloggar, söka upp information om sina specialintressen, om humor, musik, hälsa, sport och för att e-posta. Fildelar gör hon någon gång i veckan och laddar ner en hel del musik, någon långfilm och ett antal TV-serier. Hon e-handlar ibland och besöker sin community, Facebook, några gånger i veckan. Internet har medfört ökade kontakter med familj och vänner och personer som delar hennes politiska intressen. TV, personliga kontakter och Internet är hennes viktigaste informationskällor. Hon instämmer i att människor utan Internet har hamnat i ett mycket allvarligt underläge. Hon tror på Internets möjligheter att påverka regeringen och att få myndigheter att bry sig om vad folk tycker. Papperstidningar ägnar hon inte mycket tid åt, utan läser böcker, ser på TV och lyssnar till musik.

avancerad
entusiast





Globalt, nationellt, lokalt och personligt

6

Internet utgör idag ett globalt nätverk, som gör det möjligt att blixtnabbt, utan kostnad, nå människor och webbsidor var som helst i världen. Landsgränser och de geografiska avstånden är därmed övervunna. Alla människor i världen med ett e-post konto finns tillgängliga, åtminstone i teorin, och många miljoner webbsidor med mycket av all världens kunskap finns också på nätet. Vilken betydelse har det fått för kommunikationsmönster och informationsspridning?

Sökandet på nätet, för de flesta människor, riktar sig mot både lokala, nationella och internationella webbsidor. Proportionerna varierar dock och vi kan särskilja fyra olika grupper.

- **De lokala.** Här dominerar de lokala sidorna med nationellt och lite internationellt (26% av användarna)
- **De nationella.** Huvudsakligen nationella sidor med lite lokalt och internationellt. (29% av användarna)
- **De blandade.** Här blandas nationellt med lokalt och internationella sidor (27% av användarna)
- **De internationella.** Huvudsakligen internationella sidor med nationellt och lite lokalt. (18% av användarna)

Vem skickas e-posten till?

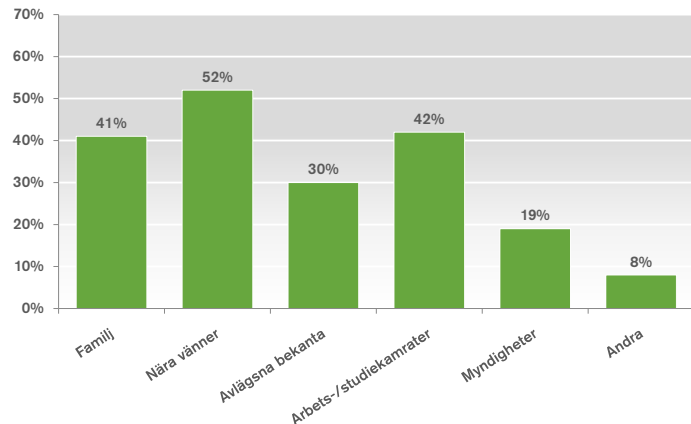


Diagram 6:1 Andelen av de som e-postar som skickar till olika adressater

Gemensamt för alla fyra grupper är att de nationella sidorna utgör stommen i deras "world wide web", kombinerat med olika blandningar av lokala och globala sidor. Den globala atmosfären har successivt försvunnit genom att många globala webbsajter idag har uppstått i svenska versioner som, Facebook, YouTube, Google o.s.v. Det liknar utvecklingen på TV-sidan där utländska TV-kanaler i Sverige fått textning på svenska eller svenska kommentarer.

Ändå tillhör Sverige som ett litet land med ett litet språk, de länder som är öppna för omvärlden. 72% av de svenska Internetanvändarna har åtminstone någon gång besökt en sida på ett annat språk än svenska och 32% gör det åtminstone någon eller några gånger i veckan. Det är ungefär lika vanligt som att besöka lokala sidor. 80% av användarna har gjort det åtminstone någon gång och 39% gör det varje vecka.

Vem kommunicerar man med över Internet?

Nätet är sålunda för de svenska användarna huvudsakligen nationellt. Men vem är det man kommunicerar med? Är det med människor i andra världsdelar? Människor man inte tidigare har känt eller är det "nära och kära", familj och gamla vänner? Låt oss börja med e-posten, den vanligaste aktiviteten på Internet.

Att e-posten är ett viktigt arbetsverktyg i många yrken är väl känt sedan tidigare, men minst lika vanligt är det privata användandet i kommunikation med nära vänner och familjemedlemmar. E-posten är också en möjlighet att hålla kontakt med avlägsna vänner och bekanta. E-post skickas också till myndigheter, men dessa brev är inte så talrika att de får någon dominerande position. Istället visar sig e-posten passa väl för de flesta ändamål och till de flesta adressater.

Instant messaging eller chat, är en mer informell form av kommunikation via Internet, där man väntar sig ett snabbt svar, som i huvudsak riktar sig mot nära vänner som man ofta träffar också i vardagen. Det är denna form av Internetkommunikation som dominerar i tonåren, lever kvar upp i 30-årsåldern, och sedan minskar i användning. Men även här kan vi se att instant messaging också riktar sig till vänner och bekanta som man har lite kontakt med utanför Internet. Familjemedlemmar finns också med på ett hörn.

En mer öppen form av kommunikation på Internet är bloggen, där man kan skiva om sig själv eller saker man är intresserad av, kommentera och uttrycka åsikter. Vem skriver bloggarna för? Vem riktar de sig mot?

Även här är det de nära vännerna som utgör den viktigaste läsekretsen (58%). Men Internet kan också överbrygga de

Vem "messar" man med?

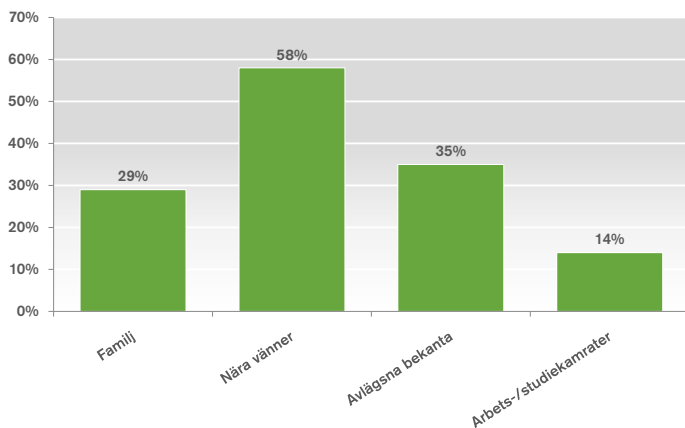


Diagram 6:2 Andelen av de som använder instant messaging som riktar sig till olika adressater.

Vem riktar sig bloggarna till?

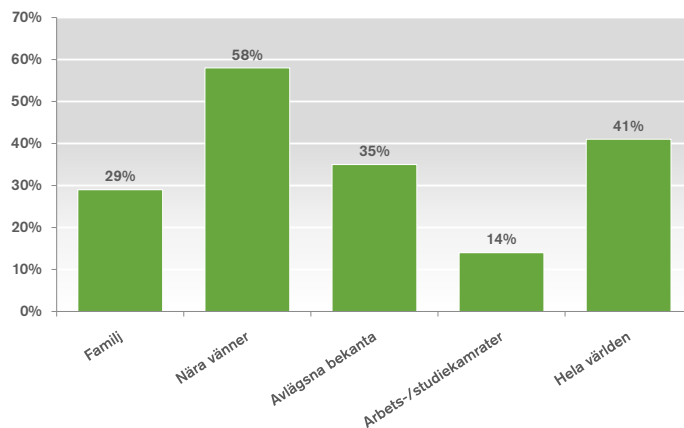


Diagram 6:3 Andelen av de som skriver bloggarna som riktar sig till olika typer av läsare.

geografiska avstånden och många bloggare (35%) räknar också med mer avlägsna bekanta som de har lite kontakt med utanför Internet. En del bloggare riktar sig mot hela den globala världen, vilket också utgör, åtminstone en teoretisk, möjlighet. Familjen tänker sig också en del bloggare kan utgöra tänkbara läsare. Men det är de nära vännerna som utgör de viktigaste läsarna.

Ett annat sätt att se på vilka bloggarna riktar sig till är att slå ihop alla adressater de uppgivit och sedan räkna ut hur stor del av helheten varje kategori upptar. Vi finner då samma rangordning som tidigare. Vi kan också se att de medierelaterade bloggarna, som omnämns ibland i tidningarna, utgör en mycket liten del av Internetanvändarnas

bloggar (1%). Dessa bloggar är ofta journalisternas eller deras kollegors egna bloggar

Det nya med Internet som kommunikationskanal, är dock inte möjligheterna att hålla god kontakt med familj och nära vänner. Denna kommunikation kan ske med många andra medel. Det nya är att vänkretsen kan vidgas avsevärt från det relativa fåtal som utgör de nära vänner som man många gånger har regelbunden kontakt med utanför Internet. Dessa avlägsna vänner och bekanta, som finns med som adressater både för e-post, instant messaging och bloggar, utgör en vidgad bekantskapskrets som man med hjälp av Internet kan hålla kontakt med.

Det visar sig också att nära hälften av Internetanvändarna (48%) säger att de fått kontakt med gamla bekanta via Internet. Bland de yngre (16-25 år) är det tre av fyra (73%) som säger detta. Majoriteten (82%) tror inte att de skulle fått kontakt med dessa människor utan Internet.

På liknande sätt fungerar de sociala nätverken som blivit så populära under senare år. Där återfinns inte bara de nära vännerna utan också mer avlägsna bekanta, som man utan att träffas fysiskt, ändå har en slags kontakt med. Man får reda på vad som händer med dem och deras tankar och åsikter.

Specialintresse styr Internetanvändning mot icke-svenska webbsidor

Välutbildad gift man, 74 år, som använt Internet i tio år. Han har en egen dator liksom maken, som använder Internet mer än honom. Musik är hans specialintresse, som han ägnar en stor del av dagen åt liksom att läsa böcker. Radion är den viktigaste informationskällan tillsammans med Internet. Läser även en dagstidning och ser lite på TV. Han är datorkunnig, intresserad av att testa nya tekniska prylar och har stor erfarenhet av att arbeta och redigera text liksom video. Internet använder han dagligen men i begränsad omfattning (1 timme om dagen). Det som styr användningen av Internet är hans intresse för musik, men han söker också upp sidor med kultur och litteratur, kollar tidtabeller och adresser etc., använder e-post. 90% av de sidor han besöker är internationella.



traditionalist

Vem vänder sig bloggarna till?

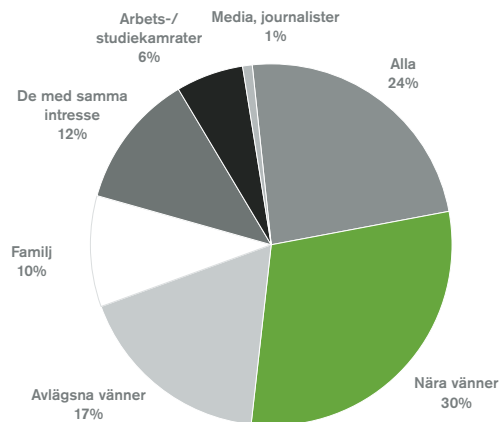


Diagram 6:4
Fördelning av bloggarnas uppgivna adressater

Resultatet av detta är att de personliga kontakterna har fått en ökad betydelse som källa till information. Ju mer aktiv man är på nätet och ju mer engagerad man är i de sociala nätverken desto viktigare blir de personliga kontakterna¹ (se också kap 8 för Internet om information och politik, sid 44). Ytterligare ett tecken på de personliga kontakternas ökade betydelse på Internet är de råd och bedömningar som förekommer flitigt på nätet och kan gälla allt från hotell och resmål till böcker och kameror. De yngre, särskilt de mellan 26 och 35 år, brukar läsa dessa kommentarer (77%). Över hälften, genomgående, brukar lägga stor eller mycket stor vikt vid dessa bedömningar från andra användare.

¹ Skillnaderna mellan åldersgrupperna är signifikanta både vad gäller Internet och personliga kontakter ($p < 0,001$)

Hur viktigt är Internet respektive de personliga kontakterna?

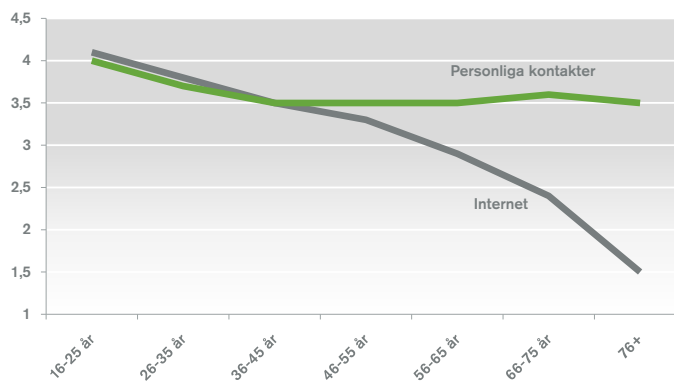


Diagram 6:5 Genomsnittlig bedömning (på en skala 1-5) av hur viktigt Internet resp. personliga kontakter är som källa till information

Vem brukar läsa andra användares kommentarer och utvärderingar?

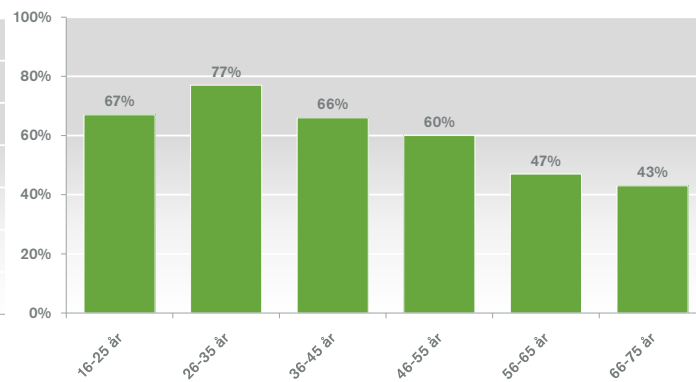


Diagram 6:6 Andel av e-handlarna i olika åldrar som brukar läsa andra användares kommentarer och utvärderingar av varor och tjänster när de skall köpa eller informera sig om en produkt via Internet.

Globalt Internet med minskande kontakter ansikte mot ansikte

19-årig ung kvinna som studerar och bor hemma hos sina föräldrar. Hon har en egen bärbar dator som hon är online med 5 timmar om dagen. Hon började använda Internet för tio år sedan då hon var nio år. Hon spelar spel lika mycket som hon ser på TV, läser ingen papperstidning, men läser dagligen tidningar online, kollar tidtabeller, adresser etc., söker efter sex, ägnar sig åt sin hobby, e-postar, men använder inte MSN, instant messaging. Hon laddar ner långfilmer, är med på facebook, livejournal (en blogg community) och msn-groups. Internet är mycket viktigt för henne både privat och för studierna. Tycker själv att hon ibland tillbringar för mycket tid med Internet och kommer ofta i diskussion med övriga familjen om sitt Internetanvändande. När hon inte kan vara online känner hon sig orolig och deppig. Kontakterna med andra som har samma hobby som hon, har ökat med Internet, men kontakterna, ansikte mot ansikte, med familj och vänner har minskat. 80% av webbsidorna hon går till är ej svenska utan på engelska.



entusiastisk modernist



Traditionella medier på Internet

7

Allt som kan sparas i digital form kan lagras och göras tillgängligt online på Internet. Digitalt innehåll kan också överföras direkt, strömmande från en källa till en mottagare. Därmed kan även direktsänd radio och TV tas emot via Internet.

Dagstidningar har sedan länge publicerat sig online och musik kunde redan 1991 komprimeras med hjälp av MP3 formatet och därmed med lätthet färdas på Internet. Svårare har det varit för video, film och TV. Bredband och bättre kapacitet på datorerna har på senare år förbättrat möjligheterna att även ta del av TV och video via Internet. I vilken mån utnyttjar Internetanvändarna dessa möjligheter?

Dagstidningarna är det traditionella media som flest tar del av på Internet. Så har förhållandet varit tidigare år, och så är det fortfarande. Nästan åtta av tio användare har, åtminstone någon gång, läst en tidning på nätet. För en av tre ingår tidningsläsningen online i de dagliga aktiviteterna.

Användningen av övriga medier som radio, TV, musik och video har ökat under senare år. För de rörliga bildmedierna, TV och video, är ökningen nära tio procentenheter. Men det gäller andelen som prövat på och testat att se på TV och videoklipp på Internet. Det dagliga användandet är dock fortfarande mycket litet.

Användning av Internet som plattform för olika medier

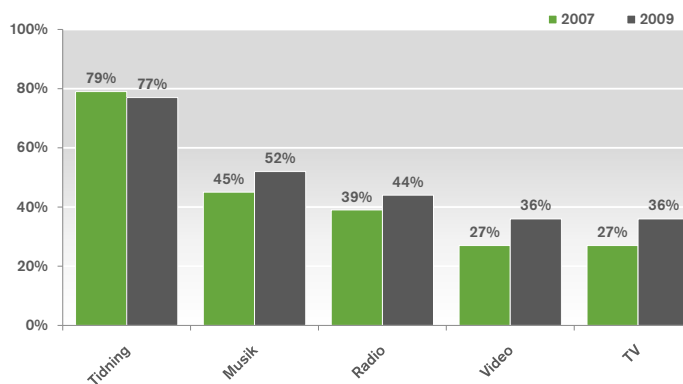


Diagram 7:1 Andel av Internetanvändarna som någon gång använt Internet som plattform för andra medier

Tidningsläsningen på nätet försiggår i alla åldrar. Nästan alla har provat på det. Från de unga till de allra äldsta. Genomgående är det var fjärde eller var tredje användare som dagligen läser en tidning online. Radiolyssnandet online är också utspritt över alla åldrar. Men mest frekvent är det bland de unga från 16 år till 45, ja ända upp till 55 år. Det dagliga radiolyssnandet online är dock begränsat till

entusiasterna, i detta fall upp till 8% av användarna. De finns i alla åldersgrupper.

Att lyssna på musik på Internet ägnar sig, åtminstone någon gång, nästan alla unga åt. I åldrarna 16-25 år är det nästan hälften som gör det dagligen. Bland de yngre, 12-15 år, är det var tredje. Att prova på att se på TV via Internet är det allt fler, i alla åldrar, som har gjort. De flesta gör det någon gång

Daglig användning av olika medier på Internet

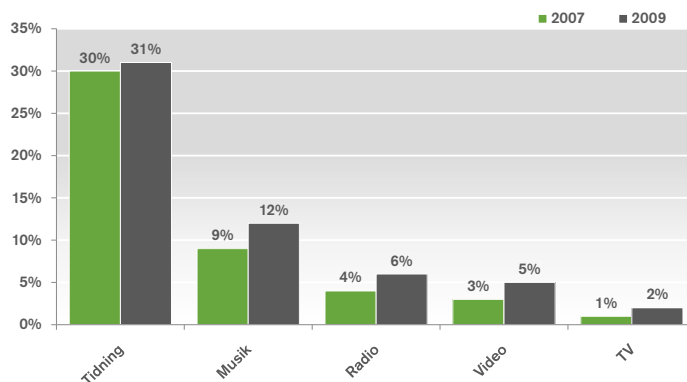


Diagram 7:2 Andel av Internetanvändarna som dagligen använder Internet som plattform för olika medier

Tidningsläsning på Internet

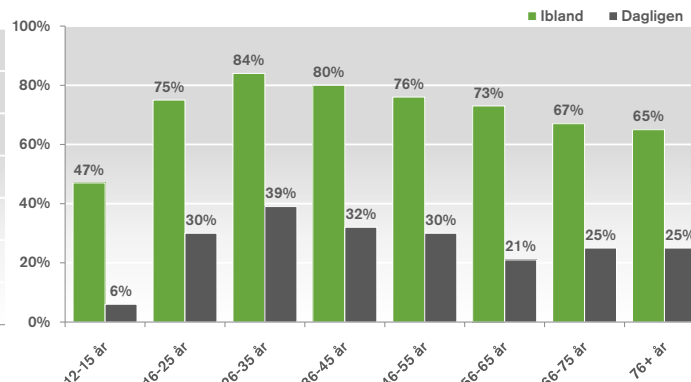


Diagram 7:3 Andel av Internetanvändarna i olika åldrar som läser en tidning online

Radiolyssnande på Internet

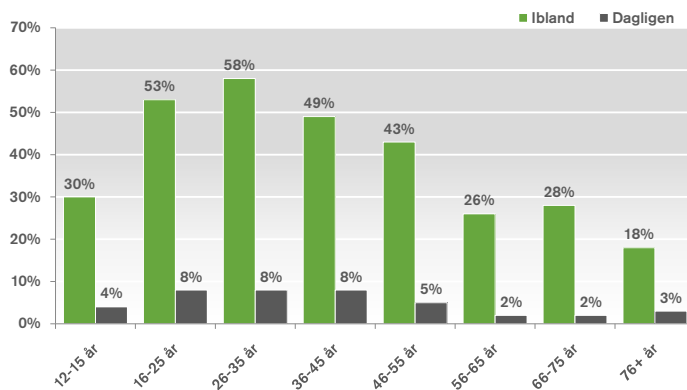


Diagram 7:4 Andel av Internetanvändarna som lyssnar på radio via Internet

TV-tittande på Internet

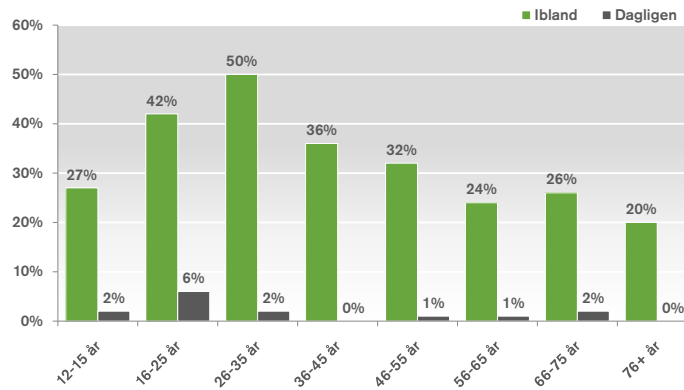


Diagram 7:5 Andel av Internetanvändarna som ser på TV via Internet, ibland eller dagligen

ibland. Men det är få som gör detta på en daglig basis. TV-tittandet på Internet tycks därmed i första hand utgöra ett komplement till det traditionella TV-tittandet på en vanlig TV-apparat. Rörliga bilder, i form av filmer och videoklipp finns i stor mängd tillgängligt på Internet. Det tycks ha blivit de yngres favorit. Tre av fyra i åldrarna 12 – 25 år ser ibland på detta. En av fyra gör det dagligen, vilket innebär

att video på Internet idag ingår som en grundbeståndsdel i Internetanvändningen hos många yngre.

Sammanfattningsvis utgör Internet idag en viktig plattform för andra medier som tidningar, radio och TV. Det är en position som förstärks under senare år. Tidningsläsandet på Internet var redan tidigare mycket utbredd, liksom radio- och musiklyssnandet. Nu används Internet även för att ta del av medier med rörliga bilder som video och TV. De flesta använder sig av dessa möjligheter bara ibland, men videoklippen, liksom tidigare musiken, har blivit en del av många ungdomars dagliga Internetanvändande

Videotittande på Internet

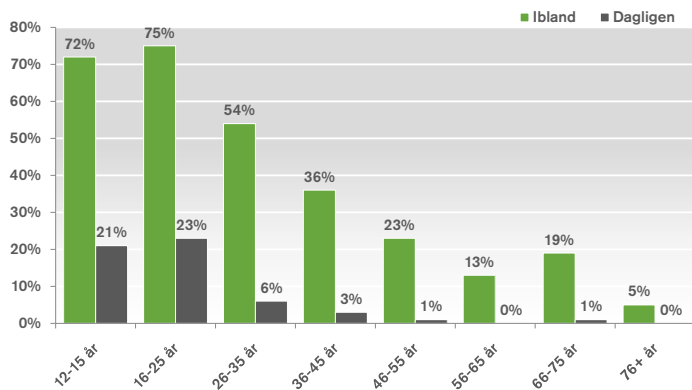


Diagram 7:6 Andel av Internetanvändarna som ser på video på Internet, ibland eller dagligen

Nättidningarnas videoklipp

I många tidningars nätupplagor ingår det idag videoklipp i form av intervjuer eller små reportage. Klickar man på rutan sätter videon igång. Många gånger efter en kortare reklamsnutt. Eftersom många som använder Internet läser tidningar online, har många stött på dessa videorutor och många har testat att öppna och titta på videoinslaget. Men detta är inget som man gör varje gång man läser en tidning på nätet. Det ingår inte i de vardagliga rutinerna.

80% av befolkningen brukar läsa en traditionell dagstidning av papper, 60% brukar läsa en tidning online på nätet och 19% brukar, någon eller några gånger i veckan, titta på videoinslag

Musiklyssnande på Internet

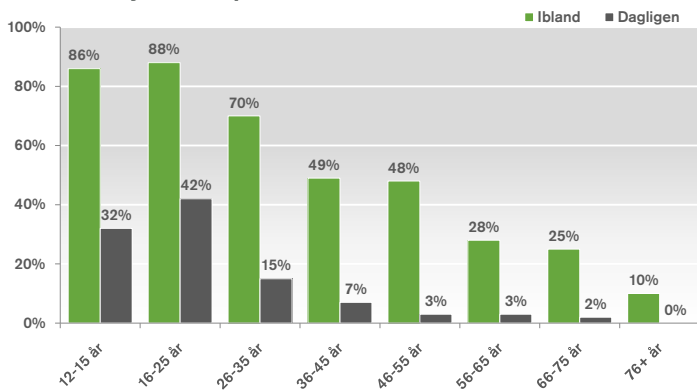


Diagram 7:7 Andel av Internetanvändarna som lyssnar på musik på Internet

Tittande på nättidningarnas videoinslag

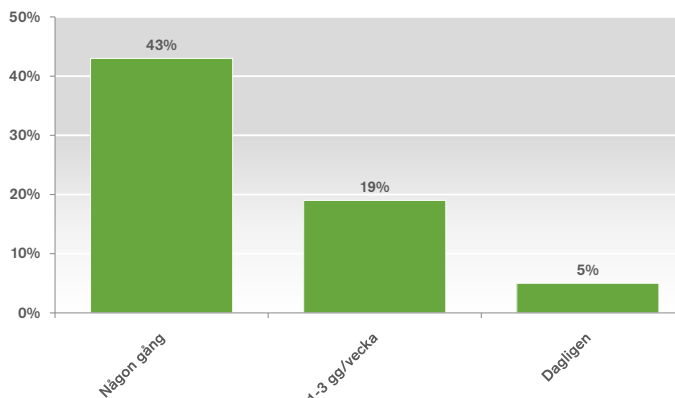


Diagram 7:8 Andel av befolkningen som öppnar och tittar på nättidningarnas videoinslag

som publiceras på en nättidnings webbsida. Nyfikenheten att titta på dessa videoinslag är lika spridd över alla åldrar från 16 till 65 år. Även många av de äldre har testat. Det dagliga användandet är dock betydligt större hos de yngre än hos de äldre. Och det är främst de unga männen från 16 till 35 år som är de flitigaste videotittarna. Det gäller alla sorts videoklipp på nätet inte bara nättidningarnas. Hälften av de unga männen ser på tidningarnas videoinslag minst någon

Tittande i olika åldrar på nättidningarnas videoinslag

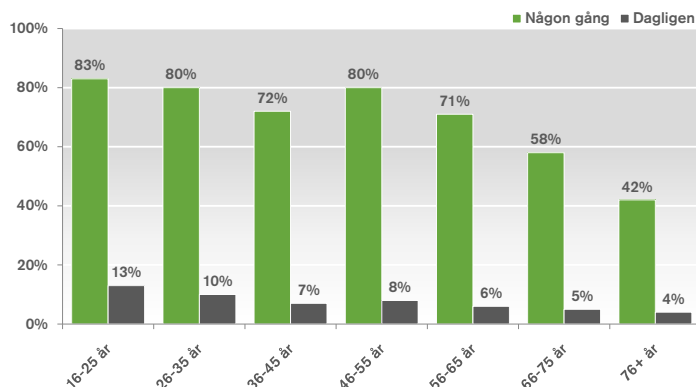


Diagram 7:9 Andel av Internetanvändarna i olika åldersgrupper som öppnar och tittar på nättidningarnas videoinslag.

Unga män ser mest på nättidningarnas videoinslag

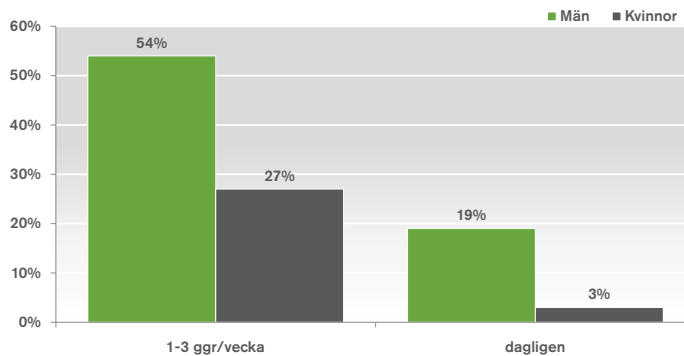


Diagram 7:10 Andelen av Internetanvändarna i åldern 16-35 år som ser på videoklippen i webbtidningarna

eller några gånger i veckan och 2 av 10 gör det dagligen. De unga kvinnorna är inte alls lika intresserade av detta.

Radions och televisionens webbsidor

Flera gånger om dagen, ibland efter nästan varje program i radion och televisionen, hänvisar programledaren eller "hallåan" till att programmet har en särskild webbsida på nätet, dit man kan vända sig med synpunkter och där det finns ytterligare programmaterial för de intresserade. Internet har inte bara blivit en plattform för de traditionella medierna utan Internet har också blivit en del av de traditionella medierna. Public service bolagens webbsajter tillhör de mest besökta sidorna på nätet.

Frågan här är i vilken mån som dessa uppmaningar hörsammas. Besöker radio- och TV-publiken programmets webbsidor på nätet?

85% av befolkningen ser på TV en genomsnittlig dag, 74% lyssnar på radio och 68% använder Internet.¹ Men bara 1% besöker dagligen en webbplats för radio och TV. 8% gör det åtminstone någon gång i veckan. Det innebär att huvuddelen av publiken inte hörsammar uppmaningarna att besöka

¹ Mediebarometern 2008

Besöker webbplats för radio och TV

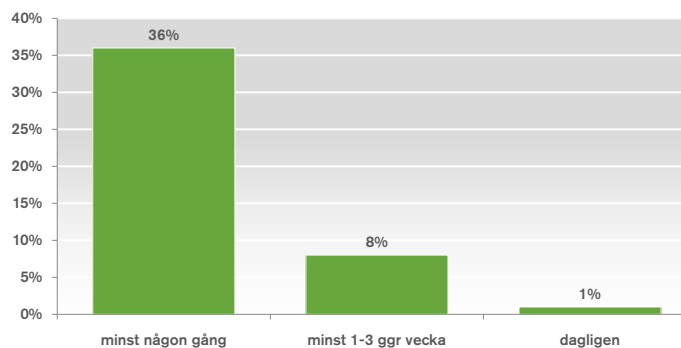


Diagram 7:11 Andel av befolkningen (16+ år) som besöker webbplats för radio eller TV

programmets webbsidor. En av tre (36%) har dock gjort det någon gång.

Men en sådan jämförelse är kanske orättvis. Det rör sig ändå om tusentals besök, även om det inte blir många procent räknat av hela befolkningen. Tidigare inskränkte sig kontakterna med publiken till ett antal telefonsamtal och insändarbrev. Nu med Internet är situationen helt annorlunda, även om bara en bråkdel av radio- och TV-publiken letar vidare på nätet för att hitta den extrainformation som finns gömd på programmets hemsida.

Läget ser ut något annorlunda om vi riktar in oss på Internetanvändarna i olika åldrar och inte ser på de dagliga besöken utan det mer realistiska, någon gång i veckan. Först kan vi se att hälften av alla Internetanvändare, något fler bland de yngre, besökt en webbplats för radio och TV. Mer än en av tio gör dessa besök åtminstone någon gång i veckan, vilket motsvarar omkring en halv miljon besökare. Det är en liten andel i förhållande till den sammanlagda publiken till alla program i radio och TV, men dessa hundratusentals besök visar att Internet har blivit ett viktigt komplement till de traditionella radio- och TV-sändningarna. Det är också de unga som utnyttjar dessa möjligheter mest, vilket pekar mot en ökande användning.

Melodifestivalen

Melodifestivalen bestod 2009 av fem deltävlingar och final och sändes i SVT under februari och mars. Närmare fyra miljoner svenskar, eller 70% av svenska folket såg åtminstone ett program. På Internet bevakades artisterna och evenemanget stort, inte bara med egna sidor på SVT, utan också på kvällstidningarnas nätsidor. Resultatet blev att nära en miljon informerade sig, åtminstone någon gång, om melodifestivalen på Internet. 200 000 gjorde det åtminstone någon gång i veckan.

Av de som sett minst ett av TV-programmen var det en av fem som informerat sig via Internet om melodifestivalen. Den mest aktiva åldersgruppen var kvinnor mellan 16 och 35 år. Av dem hade 35-40% använt Internet för att skaffa information om artisterna och evenemanget. I detta fall, när det gäller populär underhållning, är det således många som använder sig av Internet för att informera sig. Men huvudkällan är televisionen, eftersom det är där som programmen visas.

Besöker webbplats för radio och TV

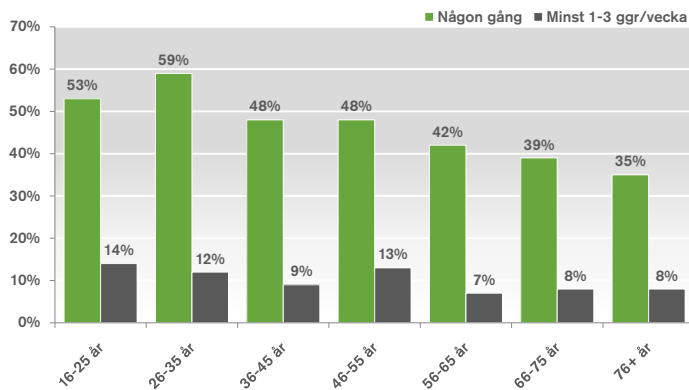


Diagram 7:12 Andel av Internetanvändarna som besöker webbplats för radio eller TV



Internet för information och politik

8

I många länder har televisionen, sedan 60-talet, varit den viktigaste informationskällan för vad som händer i världen både på det internationella, nationella och lokala planet.

I Sverige har morgontidningarna av tradition varit dominerande, men även här växte televisionen fram som en lika viktig informationskälla, framför allt när det gällde det internationella. Fortfarande i början av 90-talet höll dagstidningarna sin ställning som det viktigaste informationsmediet vid sidan av televisionen, och viktigast när det gällde lokala frågor.¹

År 2000 hade halva svenska folket börjat använda Internet, och åren efter kunde fyra miljoner svenskar lätt nå alla världens tidningar och nyhetskanaler online, på nätet. Vad fick det för betydelse? Vilken roll fick Internet som informationskälla vid sidan av TV, tidningar och radio?

I den undersökning WII gjorde 2002 visade det sig att TV, radio och dagstidningarna hade behållit sin position som de viktigaste informationskällorna. Det var bara ungdomarna 18-25 år som bedömde att Internet var ungefär lika viktigt som TV, men fortfarande lite mindre viktig än dagstidningen.

¹ Findahl, O (1993). Sveriges elfte TV-val

Hur viktiga är olika medier som informationskällor?

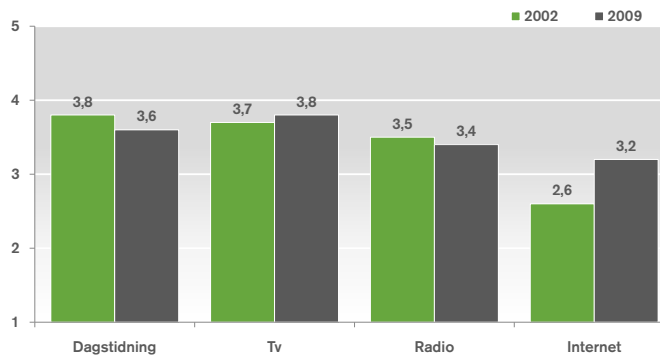


Diagram 8:1 Genomsnittlig bedömning i befolkningen (16+), på en skala mellan 1 och 5, av olika mediers viktighet som källa till information. En jämförelse mellan 2002 och 2009.

Idag när de flesta svenskar har använt Internet i snart tio år har ställningen för de traditionella medierna inte förändrats nämnvärt. Den förändring som skett är att Internet successivt fått en ställning likvärdig med radio, TV och tidningar. Men Internet har inte ersatt de traditionella medierna utan snarare blivit ett viktigt komplement.

Tendensen, vid sidan av att Internet blir viktigare, är att dagstidningen och radion minskar något i viktighet medan

Hur viktiga är olika informationskällor för de som är 16-25 år?

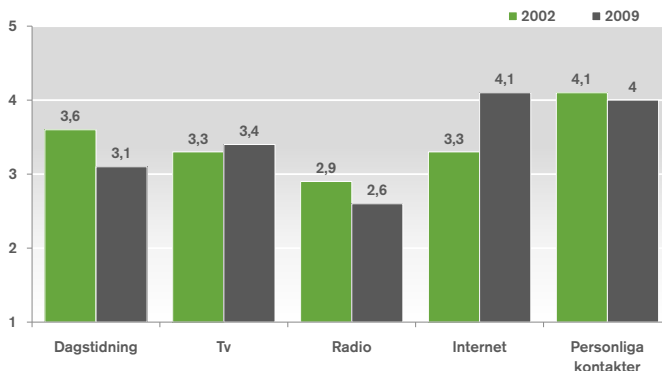


Diagram 8:2 Genomsnittlig bedömning (skala 1-5) om olika mediers viktighet bland de som är 16-25 år, 2002 och 2009.

Hur viktiga är olika informationskällor för de som är 46-55 år?

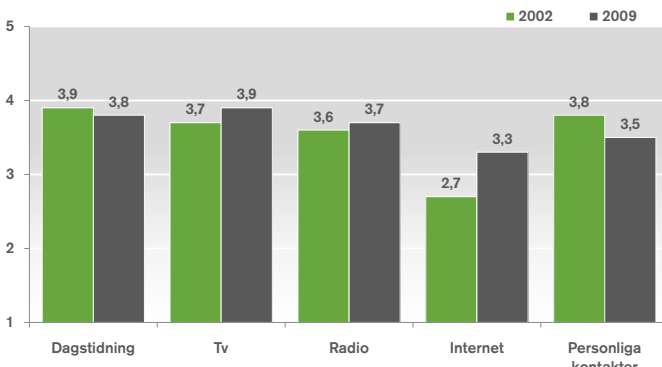


Diagram 8:3 Genomsnittlig bedömning (skala 1-5) om olika mediers viktighet bland de som är 46-55 år, 2002 och 2009.

televisionen stärker sin ställning. För att se vad som ligger bakom detta undersöker vi vad som hänt, mellan 2002 och 2009, bland de unga och de medelålders.

Hos de unga har viktigheten minskat något för dagstidningen och radion, medan television behållit sin position. Den stora förändringen har skett med Internet. Den betraktas idag av de unga som den viktigaste källan till information tillsammans med de personliga kontakterna.

Hos de medelålders (46-55 år) har de traditionella medierna bevarat sin viktighet. Vad som hänt är att Internet, under de femton år som Internet existerat, blivit allt viktigare även för de medelålders, men ännu inte riktigt lika viktigt som de traditionella medierna.

Internet som informationsmedium i andra länder

I ett internationellt perspektiv har Internet i många länder fått en viktigare roll som informationsmedium än i Sverige. Två tredjedelar eller fler av Internetanvändarna i WIP-länderna, säger att Internet är en viktig eller mycket viktig informationskälla.

Internet är inte lika viktig som informationskälla bland svenskar. Här är det ungefär hälften som anser att Internet är en viktig källa för information. Ser vi närmare på skillnaden mellan Sverige och övriga länder återfinns den inte bland de som anser att Internet inte har någon betydelse. I t.ex. Kanada finns det lika många som anser att Internet inte har någon betydelse för dem som källa till information. I stället finns skillnaden bland de som anser att Internet är en mycket viktig informationskälla. Det är förhållandevis få i Sverige som anser detta. I andra länder finns det betydligt fler Internetentusiaster. TV som informationskälla är viktigast i USA, Kina, Tjeckien och Colombia. Minst viktig i Australien och Kanada. Sverige ligger här någonstans i mitten.

Stora dramatiska internationella händelser

För stora internationella händelser är det fortfarande televisionen som spelar den viktigaste rollen. Det gäller även för de yngsta. Vi kan här ta exemplet med kriget i Gaza vintern 2009. Hur viktiga var olika medier som källor till information om kriget när israeliska soldater tågade in i Gaza?

Svaren från de som intervjuades 2009 är att televisionen är den viktigaste informationskällan. Det gäller i alla åldrar. Sedan följer radion och dagstidningen och därefter Internet. Här skiljer sig de yngre i åldrarna mellan 16 och 35 år från övriga. De bedömer Internet som viktigare än radion och lika viktig som dagstidningen. Television är dock även för dem viktigast.

Internet och politik

Svenskarna har sedan Internets barndom haft en avvaktande och skeptisk attityd till Internets politiska betydelse. De flesta har inte haft någon tilltro till Internets förmåga att förändra de rådande förhållandena. Endast 7% av befolkningen ansåg 2002 att Internet kommer att fördjupa demokratin. Bara 8%

ansåg att Internet kommer att ge människor mer politisk makt.² Det var således 90% eller fler av svenskarna som inte hyste någon större tilltro till att Internet kommer att förbättra demokratin.

Svenskarnas skepsis till talet om att Internet kommer att fördjupa demokratin kvarstår idag, 2009, femton år efter det att Internet introducerats. Denna åsikt är inte längre grundad i föreställningar om något okänt utan i en mångårig erfarenhet av Internet. Vilken är då denna erfarenhet? I vilken mån använder man Internet för att söka upp information om politik? Har Internet bidragit till en fördjupad diskussion

² Svenskarna och Internet 2002. World Internet Institute.

Hur viktig är Internet som informationskälla?

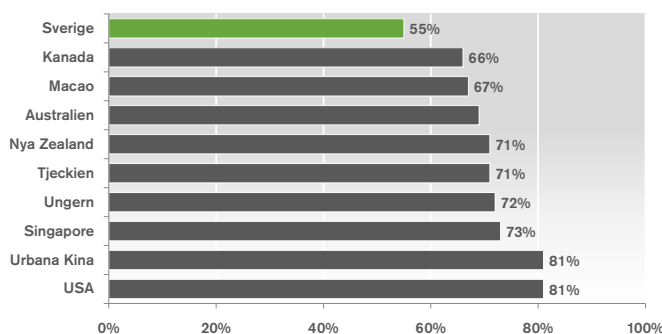


Diagram 8:4 Andel av Internetanvändarna som anser att Internet är viktig eller mycket viktig som informationskälla

Hur viktiga var olika medier som informationskällor under Gazakriget?

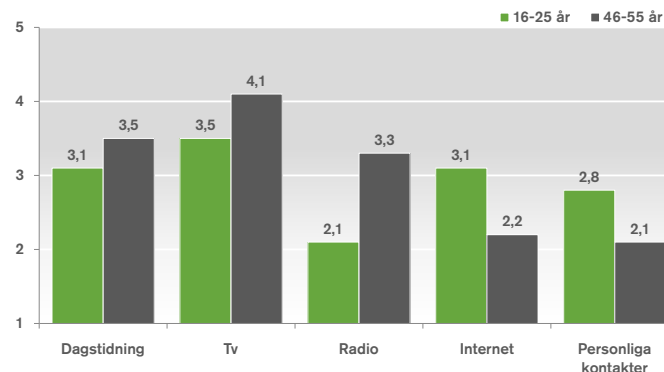


Diagram 8:5 Genomsnittlig bedömning (skala 1-5) om olika medias viktighet som informationskälla under Gazakriget. En jämförelse mellan åldrarna 16-25 år och 46-55 år.

Tabell 8:1. Andel av befolkningen (18+) som instämmer (4 eller 5 på en femgradig skala) i några påståenden om Internet och politik.

| | 2000 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2007 | 2008 | 2009 |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Människor kommer att få lättare att påverka regeringen | | | 6% | 7% | 14% | 9% | | 13% |
| Människor kommer att få lättare att förstå politik | | | 11% | 11% | 12% | 18% | | 19% |
| Myndigheterna bryr sig mer om vad människor tycker | | | 5% | 5% | | 8% | 13% | 15% |
| Människor kommer att få mer politisk makt | 8% | | 6% | 6% | | 10% | | 9% |

om politik och ökade kontakter mellan personer som delar samma politiska intressen?

Internet har i många andra avseenden bidragit till ökade kontakter. Det visar sig 2009 liksom tidigare år och gäller med andra människor som delar samma hobby och intressen. Det gäller yrke och vänner, men inte politik.³ Omkring 90% av befolkningen har sedan år 2000 svarat att kontakterna varit oförändrade. Samma andel har återkommit år för år. I marginalen har den genomgående tendensen varit att det är fler som uppger att kontakterna med politiskt likasinnade har minskat än som uppger att de ökat. Det gäller alla åldrar. Denna tendens är särskilt tydlig hos unga kvinnor upp till 35 år.

Om nu inte Internet bidragit till att de politiska kontakterna ökat, så har kanske Internet ökat möjligheterna för människor att leta upp och ta del av politisk information? Vi såg tidigare att många ansåg att myndigheternas information blivit lättare tillgänglig via Internet. En liknande tendens finns när det gäller politisk information. Över åren har en stigande andel av befolkningen, åtminstone någon gång, använt Internet för att ta del av politisk information.

Men aktiviteten för att ta del av politisk information på Internet är inte stor. Även om 33% någon gång har använt Internet för politisk information, är det endast 8% av befolkningen som använder Internet, åtminstone någon gång i veckan, för att ta del av politisk information.

Tabell 8:2 Andel av Internet-användarna som någon gång använder Internet för att ta del av politisk information.

| | 2003 | 2004 | 2005 | 2007 | 2008 | 2009 |
|--|------|------|------|------|------|------|
| Hur ofta, om någonsin, använder du Internet för politisk information? | 6% | 5% | 16% | 27% | 26% | 33% |

Andelen är ungefär densamma i alla åldersgrupper, med männen som mer aktiva än kvinnorna. Även om andelen är låg är det dock frågan om en successiv ökning från tidigare år. Kanske är det en återspeglning av ett ökande intressant politiskt innehåll på nätet? Utan ett sådant innehåll finns det inget skäl att gå online. Men det är fortfarande långt kvar tills medieföretag och olika organisationer lyckats skapa webbsidor som verkligen bjuder in medborgarna till en aktiv dialog.⁴

3 Findahl, O (2008). Svenskarna och Internet 2008. World Internet Institute.

4 Buskqvist, U (2007). Medborgarnas röster : studier av Internet som politisk offentlighet. Örebro universitet

Har Internet medfört ökade politiska kontakter?

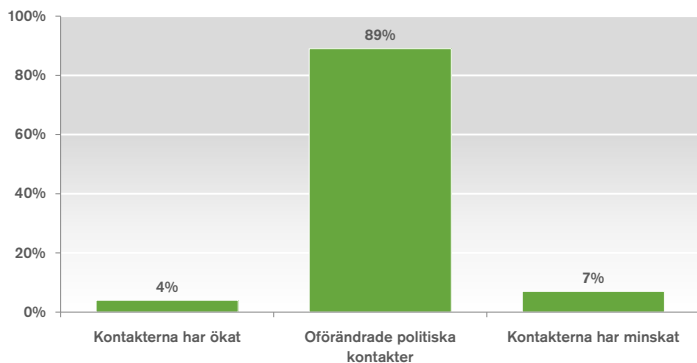


Diagram 8:6 Andel av Internetanvändarna som anger att deras Internetanvändning medfört att kontakterna med politiskt likasinnade har ökat eller minskat

Hur ofta tar man del av politisk information på Internet?

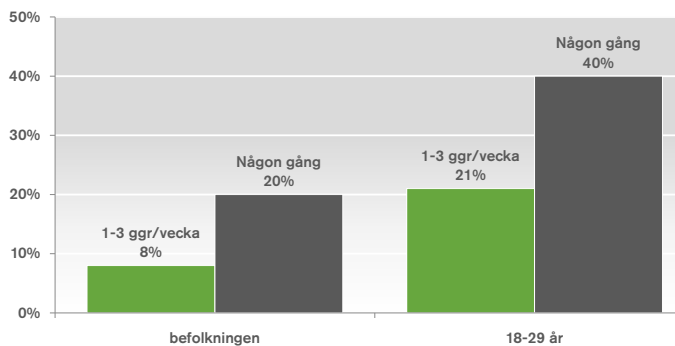


Diagram 8:7 Andel av Internetanvändarna som tar del av politisk information på Internet

Internet för de politiskt intresserade

Internet har sålunda ännu inte medfört någon genomgripande förändring av samhällsdebatten eller den demokratiska utvecklingen. Majoriteten av medborgarna har inte dragits in som aktiva deltagare. Men det är ändå 7% av befolkningen, vilket motsvarar 500 000 människor som regelbundet tar del av politisk information via Internet. Det är svårt att hitta jämförbara siffror, men Internet har otvivelaktigt blivit en viktig plattform för de politiskt intresserade. Ser vi närmare på hur dessa fördelar sig på olika åldersgrupper, återfinns vi de yngre som mest aktiva. Det är också de som är mest aktiva på nätet. En av tio bland de unga tar del av politisk information på nätet.

Tabell 8:3 Andel av olika åldersgrupper som tar del av politisk information via Internet år 2009.

| | 16-30 år | 31-65 år | 65-75 år |
|--|----------|----------|----------|
| Tar del av politisk information online, åtminstone någon gång i veckan | 11% | 7% | 7% |

En europeisk studie visar på liknande resultat. Förutom de mycket aktiva politiskt organiserade ungdomarna, uppvisar de flesta ungdomar inte något politiskt deltagande online. Webbssidor med samhälls- eller politiskt innehåll samlade högst 10% av ungdomarna. Det är ungefär den andel som uppvisar något slags deltagande online.⁵

De unga männen och EU-val 2009

Hur stämmer då detta med att piratpartiet röstades in i EU-parlamentet i juni 2009. 24 procent av dem som var under 21 år och 17 procent av dem mellan 22 och 30 år röstade på piratpartiet. De unga männen var tre gånger så många som kvinnorna. Valdeltagandet bland de unga ökade från 25% till 44%, jämfört med tidigare EU-val.⁶ Därmed blev piratpartiet också det starkaste partiet bland ungdomsväljarna. Vad ligger bakom denna kraftiga mobilisering av de unga männen?

Ja, valfrågan har gällt övervakningssamhället; den personliga friheten och integriteten på nätet. Det är en

⁵ Hirzall & van Zoonen, (2008). Uses of the Web for Civic Participation.

⁶ SVT:s Vallokalsundersökning EUP-val 2009.

sakfråga med stort personligt värde för många ungdomar. De inte bara fildelar utan är överhuvudtaget mycket aktiva på nätet. Två av tre i åldern 16-25 år har fildelat. Det är tre gånger så vanligt bland unga män som bland kvinnor. Internet är en högst påtaglig del av deras vardagsliv, ett liv som de känner är hotat och har blivit politiserat. När det finns en sådan central fråga kan sedan Internet tjäna som ett sätt att mobilisera de gemensamma krafterna. Den främsta informationskällan för piratpartiets sympatisörer visade sig också vara partiets egna webbsidor.⁷ Men detta är inte någon regel, utan snarare ett undantag. Ett aktivt politiskt deltagande online tillhör vanligen den mycket mindre gruppen politiskt aktiva.⁸

Internet som källa till underhållning

Internet betraktades till en början, huvudsakligen som ett informations- och kommunikationsmedium. Det var de yngre, som med sitt stora intresse för musik och spel, började använda Internet för underhållning. Här skiljer sig generationerna fortfarande åt. Medan majoriteten av de som är under 35 år betraktar Internet som en viktig eller mycket

⁷ EU-val 09, TV, Internet och andra informationskällor. Hur informerade vi oss om EU-val. SVT, 2009.

⁸ CivicWeb. Young People, the Internet and Civic Participation. Briefing Document.

Hur viktiga är olika medier som källa till underhållning?

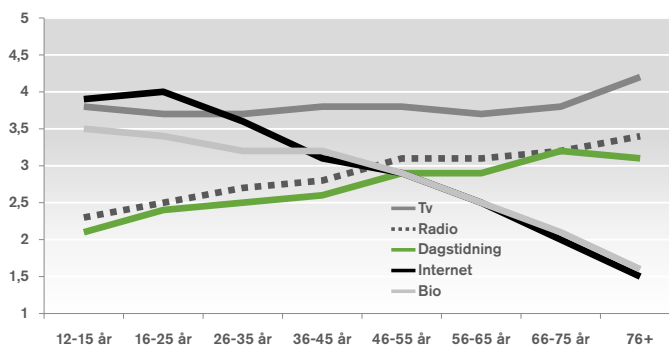


Diagram 8:8 Genomsnittlig bedömning (skala 1-5) av olika mediers viktighet som underhållningskälla.

viktig källa för underhållning, så sjunker denna siffra ner till 10% för de som är över 65 år.

Det motsatta gäller för radion och tidningarna. De medierna har mycket liten betydelse, vad gäller underhållning, för de som är under 45 år. Televisionen å andra sidan är ett underhållningsmedium för alla åldrar.

Detta stämmer med ett internationellt perspektiv. I alla länder, med undantag för Kina, är televisionen den överlägset viktigaste källan för underhållning. I Kina och övriga Asien är också Internet viktigt för underhållning, åtminstone bland Internetanvändarna. Minst viktig som underhållningsmedium är Internet i Australien och Sverige. Radion utgör en viktig underhållningskälla i USA, Nya Zeeland, Colombia och Ungern.⁹

⁹ World Internet Project: International Report 2009.

Hur viktig är Internet som underhållningskälla?

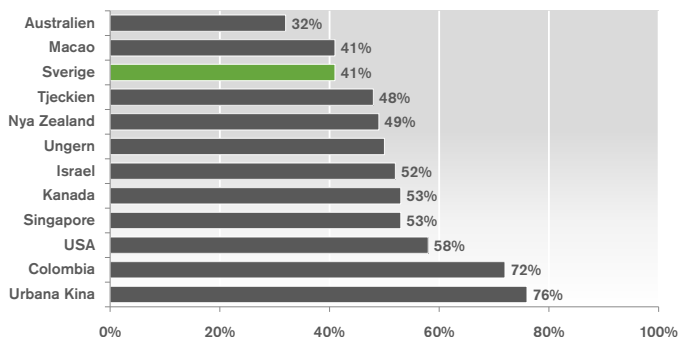


Diagram 8:9 Andel av Internetanvändarna som anser att Internet är viktig eller mycket viktig som underhållningskälla



Män och kvinnor

9

I Internetstatistiken klumpas ofta människor ihop till en enda stor grupp Internetanvändare, och genomsnittsvärden får representera den typiske användaren. Bakom kan det finnas stora skillnader som genomsnittsvärdet döljer eller att skillnaderna egentligen är små men att en extrem mindre grupp påverkar och snedvrider resultatet. Det är därför viktigt att då och då utforska vilka skillnader som finns. Här har vi valt att se närmare på skillnaderna mellan män och kvinnor.

Män och kvinnor

Männen är oftast mer intresserade än kvinnorna av att pröva på nya tekniker och allt sedan Internet började introduceras har det varit vanligare bland männen att de använder Internet och de har också ägnat Internet mer tid än kvinnorna. Detta är skillnader som successivt minskat över åren och idag har skillnaderna i tillgång nästan försvunnit, men det finns skillnader fortfarande både i hur mycket man använder Internet och vad man gör när man är online. Jämförelserna sker oftast med hjälp av genomsnittsvärden, vilket kan ge en alltför förenklad bild av skillnaderna. Vi skall här försöka gå ett steg längre och utforska vad som ligger bakom genomsnittsvärdena. Vi börjar med den tid som används till Internet i hemmet.

Tid som ägnas Internet i hemmet

Män ägnar sig i genomsnitt 12 timmar i veckan åt Internet hemma, jämfört med kvinnornas 9,5 timmar. Det är en statistiskt signifikant skillnad. Betyder det att män i allmänhet är mer ute på nätet än kvinnorna? För att ta reda på det kan vi markera de olika tider som alla kvinnor och alla män har angett och se hur de fördelar sig efter en tidsaxel som löper från 0 timmar till 50 timmar i veckan.

Vi kan då se att fördelningarna till största delen överlappar varandra vilket betyder att män och kvinnor inte är så olika när det gäller Internettiden. Skillnaderna mellan olika kvinnor är dock mycket stora, precis som skillnaderna mellan männen. Fördelningarna skiljer sig emellertid åt i två avseenden. Det är fler kvinnor än män som anger att de bara ägnar någon eller några timmer i veckan åt Internet. 17% av kvinnorna anger 3

timmar i veckan mot 12% av männen. Samtidigt är det fler män som anger sin Internettid i hemmet till 15 timmar jämfört med kvinnorna. 15% av männen anger detta mot 10% av kvinnorna. I andra avseenden är skillnaderna små. Det finns kvinnor likaväl som män som ägnar 40-50 timmar i veckan åt Internet.

Skillnaderna i genomsnittsvärdena för män och kvinnor kan vi således hänföra till att gruppen kvinnor som använder

Hur mycket tid ägnar kvinnor resp män åt Internet i hemmet?

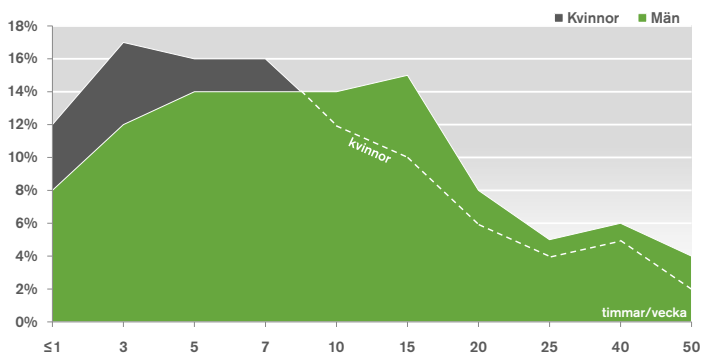


Diagram 9:1 Andel av män respektive kvinnor fördelade efter den tid som de använder Internet i hemmet.

Hur många timmar i veckan använder man Internet i hemmet?

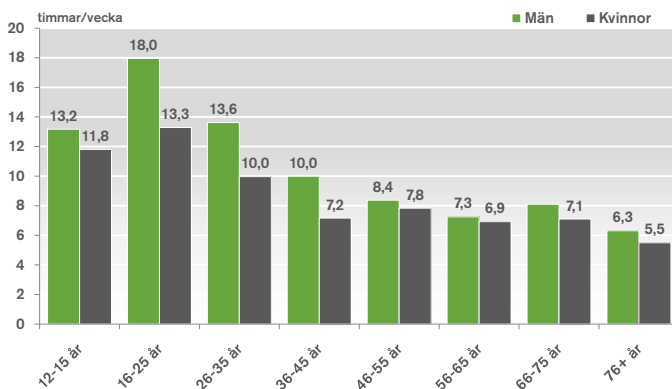


Diagram 9:2 Genomsnittlig Internettid (timmar/vecka) i hemmet för män och kvinnor i olika åldrar.

Internet i begränsad omfattning är större än motsvarande manliga grupp och att gruppen män som använder Internet 10-15 timmar i veckan är större än motsvarande kvinnliga grupp.

Nästa steg i analysen är att leta efter var dessa skillnader finns. I vilka åldrar finns övervikten av kvinnor som har en begränsad användning och var finns övervikten av män med en användning kring 15 timmar i veckan? Finns de bland de unga, de medelålders eller bland de äldre?

Svaret är att de inte finns bland de yngsta och inte bland de äldre utan bland de unga mellan 16 och 45 år, särskilt i gruppen 16 till 25 år. Här finns en stor grupp unga kvinnor som ägnar Internet lite tid och en stor grupp unga män som ägnar Internet ganska mycket tid. Nästan alla i dessa åldersgrupper har tillgång och använder Internet dagligen men tiderna online skiljer sig åt. Vad är det då de unga männen gör online? Vad lägger de ned sin extra tid på som inte de unga kvinnorna gör lika mycket?

Ja, det är tidningsläsning och nyheter, särskilt om sport. Instant messaging med kompisar. De odlar sina specialintressen, fildelar, ser på videoklipp och sex och framför allt spelar de. Här hittar vi förklaringen till att de unga männen lägger ner mer tid på Internet än de unga kvinnorna. Och det är denna skillnad som sedan slår igenom när vi räknar ut en genomsnittstid för alla män och kvinnor. Om inte de unga männen skulle lägga ner så mycket tid på dessa aktiviteter skulle skillnaderna mellan män och kvinnor, inte bara vad gäller tillgång, utan även vad gäller användningstid försvinna. Däremot finns det systematiska skillnader i hur män och kvinnor använder Internet. En bakgrund till dessa skillnader kan vi återfinna i mäns och kvinnors olika syn på teknik.

Datorkunskap och syn på teknik

Män anser sig i genomsnitt vara datorkunnigare än kvinnor. På en fyrgradig skala ligger det manliga genomsnittet på 2,76 jämfört med kvinnors 2,54.¹ Men det innebär inte att alla män är kunnigare än kvinnor. Ser vi närmare på hur svaren fördelar sig finner vi att de avgörande skillnaderna

¹ Statistiskt signifikant p<0,001

mellan män och kvinnor återfinns bland de som kan minst och de som kan mest. Gruppen kvinnor som anser att de inte alls är datorkunniga är betydligt större än motsvarande manliga grupp, och i andra änden av skalan finns en stor manlig mycket datorkunnig grupp som är mer än dubbelt så stor som motsvarande grupp hos kvinnorna. Detta framgår ännu tydligare i ytdiagrammet som beskriver formen på svarsfördelningarna. Här kan vi också se att fördelningarna till största delen överlappar varandra och att skillnaderna mellan kvinnor och mellan män är större än skillnaderna mellan män och kvinnor.

Datorkunnigheten hör ihop med synen på ny teknik.² I vår undersökning ställde vi frågan i vilken mån de som intervjuades instämde i påståendet: ”Jag tycker om att testa nya tekniska prylar”. Även här framkom genomsnittliga skillnader mellan män och kvinnor. Männen medelvärde på den femgradiga skalan låg på 3,5 jämfört med kvinnornas 2,6.³

² Sambandet är starkt med ett korrelationsvärde på 0,45.

³ Statistiskt signifikant p < 0,001

Bakom denna stora genomsnittliga skillnad finns två förklaringar. Den ena hänför sig till äldre kvinnor. Hälften av kvinnorna över 55 år instämmer inte alls i påståendet om att de skulle tycka om att testa nya tekniska prylar. De återfinns bland de 32% av kvinnorna som inte alls instämmer i påståendet.

Den andra förklaringen hänför sig till de unga männen mellan 16 och 35 år. Hälften av dem instämmer helt och fullt i påståendet och återfinns bland de 32% av männen som tycker om att testa nya tekniska prylar.

Slutsatsen av denna genomgång av datorkunnighet och synen på ny teknik är att där finns genomsnittliga skillnader mellan män och kvinnor, men det är inte frågan om en genomgående skillnad mellan män och kvinnor, utan bakom ligger ett stort intresse och stor kunnsighet hos de unga männen som skiljer ut dem från de övriga. De är också mycket aktiva Internetanvändare och spenderar mer tid än andra ute på nätet. Detta slår genom när vi jämför medelvärdena för män och kvinnor. Värt att observera är också de äldre kvinnornas ointresse för ny teknik och låga datorkunnighet.

Hur datorkunniga är män och kvinnor?

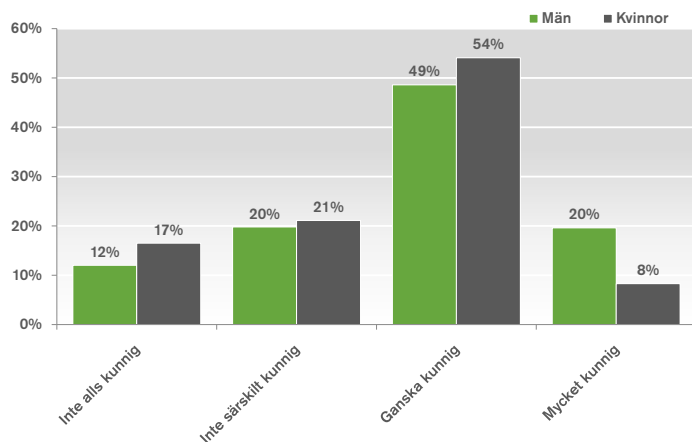


Diagram 9:3 Män och kvinnors upplevda datorkunnighet

Hur datorkunniga är män och kvinnor?

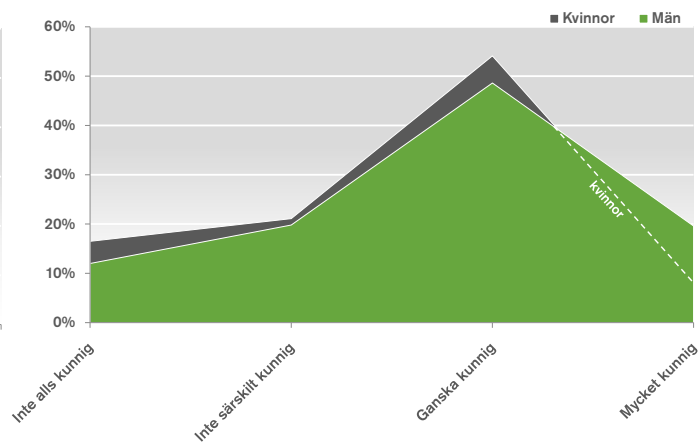


Diagram 9:4 Män och kvinnor fördelade enligt svaren om upplevd datorkunnighet.

Internetfärdigheter kopplade till teknik

Ett sätt att mäta den digitala kompetensen är att fråga om människor kan göra olika saker som att skicka e-post, ladda ner musik eller ringa via Internet. Sådana frågor kan kompletteras med mer direkta teknikfrågor som om man kan installera nya program, installera nya tillbehör som skrivare,

Tycker om att testa nya tekniska prylar

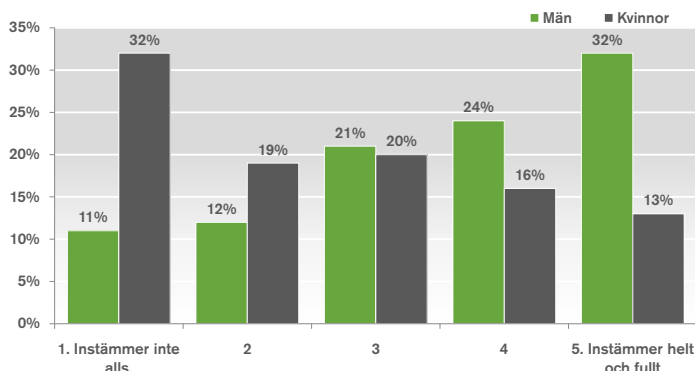


Diagram 9:5 Andel män och kvinnor som instämmer i påståendet om intresset för att testa av nya prylar

Hur svårt eller lätt är det att söka information, lösa datorproblem och känna igen skadliga filer?

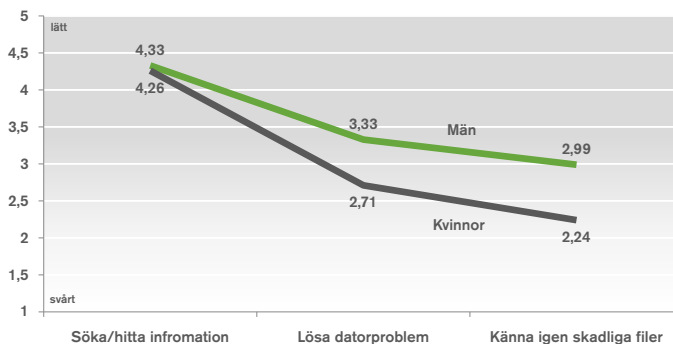


Diagram 9:7 Upplevd svårighet/lätthet (femgradig skala, där 5 är mycket lätt och 1 är mycket svårt) att utföra ett antal dator- och Internetrelaterade aktiviteter.

Kan du göra följande saker med dator och Internet?

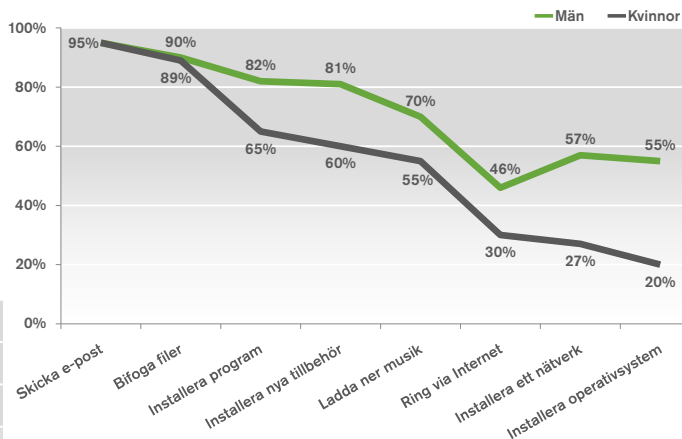


Diagram 9:6 Andel män resp. kvinnor som säger sig kunna utföra ett antal dator- och Internetrelaterade aktiviteter.

installera ett nätverk eller installera ett nytt operativsystem på datorn.

I vår undersökning har vi ställt åtta sådana frågor och summerar vi svaren kan varje person få en poäng från 0 till 8, beroende på hur många saker han/hon kan göra. Männens har fått ett genomsnittsvärde på 5,85 på den åttagradiga skalan och kvinnorna har fått ett betydligt lägre värde på 4,30.⁴ Männens kan sålunda utföra betydligt fler tekniska datoranknutna saker än kvinnorna och det är en skillnad som återkommer i alla åldersgrupper. De unga männen mellan 16 och 35 år utmärker sig här, liksom tidigare, och klarar av att göra nästan alla de saker vi frågar om.

Intresset att testa nya tekniska prylar, självuppskattningen av sin egen datorkunnighet och förmågan att klara av en rad tekniska färdigheter hör nära ihop. Dit hör också färdigheter som att lösa uppkomna datorproblem och känna igen filer som kan vara skadliga för datorn. Däremot uppvisar förmågan att hitta och söka på Internet det man är intresserad av, inte några skillnader mellan män och kvinnor. Här har teknikkompetensen en mindre betydelse.

4 Skillnaden är statistiskt signifikant $p < 0,001$

Hur stor är erfarenheten att arbeta med text, foto och video?

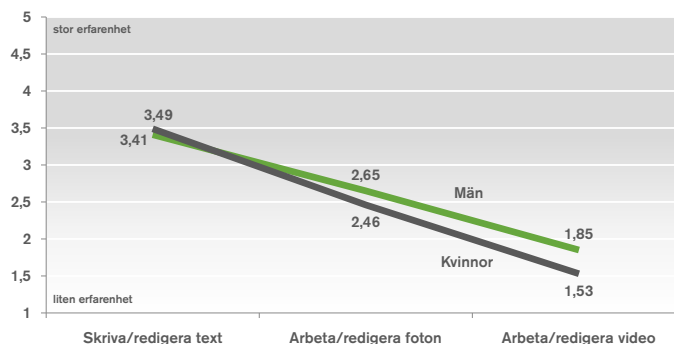


Diagram 9:8 Mäns och kvinnors erfarenhet av att arbeta med text, foto och video

Det är också fallet när det gäller att skriva och redigera text och i viss mån arbeta med bilder och foto. Videobearbetning och redigering är mer tekniskt krävande och här återfinns en tydlig skillnad mellan män och kvinnor. Återigen är det de unga männen som dyker upp och lyfter upp männens siffror. Frågan är hur detta påverkar inriktningen av Internetanvändningen i stort?

Vad använder män och kvinnor Internet till?

I de flesta avseenden skiljer sig inte män och kvinnors användning av Internet åt. De aktiviteter som är populärast hos kvinnorna är också populärast hos männen. Men det finns också skillnader. En del har att göra, som vi tidigare sett, med männens större intresse för teknik. Andra skillnader har att göra med männens och kvinnornas speciella intressen. Här bredvid följer en lista på aktiviteter som kvinnorna är engagerad i mer än männen och en annan lista med männens speciella aktiviteter. De aktiviteter där skillnaderna är störst står överst på listorna. Alla skillnader som tas upp är statistiskt säkerställda.

Aktiviteter som är vanligare bland kvinnor

Aktiviteter som är vanligare bland män

| | |
|--------------------------------------|------------------------------|
| SMS i mobil | sport på Internet |
| söka hälsoinformation | se/ladda ner video |
| läsa bloggar | söka humor |
| lägga upp foton | hobby, specialintresse |
| skicka/läsa e-post | spela spel |
| söka jobb | söka sex |
| söka information om resor | läsa nättidning |
| boka/köpa biljetter | se videoklipp |
| söka tidtabeller, telefonnummer etc. | prisjämförelser |
| ha en blogg | söka nyheter |
| vara med i en webbgemenskap | Internet på mobilen |
| | söka produktinformation |
| | lyssna/ladda ner musik |
| | fildela |
| | lyssna på närradio |
| | surfa |
| | telefoni Internet |
| | e-post i mobilen |
| | kartor, vägbeskrivningar |
| | se på nätTV |
| | spel om pengar |
| | läsa andras rekommendationer |
| | lägga upp video på YouTube |

Blogg och fildelning

Två aktiviteter som är vanligare bland unga män och kvinnor än bland de äldre, är bloggande och fildelning. Det finns visserligen en hel del äldre som ägnar sig åt detta men de gör det inte lika frekvent som ungdomarna. Det intressanta med dessa två aktiviteter är att man ägnar sig åt dem under perioder av ens liv, och när man gör det är det ganska intensivt. Det innebär att det kan vara svårt att uppskatta hur många som ägnar sig åt det vid en viss tidpunkt. Ser vi till bloggandet som domineras av de unga kvinnorna är det 6% av alla Internetanvändarna som ägnar sig åt detta. Men det är lika många som har gjort det tidigare men inte för tillfället. Det innebär att erfarenheten av att blogga är större än vad

som framgår av statistiken. För de yngre kvinnorna spelar detta en stor roll och bloggarna, om vi här räknar in både de som bloggar och de som har bloggat, blir dubbelt så många. På liknande sätt är det med fildelningen som domineras av de unga männen. Andelen fildelare har successivt ökat över åren och uppgår till 18% av befolkningen. Bland de unga männen

är det betydligt vanligare än i alla andra åldersgrupper. I åldrarna 16-25 år fildelar ungefär hälften och ytterligare en fjärdedel har fildelat. Det innebär att erfarenheten av fildelning delas av en majoritet av de unga männen. I åldrarna mellan 16 och 25 år är det 72% som fildelar eller har fildelat.

Hur vanligt är det med bloggare bland unga kvinnor?

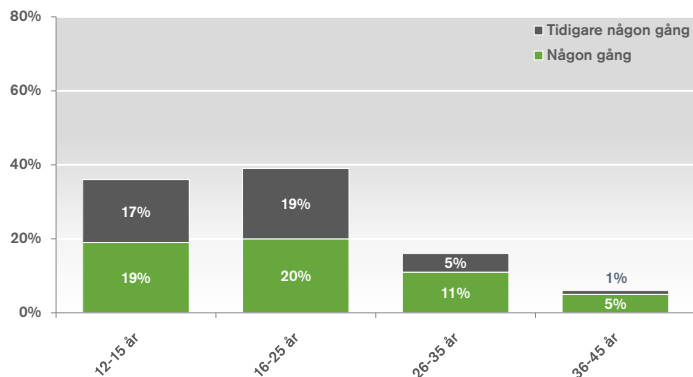


Diagram 9:9 Andelen av kvinnliga Internetanvändare som har eller har haft en egen blogg

Hur vanligt är det med fildelare bland unga män?

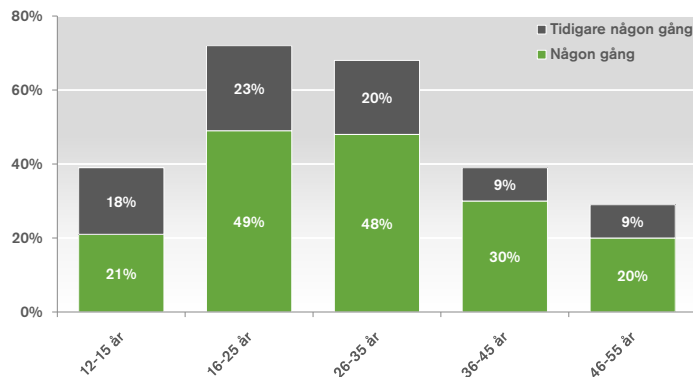


Diagram 9:10 Andelen av manliga Internetanvändare som fildelar eller har fildelat.



De som står utanför

10

Avgörande för Internets framtida spridning är hur de som idag inte använder Internet ställer sig till att bli Internetanvändare i framtiden. Kommer Internet att bli "Internet för alla"? Det skulle underlätta för många; både myndigheter, företag och enskilda, om alla hade tillgång och använde Internet.

Inkludering, dvs. att alla är med, är också en hörnsten i EU:s politik inför ett informationssamhälle.¹ Målet 2006 var att halvera skillnaderna i Internetanvändning till de som står utanför och halvera de digitala kunskapskillnaderna. Vid den tidpunkten var det 57% av EU:s befolkning som inte hade Internet hemma.² Idag har Internetanvändarna blivit fler, men det är fortfarande 42% av befolkningen i EU som står utanför, och målen från 2006 är långt ifrån uppfyllda.³

Det visar att Internet är en mer komplicerad teknik än radio och TV. En teknik som inte kommer att sprida sig på tio år till 95% av befolkningen som för TV. Det har redan gått femton år. Vad är utsikterna för framtiden? Det finns naturligtvis flera scenarion, men här begränsar vi oss till tre. Ett enkelt och rakt på sak, ett mer komplext och mångtydigt och ett pessimistiskt scenario med kvarstående klyftor.

1. Spridningen fortsätter tills 95% av befolkningen har skaffat sig Internet, ungefär som när televisionen spred sig på 50- och 60-talet, men det tar lite längre tid. Det kommer fortfarande finnas mindre grupper av icke-användare, beroende på sociala eller funktionella hinder. Här finns ett behov av speciella åtgärder, riktat mot speciella grupper, för att alla skall ha tillgång till likvärdiga tjänster.

2. Spridningsprocessen fortsätter förbi 85% av befolkningen, men stannar sedan av. Förutom icke-användarna, beroende på sociala och funktionella hinder, finns det en stor grupp som väljer att inte använda Internet. De är inte intresserade och känner inget behov att vara online. De har inget förtroende för den nya teknologin. I detta fall måste politiken möta båda

¹ Kommissionär Reding när hon presenterade Riga deklARATIONEN juni 2006.

² Demunter, C. (2005). The digital divide in Europe. Eurostat.

³ Eurostat (2009). Information society statistics. Individuals regularly using the Internet. Benchmarking in a Policy Perspective.

dessa grupper; de som själva valt att stå utanför och icke-användarna beroende på sociala och funktionella hinder.

3. Spridningen kommer att plana ut på en lägre nivå, när 65 till 75 procent av befolkningen har skaffat sig Internet. Det betyder att en tredjedel eller en fjärdedel av befolkningen kommer att stå utanför, att vara exkluderade. Den kritiska massa som är nödvändig för ett effektivt användande av e-tjänster kommer inte att nås vad gäller samhället som helhet utan bara för speciella kategorier eller områden.

Hur ser då situationen ut i Sverige? Vilket scenario passar bäst in här? Innan vi svarar på den frågan skall vi först göra en uppskattning av hur många det är som står utanför. Sedan skall vi se närmare på deras motiv och resonemang och i vilken mån de är intresserade att i framtiden också börja använda Internet.

Hur många står utanför?

Vi måste här skilja mellan tre grupper av icke-användare. De som inte använder Internet och aldrig har gjort de (Icke-användarna). De som tidigare använde Internet men av olika skäl inte gör det längre (Avhopparna). De som har tillgång till

Internet men inte använder denna möjlighet (Bojkottarna). Utgår vi från befolkningen från 16 år och uppåt och räknar de som aldrig använder Internet hemma och de som endast gör det någon gång får vi följande summer:

| | |
|-----------------|------------------|
| Icke-användare: | 1.100.000 |
| Avhoppare: | 300.000 |
| Bojkottare: | 300.000 |
| Summa | 1.700.000 |

Trots den fortsatta spridningen av Internet befinner sig ungefär en knapp fjärdedel av svenskarna utanför Internetvärlden. Internet ingår inte som någon, mer eller mindre, naturlig del i deras vardagsliv. Fortfarande har också inkomst och utbildning, med undantag för hos de unga, betydelse för vilka som står utanför. I den bemärkelsen kvarstår den digitala klyftan.

Varför använder man inte Internet?

Det vanligaste skälet till att man inte vill kosta på sig utgiften att köpa en dator med Internetuppkoppling är helt enkelt att man inte ser nytta av detta. I alla fall inte en nytta som

Vem använder inte Internet regelbundet hemma?

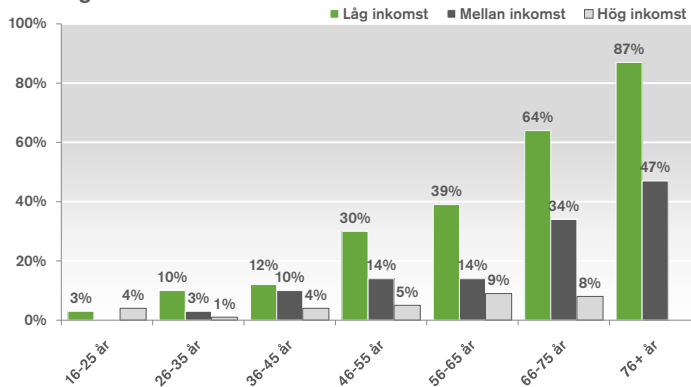


Diagram 10:1 Andel personer i olika inkomstgrupper som inte använder Internet regelbundet hemma (dagligen eller några ggr/veckan).

(Befolkningen är indelad efter inkomst i tre ungefär lika stora grupper.)

Vad är främsta skälet att inte ha Internet hemma?

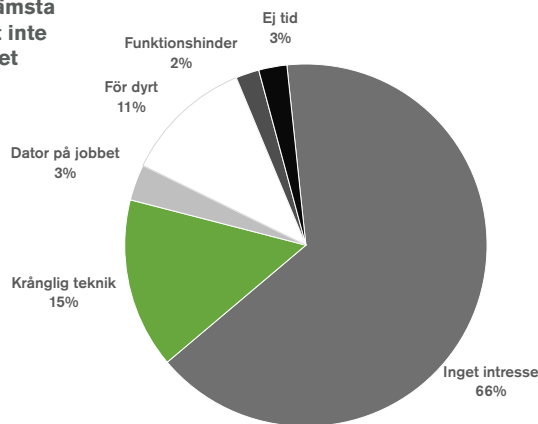


Diagram 10:2 Andelen av de som inte har tillgång till Internet hemma som uppger olika skäl till detta.

uppväger kostnaderna. Till detta kommer också tekniska problem och problem med funktionshinder som försämrad syn och motorik. I och med att allt fler blir äldre ökar denna senare typ av problem.

Avhopparna, de som tidigare använt sig av Internet, uppvisar en något annorlunda motivbild för sitt avhopp. Här är det praktiska, och ekonomiska problem som står i förgrunden även om en del också efter ett tag tappat intresset för Internet. Här finns också en grupp som arbetat med dator och Internet, men som lämnat Internetvärlden bakom sig när de pensionerat sig.

Avhopparna

Spridningen av en komplicerad teknik som Internet, med ett behov av ständig uppdatering av mjuk- och hårdvara, följs av avhoppare, drop outs, som av olika anledningar ger upp Internetanvändningen. Omkring 5% av befolkningen

Vad är främsta skälet att man slutar använda Internet?

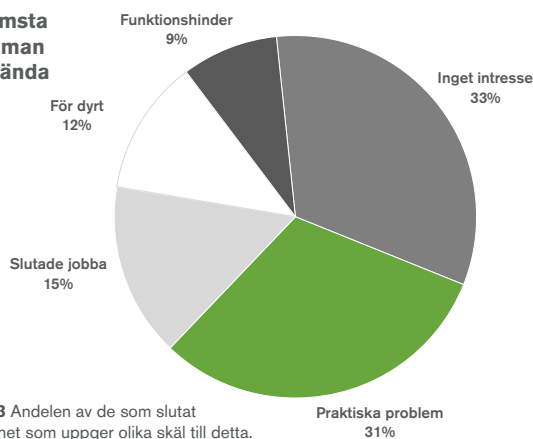


Diagram 10:3 Andelen av de som slutat använda Internet som uppger olika skäl till detta.

Tabell 10:2 Finns det statistiskt signifikanta skillnader mellan icke-användare och användare av Internet? ($p < 0,001$).

| | Inkomst | Utbildning | Tillgång mobil | Prenumeration dagstidning | Socialt nätverk |
|----------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------|-----------------|
| 16-35 år | Inga skillnader | Inga skillnader | Inga skillnader | Inga skillnader | Inga skillnader |
| 36-55 år | Signifikanta skillnader | Signifikanta skillnader | Signifikanta skillnader | Inga skillnader | Inga skillnader |
| 56-85 år | Signifikanta skillnader | Signifikanta skillnader | Signifikanta skillnader | Inga skillnader | Inga skillnader |

tillhör denna grupp dit människor strömmar ut och in. Här finns de som förlorar intresset i Internet. En del i anslutning till att de slutar sina studier eller pensionerar sig. Hälften av avhopparna har haft tekniska eller personliga problem som försämrat användningen. De tekniska problemen kan förväntas öka när datorer måste bytas ut och programmen uppdateras. Ekonomin tycks dock, med undantag för hos de yngsta, ha varit ett mindre problem.

Förhållandevis få nämner att det är ekonomin som får dem att avstå från Internet. En dator är överkomlig för de flesta. Men för en del låginkomstgrupper är det fortfarande en fråga om prioritering. Barnfamiljer tycks ha ett större behov av Internet, medan många äldre, med ett mer ljummet intresse, nämner ointresse istället för ekonomin. Från ett sociologiskt perspektiv är det tydligt att ekonomin spelar en roll, åtminstone indirekt.

De personliga orsakerna till deras avhopp från Internet, har ofta att göra med vardagliga saker som att de flyttat, skiljt sig eller rest utomlands. De har inte haft tid, eller kommit sig för att installera Internet på nytt. Det finns också några som av ideologiska skäl är emot den digitala teknologin. De tycker att Internet tar för mycket tid och inkräktar på deras frihet. Några avstår också från Internet av moraliska skäl. De vill skydda sina barn från Internets negativa påverkan.

Intresset bland dagens icke-användare att börja använda Internet är sålunda mycket litet. Där finns praktiska problem och delvis ekonomiska, men huvudorsaken i de flesta fall är ett bristande intresse. Avhopparna, de som tidigare använt sig av Internet är de som är mest intresserade. Steget för dem att bli Internetanvändare igen är litet. Ointresset är störst bland de som aldrig haft någon tillgång. Även om Internet skulle bli mycket billigare, eller mycket mer lättanvänt, är majoriteten inte intresserade.

Är icke-användarna intresserade av att använda Internet?

| | Är intresserade att använda Internet | Intresserade att använda (andel av befolkningen 16+) |
|--|--------------------------------------|--|
| 300 000 har tillgång men använder inte | 70 000 | 1% |
| 1 100 000 har aldrig haft tillgång | 166 000 | 2,4% |
| 300 000 har haft tillgång tidigare | 150 000 | 2% |

Tabell 10:1 Hur många icke-användare är intresserade att börja använda Internet?

Det vanligaste svaret från icke-användarna var helt enkelt att de inte var intresserade av den nya teknologin. De kände inget behov av Internet. Det fanns inget mervärde som kunde kompensera för den kostnad och det besvär som en Internetuppkoppling skulle medföra. Liknande resultat har framkommit i undersökningar från andra länder.⁴ Det ekonomiska motivet framhävs inte heller där.

⁴ World Internet Project: International Report 2009. University of Southern California

Internet har något att erbjuda

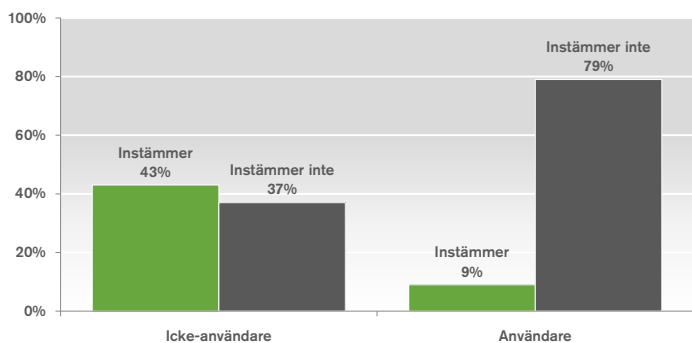


Diagram 10:5 Andel av användarna och icke-användarna som instämmer i påståendet att Internet har något att erbjuda dig.

Befinner sig icke-användarna i ett underläge?

Internetanvändarna i allmänhet anser att de som inte har tillgång till Internet befinner sig i ett allvarligt underläge. Det är inte så förvånande eftersom 79% av dem anser att Internet har något mycket viktigt att erbjuda dem. Men icke-användarna känner sig inte vara i underläge, även om de inte använder Internet. De anser att Internet inte har något att erbjuda dem. Här skiljer sig fåtalet yngre icke-användarna

Utan Internet allvarligt underläge?

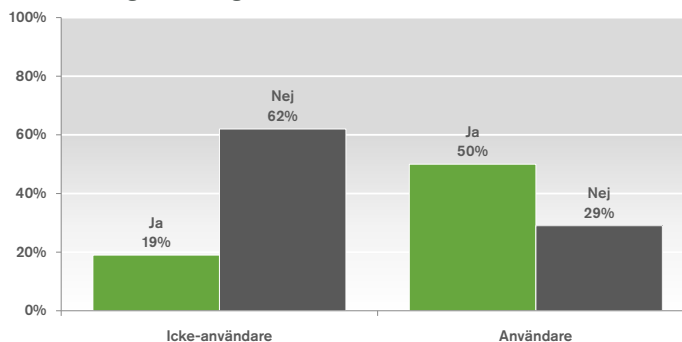


Diagram 10:4 Andel av användarna och icke-användarna som instämmer i påståendet att människor som saknar tillgång till Internet befinner sig i ett allvarligt underläge

Tycker om att testa nya tekniska prylar

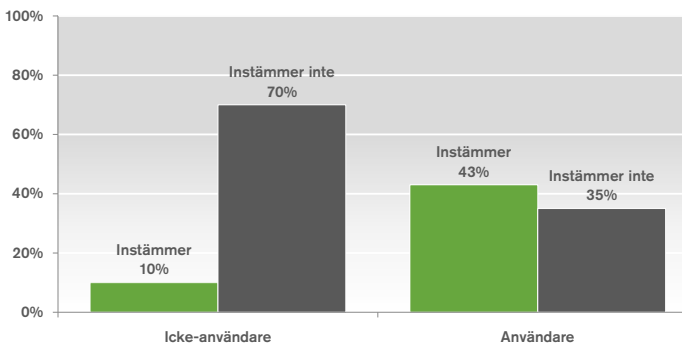


Diagram 10:6 Andel av användarna och icke-användarna som instämmer i påståendet att jag tycker om att testa nya tekniska prylar

från de äldre. De yngre saknar Internet och upplever sig befinna sig i ett underläge.

En annan viktig skillnad som skiljer icke-användarna från övriga är deras ointresse för ny teknik. De är inte intresserade att testa nya tekniska prylar, vilket säkerligen är en bidragande orsak till att de inte skaffat sig tillgång till Internet.

Nackdelar av att inte ha Internet

Medför det några nackdelar att inte använda Internet? De flesta icke-användare har inte tänkt på detta och har svårt att nämna något som är negativt. Ett vanligt svar är: "Har man klarat sig så här länge så klarar man sig".

Ungefär en fjärdedel nämner dock en rad nackdelar. Vanligast är att man upplever sig missa en del information.: "Kan inte ta fram information som jag skulle vilja ha". Det kan gälla allmänt eller mer specifikt för ett specialintresse som recept, bridge eller korsord. I flera fall gäller det att man inte kan följa hänvisningar i radio och TV-program till speciella sidor på nätet: "SVT härleder mycket information till hemsidor som man inte kan ta del av". "Vissa TV-program fortsätter på nätet, vilket man missar".

"Svårt att betala räkningar", nämner några. "Idag måste man nästan betala alla räkningar via nätet". Det blir krångligt med bankärenden. Direkta ekonomiska nackdelar omnämns

också som: "Man måste betala för tidningen", eller "Varje gång man ska skicka post måste man köpa frimärken och posta det".

En annan nackdel för de äldre, när man inte har Internet, är att det är svårare att hålla kontakt. Det gäller särskilt med barn och barnbarn. "Barn och barnbarn pratar hela tiden om Internet". En del utan Internet känner sig utanför: "Man är

Fördelar eller nackdelar av att inte använda Internet?

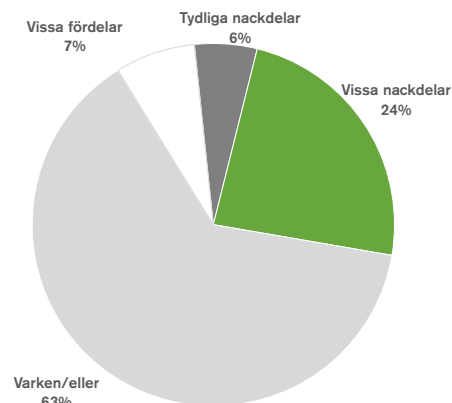


Diagram 10:7 Andel av icke-användarna som kan ange om det medför fördelar eller nackdelar att inte använda Internet.

Exempel på upplevda nackdelar av att inte använda Internet

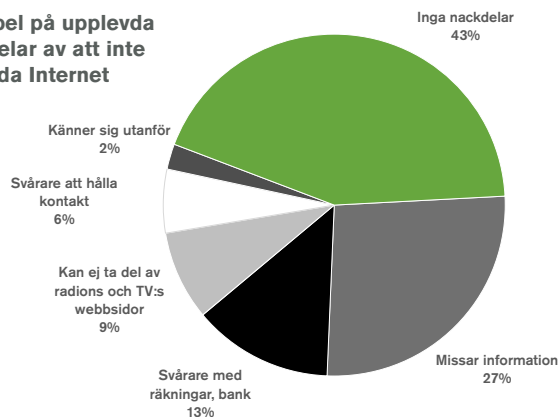


Diagram 10:8 Upplevda exempel på nackdelar som icke-användarna anger till följd av att de inte använder Internet.

Exempel på upplevda fördelar av att inte använda Internet

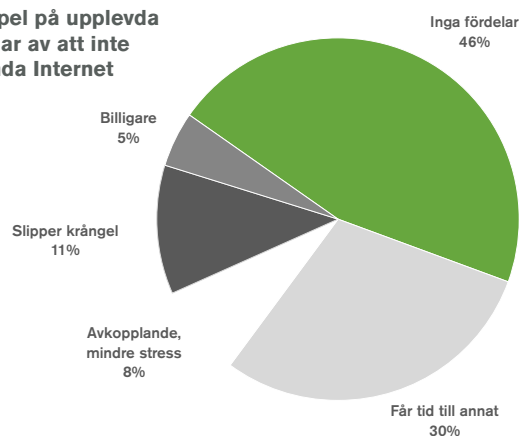


Diagram 10:9 Upplevda exempel på fördelar som icke-användarna anger till följd av att de inte använder Internet.

offside”, säger några. ”Man blir mobbad för att inte använda Internet. Jag måste snart skaffa det för att bli inne bland andra”.

Fördelar av att inte ha Internet

Avsaknaden av Internet, upplevs av många icke-användare som en tillgång. ”Jag har tid över för annat”. ”Mer tid för familj och vänner”. ”Jag vill vara ute och röra på mig när jag är ledig”. En del betonar att det är avkopplande att slippa Internet: ”Jag kan koppla av när jag är hemma”. ”Mindre stress”. ”Jag kan ha det lugnt och skönt”. En hel del menar att det inte bara är en tillgång att vara utan Internet utan att en befrielse: ”Jag slipper sitta och vänta framför datorn”. ”Jag slipper krånglet”. ”Jag slipper fastna framför datorn”. Har man ingen Internetuppkoppling blir det också billigare, tycker några. ”Man blir inte lurad”. ”Man undviker att köpa det man inte ser”. En mer udda fördel av att inte ha Internet, som nämns av en äldre kvinna, är att då ”fixar dottern räkningarna via nätet”.

De flesta som inte har Internet känner sig sålunda inte som missgynnade eller som offer för den nya informationstekniken. En del upplever dock att de kanske går miste om något som skulle kunna vara intressant. En del upplever också att det börjar bli svårare att sköta en del praktiska saker som bankärenden, kontakt med vårdcentralen eller bara att t.ex. avboka ett abonnemang.

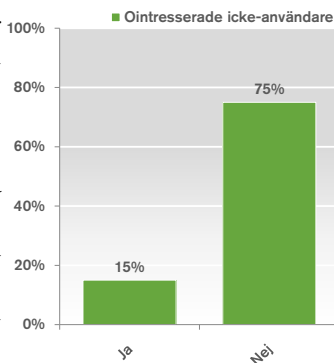
Är de ointresserade verkligen ointresserade?

Men är de ointresserade verkligen ointresserade, eller finns det andra bakomliggande orsaker som brist på kunskap eller svag ekonomi? Om dator och all utrustning som behövs för att koppla upp sig online skulle vara mycket billigare och användningen mycket lättare, skulle dessa ändrade förhållanden ändra på deras åsikter? Nej, även om allt skulle vara mycket billigare och allt skulle vara mycket enklare och lättare förblir den stora majoriteten av icke-användare ointresserade. I enlighet med svaren är de flesta ointresserade icke-användare just inte intresserade av Internet.

Hinder för ökad användning av Internet

Att använda Internet är inte bara en fråga om att använda eller inte använda. Som vi sett tidigare är det många Internetanvändare som använder Internet i en mycket begränsad omfattning. De ”försiktiga” utgör 22% av Internetanvändarna eller drygt en

Intresserad av Internet om allt blev billigare?



Intresserad av Internet om allt blev enklare?

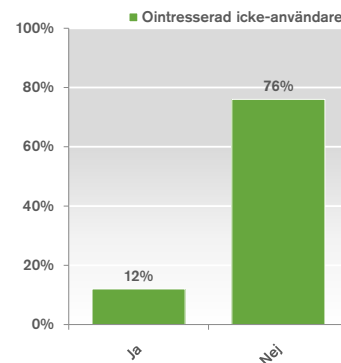


Diagram 10:10 och 10:11 Andel av de ointresserade icke-användarna som blev intresserade av att använda Internet om allt blev billigare eller enklare.

Vill använda Internet mer än vad de gör idag

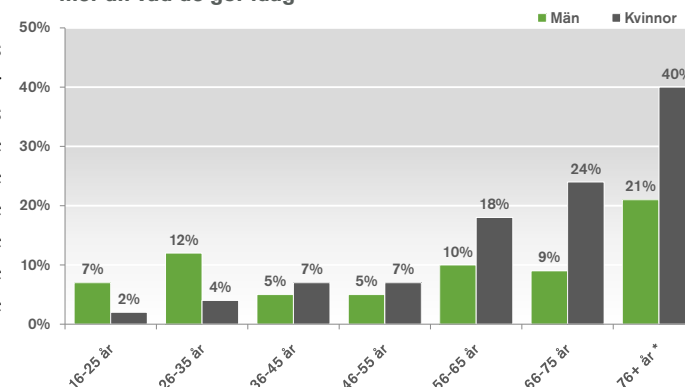


Diagram 10:12 Andel av Internetanvändarna i olika åldersgrupper som skulle vilja använda Internet mer än vad de gör idag.

(* Antalet personer i den äldsta gruppen är litet)

miljon personer.⁵ I årets undersökning ställde vi frågan om man skulle vilja använda Internet mer än vad man gjorde idag? 8% av Internetanvändarna svarade ”Ja”. Det intressanta är att detta uppdämda behov finns hos både män och kvinnor i alla åldrar utom bland de yngsta. I synnerhet är det de äldre kvinnorna, över 55 år, som begränsas i sin Internetutövning av olika vardagliga hinder.

Framför allt är det brist på tid som hindrar många människor att använda Internet mer än vad de gör idag:

⁵ Se kapitel 9 ”Avancerade entusiaster, modernister, traditionalister och de försiktiga. En analys av användningsmönster” i Findahl (2007), Svenskarna och Internet 2007.

Vad är det som hindrar dig att använda Internet mer än vad du gör idag?

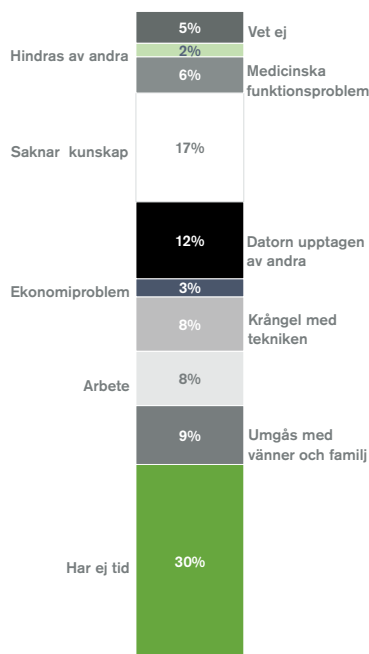


Diagram 10:13 Upplevda hinder för ökad användning av Internet från de som skulle vilja använda Internet mer än vad de gör idag.

”Jag hinner inte med”. ”Jag har mycket annat att göra”. Vardagslivets nödvändiga aktiviteter med familj, vänner och arbetet begränsar den fria tiden som är tillgänglig för Internet: ”Tiden räcker inte till, det finns ju annat att göra med hus, familj osv.” ”Jag jobbar för mycket”.

Finns det bara en dator i hemmet händer det ofta att barnen får företräde: ”Vi har bara en dator och den är alltid upptagen av vårt barn”. Det kan också vara en annan vuxen som ockuperar datorn: ”Det är någon annan som sitter där”. ”Min sambo spenderar mycket tid med datorn och då prioriterar jag bort mitt användande”. Men där finns också dåliga datorer, långsamma uppkopplingar och krångel med tekniken som hindrar en ökad Internetanvändning. ”Jag har modem och det går långsamt”. ”Kan inte allt och behöver ny dator”. Hälso- och funktionsproblem utgör också hinder för en del av de äldre: ”Begränsar surfandet p.g.a. synproblem”. ”Får ont i axlarna”. En del begränsar sitt användande av självbevarelsedrift eller p.g.a. yttre tryck: ”Jag är rädd att jag fastnar för mycket framför datorn”. ”Hustrun klagat”.

Förutom brist på tid är det brist på kunskap som utgör det största hindret för en ökad Internetanvändning: ”Jag vet inte hur jag skall se på TV, höra musik, ladda ner böcker etc.”. ”Rädd att göra fel, att tex. öppna fel sajter”. ”Om jag fick lära mig mer hur man gör kunde jag använda Internet mer”. ”Svårt för tekniken, jag kan inte så mycket”.

Huvudsakligen lokala sidor

Kvinnlig sjukgymnast, 54 år, gift, och har ett hemmavarande barn på i övre tonåren. Hon har Internet både på arbetet (5 tim/v) och hemma (30 tim/v). Kopplar nästan enbart upp sig mot lokala sidor. Använder dagligen e-post, kollar nyheter, läser tidningen. Är med i en community, ”stay friends”, där man träffar svenska gamla bekanta och klasskamrater. Internet är mycket viktigt för hennes arbete och Internet har ökat kontakterna med andra inom samma yrke. Hon har ingen egen dator. Det är hennes man som använder datorn mest. Skulle vilja använda Internet mer, men har inte tid.



Psykologiska hinder

Det finns fortfarande en mängd människor, särskilt bland de äldre, som inte är uppkopplade på Internet. De flesta av dem tillhör grupper med låg inkomst och utbildning. De lever emellertid inte isolerade från Internet. Där finns för det mesta Internetanvändare i familjen eller bland vänner. Men huvuddelen av icke-användarna är inte intresserade av den nya teknologin. En del har fattat ett väl överlagt beslut,⁶ för andra har inte det rätta tillfället inträffat, men de flesta av dem är osäkra på vad Internet kan erbjuda dem och ifall de har förmågan att handskas med de konstiga apparaterna. De känner en motvillighet att använda den nya teknologin. Det enkla uttalandet ”Jag vill inte ha Internet”, döljer ofta föreställningar som många icke-användare har om teknologi.⁷

6 Nyberg, A. (2008). Att studera digitala artefakter i människors vardagsliv. Umeå Universitet.

7 Green, M. (2006). Unpacking ”I don't want it” – why novices and non-users don't use the Internet.

Slipper allt krångel utan Internet

Manlig pensionär, sammanboende, 69 år, med studentexamen och ganska låg inkomst. Han prenumererar på en dagstidning som han läser 1,5 timmar om dagen och lyssnar på musik nästan lika mycket. Lyssnar en del på radio och läser böcker. TV, som han ser på två timmar om dagen, är tillsammans med tidningen hans främsta informationskällor. När det gäller underhållning är det TV. Han har ingen mobil, men han har tidigare haft en dator med Internetuppkoppling. Han kan använda e-posten. Främsta skälet till att han inte har Internet hemma är allt krångel med tekniken. Han är inte särskilt intresserad att skaffa sig Internet igen. Hans främsta intresse är bridge. Visserligen skulle Internet kunna hålla honom uppdaterad om allt som händer. Hans barn och barnbarn pratar om Internet hela tiden och gör allting via Internet. Det skulle underlätta om han också kunde vara där. Men fördelen med att inte ha Internet är att han slipper allt krångel. Han tror inte att Internet kommer att kunna påverka politiker och myndigheter och han känner sig inte alls delaktig i det nya informationssamhället. Men Internet kanske har något att erbjuda honom.



**ambivalent
icke-användare**

Där finns sålunda psykologiska barriärer som kan vara svåra att överbygga.⁸

Intervjuer med äldre människor som har börjat använda Internet visar också att de psykologiska argumenten dominerar både motiven för att börja använda Internet liksom hindren mot en sådan användning. De nya användarna hade, innan de började, tvivel på sin förmåga att kunna lära sig använda den nya teknologin och de var osäkra på de kostnader som var förknippade med Internetanvändningen i hemmet.⁹

I den nära framtiden kommer länder som Sverige och de andra nordiska länderna att inta en favoriserad position. Vi kan förvänta oss att Internet sprider sig vidare till 85% av befolkningen, och ännu fler kommer att bli nya Internetanvändare; även om ökningstakten kommer att minska. Det innebär att scenario 1, där Internet sprider sig som televisionen, inte är sannolik. Politiska åtgärder som garanterar tillgång för alla kommer inte att vara tillräckligt.

I länder som Sverige kommer scenario 2 att vara tillämpligt, där det förutom icke-användare av sociala och funktionella skäl, kommer att finnas en stor grupp som väljer att inte använda Internet. Det innebär att man måste behålla mångfalden i kanaler till olika tjänster och förbättra användarvänligheten i olika e-tjänster för att kunna överbygga misstro och misstänksamhet.

I många länder kommer scenario 3 att vara mest sannolikt under de närmaste årtiondena. Spridningsprocessen kommer att plana ut på en lägre nivå, när 65 till 75% av befolkningen har fått tillgång till Internet. Den kritiska massan som är nödvändig för ett effektivt användande av e-tjänster kommer inte att nås för hela samhället. Det är tydligt att målet ”Internet för alla” inte bara är ett teknologiskt utan också ett psykologiskt och kulturellt problem.

8 Gil-de-Zúñiga, H. (2006). Reshaping Digital Inequality in the European Union: How Psychological Barriers Affect Internet Adoption Rates.

9 Selg, H. & Svensson, B.R. (2008). Promoting the Adoption of Internet among Elderly People.



Avslutning

11

Internet har idag tagit en plats i många människors vardagsliv. Man kommunicerar, hämtar information och sköter sina praktiska affärer över nätet. De flesta har redan använt Internet i tio år eller mer. Det innebär inte att man är fullärd och har upptäckt alla Internets inneboende möjligheter, utan snarare att man anpassat sitt användande efter vad som passar ens vardagliga behov.

Det är inte Internet som tagit över och tvingat människor att anpassa sig efter Internet utan människor har anpassat Internet efter sina behov. Internet har intagit sin plats bredvid telefonen, radion, televisionen, dagstidningen och böckerna i bokhyllan. När man har tid över kan man ägna sig en stund att göra något på Internet. Bredband, trådlösa uppkopplingar och allt bättre program och datorer har förenklat Internetanvändningen och bidragit till att allt fler använder Internet dagligen. Man behöver inte vara teknisk expert för att vara Internetanvändare.

Men eftersom Internet förändrar sig över tiden förändrar sig också användningen. Det gäller t.ex. Internets roll som praktisk hjälpreda. Vill man ha reda på något, en adress, ett telefonnummer eller öppettider kan man gå till Internet, istället för att leta i någon byrålåda efter en katalog eller ett tabellverk som visar sig för gammalt. Det är många som har upptäckt detta, särskilt de unga, liksom att kartor och vägbeskrivningar nu finns lätt tillgängliga. Detta sätter spår i människors vardagliga aktiviteter.

En stor förändring är också att allt fler har blivit medlemmar i sociala nätverk på Internet. Sådana har funnits sedan lång tid men då oftast i form av communities, eller webbgemenskaper med inriktning på vissa specialintressen. De sociala nätverken, som Facebook är ett exempel på, länkar samman vänner och bekantas bekanta. Nu är det inte bara ungdomar som intresserar sig för att vara synliga på dessa nätverk utan även allt fler medelålders människor.

Tvärtemot vad man skulle kunna tro, har användningen av det globala nätverket Internet, i första hand stärkt kontakterna med de personer som finns nära. Det gäller både instant messaging, e-posten och bloggarna. Den vanligaste

adressaten för dessa meddelanden är de nära vännerna. Det globala nätverket är inte så globalt.

Men Internet vidgar också bekantskapskretsen till de som tidigare befann sig geografiskt utom räckhåll.¹ Detta har medfört att bekantskapskretsen har utökats, från de nära vännerna till en ny krets av bekanta och bekantas bekanta. Det kan vara gamla bekanta eller skolkamrater som man tidigare skulle förlorat kontakten med, men som man nu håller en slags kontakt med på Internet. Internets kommunikationsverktyg och de sociala nätverkens organisering möjliggör detta.

En konsekvens av detta är att de personliga kontakterna har fått en större roll. Unga människor som är entusiastiska Internetanvändare anser, paradoxalt nog, att de personliga kontakterna är viktigare som informationskälla än medierna själva. Medelålders och äldre lägger större vikt vid de traditionella medierna; televisionen och dagstidningarna. Detta är inte bara något som händer i Sverige utan det är en internationell trend.

I andra avseenden sprids och utvecklas Internet på olika sätt i olika länder beroende på ländernas välstånd, grad av ekonomisk jämlikhet och kulturella traditioner. Det gäller inte bara i hur fort och långt Internet sprids utan också i hur det används. I Sverige har exempelvis Internet nått ut till äldre och lågutbildade grupper på ett helt annat sätt än i Storbritannien. Det ekonomiska välståndet, mätt i bruttonationalprodukt är ungefär likvärdigt, men välståndet är fördelat på annorlunda sätt i de två länderna.² Kulturella värderingar skiljer sig också åt.³

Svenskarnas användning av Internet är också jämförelsevis mer praktiskt nyttoinriktad, medan svenska ungdomar liknar ungdomar i andra länder med en mer underhållningsinriktad användning. Svenskarna fortsätter att läsa sin dagstidning i pappersformat trots att många också läser en nätversion online. Denna utveckling delar Sverige med de andra nordiska länderna och Japan där tidningsläsandet av tradition

varit mycket starkt.⁴ I andra länder, som t.ex. USA, har tidningsläsandet minskat.

I internationella jämförelser kommer Sverige ofta långt fram som IT-nation, så också 2009. Danmark, Sverige och Nederländerna hamnar exempelvis i topp enligt Economists e-readiness index.⁵ En bidragande orsak till denna framskjutna placering var tidigare den långt gångna bredbandsutbyggnaden i Sverige. Att Sverige behåller sin position beror på att de svenska Internetanvändarna fortsätter att öka sin användning. I många andra länder har den börjat stagnera.

Sverige intar sålunda en framskjuten position inför framtiden. Men Internet är inte som TV, som spred sig till 95% av befolkningen på tio år. Tillgång och användning påverkas även i Sverige av ålder, inkomst och utbildning. Uppskattningsvis 1,7 miljoner människor befinner sig utanför Internetvärlden. Antingen har de inte tillgång till Internet eller så är deras användning mycket begränsad. Internet ingår inte som någon, mer eller mindre, naturlig del av deras vardagsliv.

Bilden från tidigare år kvarstår. Det är ett kompakt ointresse för Internet som motiverar många människor, framför allt äldre, att avstå från att skaffa sig Internet. Därefter kommer tekniska svårigheter antingen i form av trilskande teknik eller bristande kunskaper. De anser att Internet inte har något att erbjuda dem, och de har inget intresse att testa nya tekniska prylar. Särskilt äldre kvinnor har låg datorkunnighet och är ointresserade av ny teknik. Bakom uttalandet ”Jag vill inte ha Internet” döljer sig många gånger psykologiska barriärer som kan vara svåra att överbrygga.

1 Hampton & Wellman (2002). The Not So Global Village of Netville.

2 Helsper & Galacz, (2009). Understanding the links between social and digital exclusion in Europe.

3 Findahl (2008). The importance of equality and cultural values during the secondary phase of the diffusion of the Internet. The case of Sweden

4 Findahl (2009). Is the Internet a competitor or a complement to the traditional media. An international comparison.

5 Economist Intelligence Unit (2009). E-readiness rankings. The usage imperative.

Referenser

- Buskqvist, B** (2007). Medborgarnas röster : studier av Internet som politisk offentlighet. Örebro: Örebro universitet, 2007.
- CivicWeb.** Young People, the Internet and Civic Participation. Briefing Document. Institute of Education, University of London, 2009.
- Demunter, C.** (2005). The digital divide in Europe. Eurostat: Statistics in focus. 38/2005.
- Economist Intelligence Unit** (2009). E-readiness rankings. The usage imperative. A report from the Economist Intelligence Unit.
- Eurostat** (2009). Information society statistics. Individuals regularly using the Internet. Empirica (2006). Benchmarking in a Policy Perspective. Report No. 5. eInclusion
- EU-val 09.** TV, Internet och andra informationskällor. Hur informerade vi oss om EU-valet. SVT, 2009.
- Findahl, O.** (2009). Internet 15 år. Visionerna möter vardagsverkligheten. Om hur svenskarna blev Internetanvändare. Stiftelsen för Internetinfrastruktur, .se.
- Findahl, O** (2009). Is the Internet a competitor or a complement to the traditional media. An international comparison. In G Cardoso, A Cheong and J Cole (Eds.), World Wide Internet: Changing Societies, Economies and Cultures. University of Macao. (July 2009).
- Findahl, O** (2008). The importance of equality and cultural values during the secondary phase of the diffusion of the Internet. The case of Sweden. Paper presented to the IAMCR (International Association of Media and Communication Researchers) Conference, Stockholm, July 2008.
- Findahl, O.** (2008). Svenskarna och Internet 2008. Stockholm: World Internet Institute/ Stiftelsen för Internetinfrastruktur, .se
- Findahl, O.** (2008). Internet i ett internationellt perspektiv. Del 2. Sverige i världen. World Internet Institute, januari 2008.
- Findahl, O.** (2007). Svenskarna och Internet 2007. Stockholm: World Internet Institute
- Findahl, O.** (2000). Svenskarna och Internet 2000. Gävle: World Internet Institute
- Findahl, O.** (1993). Sveriges elfte TV-val. Valprogrammets publik, deras kunskaper, åsikter och viktigaste frågor under valrörelsen 1991. Institutionen för medier och kommunikation, Umeå universitet.
- Findahl, O & Selg H** (2008), Öppen källkod och öppet innehåll. En undersökning av och med erfarna Internetanvändare. Ingår i Eriksson, L-E, Findahl, O & Selg, H. Framtiden är öppen. Om problem och möjligheter med öppen källkod och öppet innehåll. Stockholm: Vinnova.
- Gil-de-Zúñiga, H.** (2006). Reshaping Digital Inequality in the European Union: How Psychological Barriers Affect Internet Adoption Rates. Webology, Volume 3, Number 4, December, 2006.
- Green, M.** (2006). Unpacking "I don't want it" – why novices and non-users don't use the Internet. First Monday September 2006
- Hampton, K. & Wellman, B.** (2002). The Not So Global Village of Netville. In Barry Wellman and Caroline Haythornthwaite (Eds.) (2002). The Internet and Everyday Life. Oxford, UK: Blackwell.
- Helsper, E., & Galacz, A.** (2009). Understanding the links between social and digital exclusion in Europe. In G. Cardoso, A. Cheong & J. Cole (Eds.), World Wide Internet. Changing Societies, Economies and Cultures. University of Macau.
- Hirzalla, F., & van Zoonen, L.** (2008). Uses of the Web for Civic Participation. CivicWeb, Deliverable 8.
- Nyberg, A.** (2008). Att studera digitala artefakter i människors vardagsliv. (On the exploration of people's attitudes to digital artefacts). Umeå University.
- Selg, H. & Svensson, B.R.** (2008). Promoting the Adoption of Internet among Elderly People. In P. Cunningham and M. Cunningham (Eds), Collaboration and the Knowledge Economy: Issues, Applications, Case Studies IOS Press.
- Smahel, D., Vondrackova, P., Blinka, L., & Godoy-Etcherry, S.** (2009). Comparing addictive behavior on the Internet in the Czech Republic, Chile and Sweden. In G. Cardoso, A. Cheong & J. Cole (Eds.), World Wide Internet. Changing Societies, Economies and Cultures. University of Macau.
- SVT** (2009). SVT:s Vallokalsundersökning EUP-valet 2009, 7 juni 2009
- SVT** (2009). EU-val 09. TV, Internet och andra informationskällor. Hur informerade vi oss om EU-valet. SVT september 2009.
- World Internet Project: International Report** 2009. University of Southern California
- Österman, T & Timander, J** (1997). Internetanvändningen i Sveriges befolkning. Utvecklingen av attityder och användningen beträffande vissa tekniska hjälpmedel. (Internet, dator, modem, CD-ROM och mobiltelefon). Teldok, rapport 115.

Metod

World Internet Institute har sedan år 2000 samlat in data om hur den svenska befolkningen använder informations- och kommunikationsteknik samt hur detta påverkar enskilda individer, familjer och samhället. Detta har framförallt gjorts genom panelstudien ”Svenskarna och Internet”, en panelstudie som omfattar 2000 telefonintervjuer baserat på ett slumpvis urval av befolkningen från 16 år och uppåt (2007 och tidigare från 18 år). Telefonintervjuerna är omfattande och innehåller frågor om de intervjuades personernas bakgrundsdata, tillgång till teknik, användning av traditionella medier och framförallt användning av Internet i olika former.

Svenskarna och Internet är den svenska delen av World Internet Project, ett internationellt forskningsprojekt, som följer Internets spridning och användning runt om i världen. Antalet deltagande länder ökar för varje år och i år 2009 har projektet 28 medlemsländer. Varje partner i respektive land finansierar sin egen verksamhet i projektet. De nationella urvalen är representativa urval av befolkningen. I frågepaketen är drygt 100 frågor gemensamma för alla länder, de så kallade ”Common Questions”. Dessa är exakt lika formulerade i varje land för att skapa jämförbara resultat.

Till de gemensamma frågorna har sedan varje land möjlighet att lägga till sina egna frågor. I den svenska delen tillkommer drygt 200 nationella frågor, varav en del är permanenta medan andra är nya för att kunna följa Internets utveckling.

World Internet Project startade 1999 och initiativtagare var Jeffery Cole vid Center of Communication Policy/UCLA (numera Digitalcenter vid Annenbergh School of Communications) i USA. År 2000 genomfördes de första panelstudierna i USA, Sverige, Italien och Singapore.

Vad är unikt med projektet?

Projektet är utformat som en panelstudie vilket ger möjlighet att följa enskilda människor under längre tid. De flesta

andra Internetundersökningar är stickprovsundersökningar. Hela befolkningen, även de äldsta intervjuas. I många Internetundersökningar finns inte personer över 75 år med. Både användare och icke användare är med. Internet ses i ett mycket brett sammanhang. Både tillgång, användning och effekter studeras. Internationella jämförelser är möjliga.

Metodbeskrivning Svenskarna och Internet

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

Urval

Första året undersökningen genomfördes, år 2000, drogs ett slumpmässigt urval på Sveriges befolkning från ett nationellt telefonregister. Detta urval kompletteras årligen för det bortfall som uppstår för att panelen konstant skall hålla ca 2000 personer. Vanligtvis måste ca 700 nya personer rekryteras till panelen för att kompensera för personer som inte längre vill delta i studien. Nyrekryteringen av panelen görs genom stratifierade urval styrda på ålder och kön för att säkerställa en jämn representativitet på dessa variabler.

Gratifikation

Respondenterna erbjuds ingen direkt gratifikation som tack för deras deltagande i studien. Däremot har World Internet Institute 5 st premieobligationer för respondenternas räkning. Om vinst utfaller på obligationerna delas denna mellan de deltagande respondenterna. Om vinsten per respondent understiger ett visst belopp skänks pengarna till välgörande ändamål.

Svenskarna och Internet
år för år

| | Antal intervjuer | Åldersurval | Period för datainsamling | Antal nya |
|------|------------------|-------------|--------------------------|-----------|
| 2000 | 2078 st | 18 år < | Feb-maj -00 | 2078 st |
| 2001 | - | - | - | - |
| 2002 | 2049 st | 18 år < | | 1148 st |
| 2003 | 2001 st | 18 år < | Maj-juni och aug-sep -03 | 655 st |
| 2004 | 2002 st | 18 år < | Sep-okt -04 | 720 st |
| 2005 | 961 st | 18 år < | Sep-okt -05 | 0 st |
| 2006 | - | - | - | - |
| 2007 | 2017 st | 18 år < | Feb-mars -07 | 775 st |
| 2008 | 2057 st | 16 år < | Feb-april -08 | 769 st |
| 2009 | 2117 st | 16 år < | Feb-april -09 | |

Åldersfördelning i
WII:s urval 2009

| | Frekvens | Procent | Svenska folkets åldersfördelning enligt SCB | Procent |
|------------|----------|---------|--|---------|
| 16 - 25 år | 454 | 21 | 15-24 år | 14 |
| 26 - 35 år | 279 | 13 | 25-34 år | 16 |
| 36 - 45 år | 330 | 16 | 35-44 år | 17 |
| 46 - 55 år | 288 | 14 | 45-54 år | 16 |
| 56 - 65 år | 332 | 16 | 55-64 år | 15 |
| 66 - 75 år | 236 | 11 | 65-74 år | 10 |
| 76 år - | 198 | 9 | 75 år - | 11 |
| Total | 2117 | 100 | | 100 |

Specialurval gjordes i åldrarna **12-15 år** (236 st),
16-25 år (125 st) och **icke-användare** (137 st).

| | |
|----------------------------|-----|
| Arbete | 52% |
| Studerande | 12% |
| Hemma/hemma med barn | 3% |
| Arbetslös | 3% |
| Sjukskriven/förtidspension | 5% |
| Pensionär | 24% |

Tabeller

Diagram 1:1 Andel av svenska folket över 16 år med tillgång till dator, Internet och bredband i hemmet 1995-2009

| | Dator | Internet | Bredband |
|------|-------|----------|----------|
| 1995 | 25% | 2% | |
| 1996 | 27% | 5% | |
| 1997 | 30% | 10% | |
| 1998 | 40% | 15% | |
| 1999 | 55% | 30% | |
| 2000 | 62% | 51% | 3% |
| 2001 | 65% | 53% | 9% |
| 2002 | 67% | 56% | 15% |
| 2003 | 74% | 65% | 23% |
| 2004 | 75% | 68% | 27% |
| 2005 | 79% | 72% | 43% |
| 2006 | 82% | 75% | 54% |
| 2007 | 84% | 78% | 65% |
| 2008 | 86% | 81% | 75% |
| 2009 | 86% | 83% | 78% |

Diagram 2:10 Andel av Internetanvändarna i olika åldersgrupper som uppnått olika poäng på beroendeskalan (0-15 poäng).

| | 0-1 poäng | 2-3 poäng | 4-7 poäng | ≥8 poäng |
|----------|-----------|-----------|-----------|----------|
| 16-25 år | 51% | 26% | 18% | 5% |
| 26-35 år | 68% | 22% | 7% | 3% |
| 36-45 år | 78% | 16% | 6% | 1% |
| 46-55 år | 86% | 11% | 2% | 1% |
| 56-65 år | 86% | 10% | 3% | 1% |
| 66-75 år | 85% | 11% | 4% | 0% |

Diagram 4:4 Andel Internetanvändare i tre åldersgrupper som ägnar sig åt kommunikation på Internet.

| | 16-25 år | 36-45 år | 55-65 år |
|----------------------------|----------|----------|----------|
| Skryta/läsa e-post | 85% | 90% | 82% |
| Bifoga filer till e-posten | 49% | 61% | 48% |
| Instant messaging | 79% | 30% | 18% |
| Läsa bloggar | 36% | 14% | 6% |
| Besöka communities | 58% | 16% | 0% |

Diagram 4:5 Andel Internetanvändare i tre åldersgrupper som använder olika aktiviteter på Internet.

| | 16-25 år | 36-45 år | 55-65 år |
|---------------------|----------|----------|----------|
| Tidtabell, adresser | 34% | 48% | 37% |
| Besöka Internetbank | 30% | 30% | 33% |
| Kolla fakta | 62% | 32% | 22% |
| Ordlexikon | 48% | 17% | 15% |

Diagram 4:6 Andel Internetanvändare i tre åldersgrupper som ägnar sig åt informativa aktiviteter på Internet.

| | 16-25 år | 36-45 år | 55-65 år |
|------------------------|----------|----------|----------|
| Lyssna/ladda ner musik | 67% | 18% | 9% |
| Spel | 39% | 10% | 9% |
| Se/ladda ner video | 52% | 9% | 3% |

Diagram 4:7 Andel Internetanvändare i tre åldersgrupper som ägnar sig åt underhållning på Internet

| | 16-25 år | 36-45 år | 55-65 år |
|------------------------|----------|----------|----------|
| Ta del av nyheter | 70% | 70% | 59% |
| Läsa nättidning | 54% | 53% | 41% |
| Hobby, specialintresse | 57% | 43% | 28% |
| Surfa runt | 66% | 39% | 19% |
| Produktinformation | 37% | 28% | 15% |

Diagram 5:2 Andel Internetanvändare i olika åldersgrupper som använder sig av e-pos

| | Flera ggr dagligen | dagligen | 1-3 ggr/vecka | någon gång | Aldrig |
|----------|--------------------|----------|---------------|------------|--------|
| 12-15 år | 1% | 12% | 35% | 38% | 14% |
| 16-25 år | 13% | 44% | 28% | 13% | 2% |
| 26-35 år | 26% | 47% | 19% | 5% | 3% |
| 36-45 år | 26% | 46% | 18% | 8% | 2% |
| 46-55 år | 24% | 42% | 20% | 9% | 5% |
| 56-65 år | 17% | 39% | 26% | 9% | 9% |
| 66-75 år | 12% | 39% | 24% | 17% | 8% |
| 76+ | 5% | 30% | 33% | 22% | 10% |

Diagram 5:3 Andel Internetanvändare i olika åldersgrupper som bifogar filer till e-posten

| | flera ggr dagligen | dagligen | 1-3 ggr/vecka | någon gång | Aldrig |
|----------|--------------------|----------|---------------|------------|--------|
| 12-15 år | 0% | 1% | 18% | 56% | 25% |
| 16-25 år | 1% | 9% | 39% | 44% | 7% |
| 26-35 år | 6% | 18% | 31% | 40% | 5% |
| 36-45 år | 14% | 21% | 26% | 30% | 9% |
| 46-55 år | 10% | 21% | 28% | 28% | 13% |
| 56-65 år | 6% | 16% | 26% | 34% | 18% |
| 66-75 år | 2% | 8% | 26% | 45% | 19% |
| 76+ | 2% | 2% | 6% | 69% | 21% |

Diagram 5:4 Andel av Internetanvändarna i olika åldersgrupper som använder instant messaging

| | Dagligen | 1-3 gg/vecka | någon gång | aldrig |
|----------|----------|--------------|------------|--------|
| 12-15 år | 54% | 23% | 10% | 13% |
| 16-25 år | 63% | 16% | 11% | 10% |
| 26-35 år | 33% | 16% | 17% | 34% |
| 36-45 år | 19% | 11% | 17% | 53% |
| 46-55 år | 16% | 9% | 14% | 61% |
| 56-65 år | 10% | 8% | 10% | 72% |
| 66-75 år | 5% | 4% | 9% | 82% |
| 76+ | 0% | 0% | 15% | 85% |

Diagram 5:6 Andelen Internetanvändare i olika åldrar som med olika frekvens besöker en community.

| | dagligen | 1-3 ggr/vecka | någon gång | Aldrig |
|----------|----------|---------------|------------|--------|
| 12-15 år | 31% | 24% | 8% | 37% |
| 16-25 år | 47% | 17% | 8% | 28% |
| 26-35 år | 25% | 18% | 7% | 50% |
| 36-45 år | 9% | 12% | 10% | 69% |
| 46-55 år | 4% | 5% | 5% | 86% |
| 56-65 år | 1% | 3% | 6% | 90% |
| 66-75 år | 1% | 0% | 4% | 95% |

Diagram 5:9 Andelen av Internetanvändarna i olika åldrar som skriver på sin egen blogg

| | dagligen | 1-3 ggr/vecka | någon gång | aldrig |
|----------|----------|---------------|------------|--------|
| 12-15 år | 2% | 7% | 3% | 88% |
| 16-25 år | 5% | 5% | 4% | 86% |
| 26-35 år | 2% | 2% | 5% | 91% |
| 36-45 år | 1% | 1% | 2% | 96% |
| 46-55 år | 0% | 1% | 1% | 98% |
| 56-65 år | 0% | 0% | 0% | 100% |
| 66-75 år | 0% | 0% | 0% | 100% |

Diagram 5:10 Andelen av Internetanvändarna i olika åldrar som läser andras bloggar

| | dagligen | 1-3 ggr/vecka | någon gång | Aldrig |
|----------|----------|---------------|------------|--------|
| 12-15 år | 7% | 20% | 16% | 57% |
| 16-25 år | 20% | 15% | 25% | 40% |
| 26-35 år | 11% | 14% | 23% | 52% |
| 36-45 år | 6% | 8% | 23% | 63% |
| 46-55 år | 1% | 6% | 23% | 70% |
| 56-65 år | 2% | 4% | 16% | 78% |
| 66-75 år | 2% | 6% | 16% | 76% |

Diagram 6:5 Genomsnittlig bedömning (på en skala 1-5) av hur viktig Internet resp. personliga kontakter är som källa till information

| | Internet | Personliga kontakter |
|----------|----------|----------------------|
| 16-25 år | 4,1 | 4 |
| 26-35 år | 3,8 | 3,7 |
| 36-45 år | 3,5 | 3,5 |
| 46-55 år | 3,3 | 3,5 |
| 56-65 år | 2,9 | 3,5 |
| 66-75 år | 2,4 | 3,6 |
| 76+ | 1,5 | 3,5 |

Diagram 8:8 Genomsnittlig bedömning (skala 1-5) av olika mediers viktighet som underhållningskälla.

| | Tv | Radio | Dagstidning | Internet | Bio |
|----------|-----|-------|-------------|----------|-----|
| 12-15 år | 3,8 | 2,3 | 2,1 | 3,9 | 3,5 |
| 16-25 år | 3,7 | 2,5 | 2,4 | 4 | 3,4 |
| 26-35 år | 3,7 | 2,7 | 2,5 | 3,6 | 3,2 |
| 36-45 år | 3,8 | 2,8 | 2,6 | 3,1 | 3,2 |
| 46-55 år | 3,8 | 3,1 | 2,9 | 2,9 | 2,9 |
| 56-65 år | 3,7 | 3,1 | 2,9 | 2,5 | 2,5 |
| 66-75 år | 3,8 | 3,2 | 3,2 | 2 | 2,1 |
| 76+ | 4,2 | 3,4 | 3,1 | 1,5 | 1,6 |

Diagram 9:1 Andel av män respektive kvinnor fördelade efter den tid som de använder Internet i hemmet.

| | Män | Kvinnor |
|----|-----|---------|
| ≤1 | 8% | 12% |
| 3 | 12% | 17% |
| 5 | 14% | 16% |
| 7 | 14% | 16% |
| 10 | 14% | 12% |
| 15 | 15% | 10% |
| 20 | 8% | 6% |
| 25 | 5% | 4% |
| 40 | 6% | 5% |
| 50 | 4% | 2% |

Diagram 9:4 Män och kvinnor fördelade enligt svaren om upplevd datorkunnighet

| | Män | Kvinnor |
|----------------------|-----|---------|
| Inte alls kunnig | 12% | 17% |
| Inte särskilt kunnig | 20% | 21% |
| Ganska kunnig | 49% | 54% |
| Mycket kunnig | 20% | 8% |

Index

- Arbetare**, 11, 14, 26
- Avhoppare**, 56-57
- Bank** 23, 24
- Beroende**, 18-19
- Blogg**, 22-24, 27, 30-37, 53, 54
- Bojkottare**, 56-57
- Bredband**, 9
- Community**, 24, 27, 28, 29, 30, 36
- Datainsamling**, 66
- Dator**, 9
- Datorkunskap**, 50, 51
- Digital klyfta**, 11, 12, 13, 14, 26, 55-62
- Digital kompetens**, 51
- E-legitimation**, 26
- E-post**, 14, 20-24, 27, 28, 34
- Fildelning**, 28, 53, 54
- Foto**, 23
- Funktionshinder**, 56
- Hälsa**, 23
- Icke-användare** 56-60
- Instant messaging**, 22-24, 28, 35
- Internationella jämförelser**,
20, 44, 45, 48, 55, 62, 64
- Internet offentlig plats**, 17
- Internet spridning**, 9, 55-56
- Internet tid**, 15, 16, 50
- Internet tillgång**, 10
- Internet - varför inte?**, 11, 12, 56
- Internetfärdighet**, 51
- Kartor**, 22, 23, 24
- Medlodifestival**, 48
- Metod**, 66
- Mobil**, 17, 19, 21
- Mobilt bredband**, 10, 17
- Musik**, 23, 25, 38, 40
- Myndighetsinformation**, 26
- Män och kvinnor**, 12, 17, 20,
21, 29, 31, 32, 49-54
- Nära vänner**, 34-36
- Panel**, 66
- Personliga kontakter**, 34, 35, 37
- Politik**, 23, 46, 47
- Psykologiska hinder**, 61
- Radio**, 38, 41-42, 43-45, 47
- Representativitet**, 66
- Sex**, 22, 23, 24
- SMS**, 21, 27, 28
- Spel**, 25
- Telefonintervjuer**, 66
- Telefonmodem**, 10
- Tidning**, 25, 38-41, 43, 44, 45, 47
- Tjänsteman**, 11, 13, 14, 26, 28
- Trådlöst**, 17
- TV**, 22, 23, 38-42, 43, 44, 45, 47, 48
- Underhållning**, 47
- Unga kvinnor**, 53
- Unga män**, 47, 50, 51, 54,
- Ungdom**, 12, 16, 18, 19, 27, 29, 44
- Urval**, 66
- Vardag**, 15, 22, 24, 27
- Video**, 20, 21, 23, 38-41

World Internet Institute är ett forskningsinstitut som bedriver samhälls- och beteendevetenskaplig forskning med fokus på Internet och dess påverkan på människa och samhälle. Med offensiv publicering sprider institutet ny kunskap till det omgivande samhället. Nyvunna forskningsresultat och tillämpningar ska snabbt komma till praktisk nytta, och bidra till utveckling av näringsliv och offentlig verksamhet. Institutet är med öppen attityd en mötesplats för utbildning, forskning, näringsliv och samhälle.

I nära koppling till högskola/universitet, i samverkan med offentlig verksamhet och näringsliv, ska institutet initiera, bedriva och stödja samhälls- och beteendevetenskaplig forskning med fokus på Internet och dess påverkan på människa och samhällsliv. Institutet ska producera och publicera statistik med relevans till den aktuella forskningen.

WII är en öppen medlemsorganisation och en icke-vinstdrivande verksamhet, allt eventuellt överskott återinvesteras i forskningen. Finansieringen genereras genom forskningsanslag, offentliga aktörer, näringslivsintressenter och intäkter genererade från den egna verksamheten.

.SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur) ansvarar för Internets svenska toppdomän, .se. Kärnverksamheten är registrering av domännamn samt administration och teknisk drift av det nationella domännamnregistret, samtidigt som .SE verkar för en positiv utveckling av Internet i Sverige. Överskottet från registreringen av domännamn finansierar projekt som bidrar till Internets utveckling i Sverige. .SE satsar intensivt på att vara en aktiv forsknings- och utvecklingsfinansiär och -aktör inom Internetutveckling. Som partner i World Internet Institute och initiativtagare till flera projekt för att öka kunskapen om Internetanvändning arbetar man aktivt för att säkerställa tillgången till kvalitativ Internetstatistik i Sverige

Fiber Optic Valley arbetar för att Sverige ska bli världsledande inom utveckling av produkter och tjänster baserade på fiberoptik. Kärnan i verksamheten är att hjälpa globala och lokala företag att växa. Det sker genom stöd i form av forskning, utbildning, finansiering, kontakter och affärsutveckling - och en unik testmiljö för tekniska och beteendevetenskapliga studier. Genom ett samarbete med World Internet Institute, arbetar man bland annat för att bygga upp testmiljön "Fiber Optic Valley Living Labs".

World Internet Institute tackar sina medlemmar och partners för deras stöd och engagemang. Det är i samarbete med dessa som verksamheten möjliggörs. Ett speciellt tack riktas till .SE – Stiftelsen för Internetinfrastruktur för samarbetet kring rapporten "Svenskarna och Internet" samt till Fiber Optic Valley.

Medlemmar och partners:

.SE – stiftelsen för Internetinfrastruktur

Fiber Optic Valley

NITA – Nationellt IT-användarcentrum vid Uppsala Universitet

IHT – Institutet för Humanteknologi

SSNf – Svenska stadsnätetsföreningen

FPX – Future Position X

Interactiv TV arena

Mittuniversitetet

Gävle Kommun

Högskolan i Gävle

Digital Center vid USC Annenberg School of communications

och alla övriga partners i World Internet Project



En investering för framtiden



Svenskarna och Internet är den årliga rapporten från World Internet Institute som kartlägger Internetanvändningens utveckling och förändringar hos den svenska befolkningen. Rapporten publiceras av World Internet Institute i samarbete med .SE - Stiftelsen för Internetinfrastruktur. I 2009 års rapport belyses bl.a. följande:

- Fyra av tio är med i en community
- De unga kvinnorna dominerar bloggandet
- Den mesta kommunikationen riktar sig till nära vänner
- Personliga kontakter allt viktigare
- Ålder, utbildning och inkomst har fortfarande betydelse för vem som använder Internet
- De unga männen dominerar fildelningen
- Myndighetsinformation och e-legitimation främst för de med god utbildning och inkomst
- Internetberoende inget stort problem
- Utbrett ointresse för Internet bland de som står utanför

Genom deltagandet i World Internet Project är Svenskarna och Internet del i en av världens största studier av Internetanvändning. Under 2009 publicerades jämförande analyser i boken "World Wide Internet. Changing Societies, Economies and Cultures."