

.se

Olle Findahl

Svenskarna och Internet

2010



Olle Findahl

Svenskarna och Internet

2010

SVENSKARNA OCH INTERNET 2010

version 1.0

© .SE 2010

Text och diagram skyddas enligt lag om upphovsrätt och tillhandahålls med licensen Creative Commons Erkännande 2.5 Sverige vars licensvillkor återfinns på <http://creativecommons.org/>.

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

”Källa: Olle Findahl, Svenskarna och Internet 2010”

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

Författare: Olle Findahl

Utgivare: .SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur)

Formgivning, layout och redigering: Inforfunction Grafisk Form

Omslags-/profilillustrationer: © iStockphoto/Leontura

Tryck: Danagårds Grafiska 2010

ISBN: 978-91-978952-1-7

ISSN: 1654-6806

.se

Box 7399, 103 91 Stockholm

Telefon: +46 8 452 35 00

Fax: +46 8 452 35 02

E-post: info@iis.se

www.iis.se

Svenskarna och Internet 2010

Internets spridning allt långsammare

8

Fler dagliga användare | Vanligt att kombinera Internet med TV-tittande | De som kommer till och de som blir kvar utanför | Varifrån kommer de nya användarna? | Statistiken skiljer sig åt – varför? | Vilka står fortfarande utanför?

Sverige i världen

14

Sverige i topp på tre index

Att växa upp med Internet

18

Först spel och video, sedan också chatt, sociala nätverk, e-post och faktainformation

e-handel

22

Oron för kreditkortsbedrägerier minskar men finns kvar bland de äldre | Lika mycket produktinformation och prisjämförelser som handel | En tredjedel av befolkningen betalar inte sina räkningar online

Hälsa och vård på Internet

28

Vart går man på Internet för att informera sig? | Alla internetanvändare oberoende av ålder söker efter hälsoinformation | De mest aktiva internetanvändarna (16 – 45 år) är mest aktiva att söka hälsoinformation | Vårdpersonal är de flitigaste användarna av Internet | Kvinnor mer intresserade än män | Välutbildade mer aktiva än lågutbildade | Skillnaderna i befolkningen är större än bland internetanvändarna. | Hur viktiga är olika källor för information om medicinska problem?

Allestädes närvarande Internet och andra medier

36

Mobilitet i hemmet | Mobilitet utanför hemmet | Användningen av mobilt Internet ökar | Allt fler skaffar sig mobilt bredband | Är vi på väg mot ett mobilare samhälle? | Lansering av e-böcker

Aktivt deltagande eller passivt mottagande?

42

Communities och sociala nätverk | Internet fylls av användarskapat innehåll | Vilken privat information kan man publicera på nätet? | Bloggarna är inte många i procent av befolkningen, men många bland unga kvinnor | Unga kvinnor dominerar helt bland bloggarna | Fildelningen på samma nivå som tidigare

Digital Delaktighet

50

Känsla av delaktighet | Tekniktröskeln | Aktiv användning | Vilka känner sig ej delaktiga i informationssamhället? | De som ägnar minst tid åt Internet | Var skall ribban läggas för digital delaktighet?

Avslutning

56

Användningsmönster
Referenser
Metod
Tabellbilaga
Index

Inledning

Denna rapport om Svenskarna och Internet 2010 grundar sig på de telefonintervjuer av 2000 personer som genomförde under våren 2010. Det är det tionde året som undersökningen genomförs, numera av .SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur) och tidigare av World Internet Institute. Den första datainsamlingen skedde redan hösten år 2000. Det var i dotcom-boomens slutskede, innan internetbubblan riktigt hade spruckit. Internetutvecklingen hade dittills drivits fram av branschintressen och en snabb teknologisk utveckling. Det fanns ett stort behov, efter de överdrivna förväntningarna under slutet av nittioalet, av oberoende undersökningar som kunde kartlägga och följa Internets utveckling. Internetbubblan hade till stor del blåsts upp av medierna med hjälp av statistik från många gånger dubiösa undersökningar.

Syftet med projektet var att dels studera människors tillgång och användning av Internet – vilka aktiviteter, vilken slags innehåll och vilka kontakter som förmedlas över nätet – och dels studera hur denna användning påverkar och förändrar människors vardags- och arbetsliv.

Hösten år 2000 genomfördes den första undersökningen med telefonintervjuer till ett representativt urval av svenskar. Samtidigt gjordes liknande undersökningar i USA, Italien och Singapore.

2001 publicerades den första rapporten. Där behandlades teman som återkommit i senare rapporter som: Den digitala klyftan, bredbandets roll, e-handel, medieanvändning och relation till andra medier. Där fanns avsnitt om internetanvändarnas problem och oro, deras förtroende för olika medier etc. Där fanns också ett avsnitt om den relativa internetstatistiken och en diskussion om vad som egentligen menas med en internetanvändare.

En betydande del av frågorna det första året rörde Internets sociala effekter, bl.a. ingick ett batteri med psykologiska frågor som skulle testa om det fanns en skillnad mellan internetanvändarna och de som inte använde Internet. En hypotes vid den här tiden var att de som använde Internet var mer introverta och alienerade än icke-användarna. Tanken vara att de som drogs till Internet blev mer olyckliga och mindre tillfreds med sig själva. Detta psykologiska test var med även i några senare undersökningar, men här som i många andra avseende hittade vi inte, och inte heller våra utländska kollegor, några mer avgörande skillnader mellan internetanvändare och andra.

Den snabba spridningen av Internet under slutet av nittioalet avtog efter millennie-skiftet. Spridningen började plana ut och en rad frågor ställdes i rapporten som kom ut 2003, om varför många tvekade eller var ointresserade av Internet. Icke-användarna har sedan dessa varit ett återkommande tema i undersökningarna. Deras inställning till att bli internetanvändare i framtiden är i varje tidpunkt avgörande för Internets framtid.

Arbetsplatserna hade i Internets tidiga skede en viktig roll för utvecklingen men vid den här tiden visade det sig att, utslaget på hela befolkningen, att det var vanligare att ha tillgång till Internet hemma än på arbetet. I internationella jämförelser visade det sig att andelen internetanvändare nu var större i Sverige än i USA.

2003 började det också finnas tillräckligt med bredbandsanvändare för att kunna konstatera att tillgången till ett bredband i många avseenden mångdubblade internetanvändningen. TV och dagstidningen var fortfarande de viktigaste informationskällorna och Internet betraktades av de flesta fortfarande som ett komplement. Barnfamiljerna,

åtminstone de med tonårsbarn, framstod mer och mer som en drivkraft bakom internetanvändningen. Tekniken var ännu inte riktigt pålitlig. Många hade problem. Hälften av användarna sa att deras datorer brukade hänga sig.

2007 gjordes en närmare analys av de nytilkomna internetanvändarna, och de minskande skillnaderna mellan män och kvinnor. De digitala klyftorna och funktionshindrens roll behandlades. Ett diskussionsämne vid denna tid var fildelningen av musik som fick ett särskilt avsnitt. Vad var fildelarnas drivkrafter? Det visade sig att bland fildelarna fanns en grupp som köper mycket musik. En förhållandevis större grupp än hos de jämnåriga som inte fildelar. Vid en analys av användningsmönstren utkristalliserades det fyra grundmönster: De avancerade entusiasterna, modernisterna, traditionalisterna och de försiktiga. Modernisterna och traditionalisterna kunde i sin tur delas upp i två grupper, där mönstret var detsamma men aktiviteten var hög respektive låg.

En förnyad analys av användningsmönstren gjordes 2008. Nu delades analysen upp i tre analyser, en för unga, en för medelålders och en för de äldre. Även om de yngre spenderar mer tid på Internet kunde vi se samma uppsättning användningsmönster återkomma i alla åldersgrupper. Där finns de avancerade entusiasterna och där finns de försiktiga. I alla åldersgrupper, om än i olika grad, återfinns också både modernister och traditionalister. Några nya användningsmönster, specifika för de yngre återfanns också.

2008 började vi ställa frågor till föräldrar som deltog i undersökningen om deras barn. Vi fann då att Internet hade blivit vanligt ända ner bland förskolebarnen. Det blev till en särskild rapport: Unga svenskar och Internet 2008. Samma år uppmärksammades också det användargenererade innehållet som i allt större utsträckning fyller Internet. En särskild analys

gjordes av icke-användare och också hur de sociala nätverk ser ut som omger både användare och icke-användare.

Med hjälp av ett extra urval av icke-användare fördjupades analysen 2009 av de som står utanför. Hur ser de på Internet och vad är deras motiv att avstå från Internet? Ett extra urval av ungdomar gjordes också och tillsammans med föräldrarnas svar om vad deras barn gör med Internet fick vi ett underlag till rapporten "Unga svenskar och Internet 2009". Vad gör de på Nätet? Vilken kompetens har de? Hur påverkas de?

I årets rapport utgör hälsoinformation på Internet ett särskilt fokusområde. Det är avsikten att även i framtiden kombinera den brett upplagda undersökningen om svenskarnas internetanvändning med en fördjupad analys av ett särskilt område. Det är inte bara att allt fler använder sig av Internet i sina vardagsliv. Användningen har också förändrats i många avseenden och den kommer att förändras. Därför måste en återkommande undersökning av Internets utveckling både ha en fast bas som gör det möjligt att följa Internets utveckling över tiden, och vara tillräckligt flexibel för att kunna upptäcka och registrera de förändringar som sker.

Olle Findahl
World Internet Institute

Janne Elvelid
..SE

Sammanfattning

Sverige intar förstaplatsen på tre globala IT-index

2010 har Sverige hamnat högst upp på tre rankinglistor som alla försöker "mäta" olika länders beredskap och förutsättningar att bli ett framgångsrikt informations-teknologiskt land.

I ett internationellt perspektiv är internetanvändningen i topp i Sverige, särskilt bland äldre

Nästan alla unga i de välutvecklade industriländerna använder Internet. Här är skillnaderna små mellan länderna. Däremot är skillnaderna stora om vi ser till de äldre. Det är bara i länder som Sverige, övriga nordiska länder och USA där det är någorlunda vanligt med Internet bland pensionärerna.

Internettillgång

85 procent av svenskarna över 16 år har tillgång till Internet i hemmet. Det är en ökning med 2 procent sedan 2009. Uppenbart är att mättnadspunkten för Internets spridning ännu inte är nådd.

Spridningen uppåt i åldrarna går långsamt

Nyttillkomna internetanvändare finns i alla åldersgrupper, men det är 90-talister och 40-talister som dominerar. De äldsta spelar en undanskymd roll bland nya internetanvändare.

Spridningen neråt i åldrarna har stannat upp

Under de senaste tio åren har nybörjaråldern successivt sjunkit. Nivån, när hälften av en årskull börjat använda Internet, har för varje år sjunkit med ett år. Nu har denna

utveckling stannat upp. 2009 låg 50-procentnivån på drygt fyra år, nu ligger den på knappt fyra.

Bredband

97 procent av internetanvändarna har tillgång till bredband vilket motsvarar 84 procent av befolkningen. Nästan alla som har tillgång till Internet har en bredbandsuppkoppling.

Användningen av Internet ökar

84 procent av svenskarna över 16 år använder Internet någon gång. Antalet användare har inte ökat så mycket senaste året. Däremot fortsätter användningen, bland de som redan använder Internet, att öka. Idag är det 81 procent av Internetanvändarna som är dagliga användare. Det är en utveckling som även gäller förskolebarnen. Tiden som ägnas åt Internet har också ökat under året med 15 procent till 11,3 timmar i veckan.

Vanligt med Internet och TV-tittande samtidigt

Hälften av Internetanvändarna ser ibland på TV samtidigt som de är online. Var tredje gör det dagligen eller några gånger i veckan. Det gäller särskilt de unga flickorna.

Användningen av mobilt Internet ökar

Under det senaste året har det skett stora förändringar i det mobila internetanvändandet. Antalet användare har inte ökat särskilt mycket men själva användningen har ökat starkt: Av de som använder mobilt Internet tar idag fler del av nyheter (64% vs. 42% 2009), fler läser/skickar e-post (52% vs. 20%), fler besöker sociala nätverk (42% vs. 9%) och fler ser på TV/ video via mobilen (32% vs. 7% 2009).

Minskad oro för att använda kreditkort

För tio år sedan var 72 procent av befolkningen oroad för kreditkortsbedrägerier. Idag har denna siffra sjunkit till 24 procent. Samtidigt är det fortfarande 30-40 procent av de äldre över 55 år som har kvar sin oro. Och en tredjedel av befolkningen betalar inte sina räkningar online.

Åtta av tio googlar för att få svar på frågor om hälsa eller medicin

Två av tre internetanvändare söker efter hälsoinformation på nätet. Det är mer än en fördubbling jämfört med år 2000. Åtta av tio använder Google och skriver något eller några sökord för att få svar på sina frågor. Det innebär dock inte att andra informationskällor konkurrerats ut. Läkare, sjuksköterskor och vårdpersonal är fortfarande viktigast.

Hälften av alla svenskar är med i sociala nätverk

För de unga inträffade det stora språnget redan mellan 2005 och 2007. För de något äldre har intresset för att delta i sociala nätverk ökat under senare år. Under senaste året har ökningen varit dramatisk och andelen som besöker sociala nätverk har mer än fördubblats i åldrarna över 45 år.

Internet fylls av användargenererat innehåll.

1,5 miljoner kommenterar regelbundet vad andra skrivit på nätet. Lika många statusuppdaterar. En halv miljon svenskar lägger varje vecka upp foton på Internet.

Bloggarna är inte många i befolkningen men många bland unga kvinnor

Bloggandet har aldrig blivit någon vitt spridd aktivitet (2010: 6%), men det har blivit en del av de unga kvinnornas internetkultur. Det börjar tidigt i tonåren. Redan i tolvårsåldern är hälften av flickorna engagerade. Och i åldern 16 till 25 år håller två av tre på att skriva eller har skrivit en egen blogg, och tre av fyra läser andras bloggar.

Fildelningen åter på samma nivå som 2008

Efter en successiv ökning under de senaste tio åren av andelen som fildelar, stannade denna utveckling av förra året och minskade något. 2010 är fildelningen åter på samma nivå eller t.o.m. lite högre än 2008. Här dominerar, ännu mer än tidigare, de unga männen. Hälften av de unga männen 16-25 år fildelar och ytterligare en fjärdedel har fildelat.

Halva svenska folket känner sig inte delaktiga i det nya informationssamhället

Samtidigt som det är allt fler som utnyttjar de möjligheter som Internet erbjuder får vi inte glömma att, fortfarande femton år efter det att Internet introducerades, är det ungefär hälften av befolkningen som inte känner sig delaktiga i det nya informationssamhället. Åtta av tio använder inte mobilen för att gå online. Fem av tio använder inte Internet för att få hälsoinformation. En tredjedel använder inte Internet för att betala räkningar.

A large crowd of people is walking away from the camera on a city street. The people are seen from behind, creating a sense of movement and anonymity. They are dressed in casual to semi-formal attire, including jackets, sweaters, and trousers. The street is paved with light-colored tiles, and the background is slightly blurred, emphasizing the crowd.

**Internets spridning
allt långsammare**

Fler dagliga användare	10
Vanligt att kombinera Internet med TV-tittande	11
De som kommer till och de som blir kvar utanför	12
Varifrån kommer de nya användarna?	12
Statistiken skiljer sig åt – varför?	13
Vilka står fortfarande utanför?	13

Hur många svenskar har tillgång till Internet och bredband?

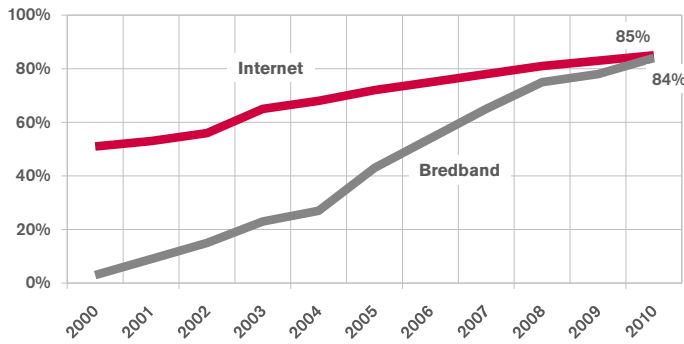


Diagram 1:1 Andel av befolkningen (18+) som har och haft tillgång till Internet och bredband i hemmet under åren 2000 till 2010.

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.

Internets spridning i olika åldersgrupper under de senaste tio åren

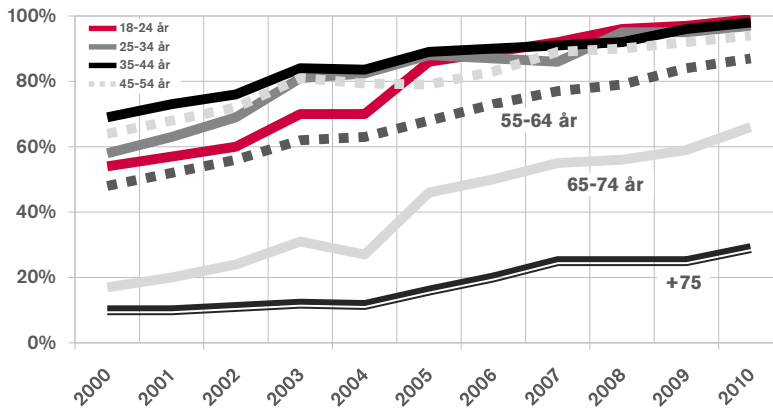


Diagram 1:2 Andel av olika åldersgrupper i befolkningen med tillgång till Internet i hemmet under åren 2000 till 2010.

För varje år kommer det till nya användare av Internet, men det blir färre nykomlingar för varje år. Utrymmet för en ökad spridning minskar. Bland yngre och medelålders är taket nästan nått, när fler än 95 procent redan använder Internet. Bland de äldre är det fortfarande många som står utanför internetvärlden, men här är intresset för Internet litet bland icke-användarna. Intresset minskar med ökad ålder. Men uppenbart är inte mättnadspunkten för Internets spridning ännu nådd.

Bland de äldsta har spridningen varit liten alltsedan Internet introducerades på 90-talet. Det gäller fortfarande idag. Däremot har det skett stora förändringar bland de yngre pensionärerna (65-75 år). Ökningstakten har där varit jämförbar med vad som hänt bland de yngre åldersgrupperna och idag har två av tre (66%) tillgång till Internet.

Den stora förändringen under senare år har varit tillgången på bredband. Idag har nästan alla (97%) som har tillgång till Internet en bredbandsuppkoppling. En annan grundläggande förändring är att Internet idag kan nås via en lång rad olika tekniska apparater. Fortfarande är dock den stationära datorn det vanligaste sättet att koppla upp sig (62%). Men uppkoppling via en bärbar dator är nästan lika vanligt (57%). Sedan använder en del (16%) också mobila enheter som en handdator eller en smartphone, eller en spelkonsol (7%). Internet via TV, en TV-box eller digital-TV, är fortfarande ganska sällsynt (5%).

Fler dagliga användare

En förändring som pågått under de senaste åren är att allt fler som använder Internet blivit dagliga användare. Tidigare fanns det en relativt stor grupp som hade tillgång till Internet men bara kopplade upp sig någon gång då och då. Idag har den gruppen nästan helt försvunnit och antingen använder man inte Internet alls eller så gör man det dagligen eller åtminstone någon eller några gånger i veckan.

Hur kopplar man upp sig på Internet i hemmet?

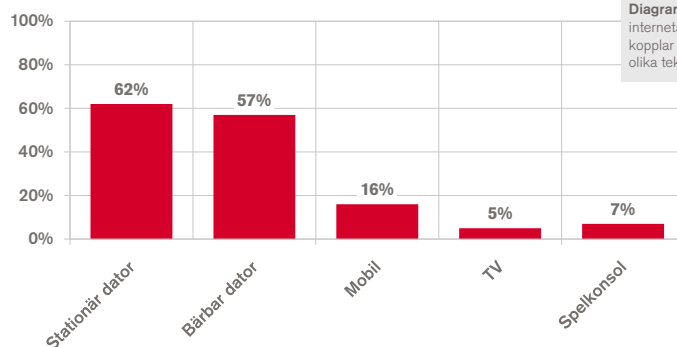


Diagram 1:3 Andel av internetanvändarna som kopplar upp sig på Internet via olika tekniska apparater

Hur mycket använder man Internet i olika åldrar 2010?

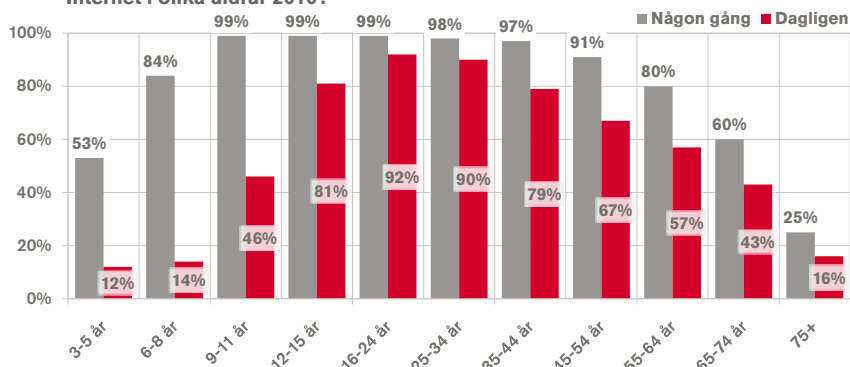


Diagram 1:4 Andel av olika åldersgrupper som använder Internet någon gång och dagligen

Vad har hänt med den dagliga internetanvändningen mellan 2009 och 2010?

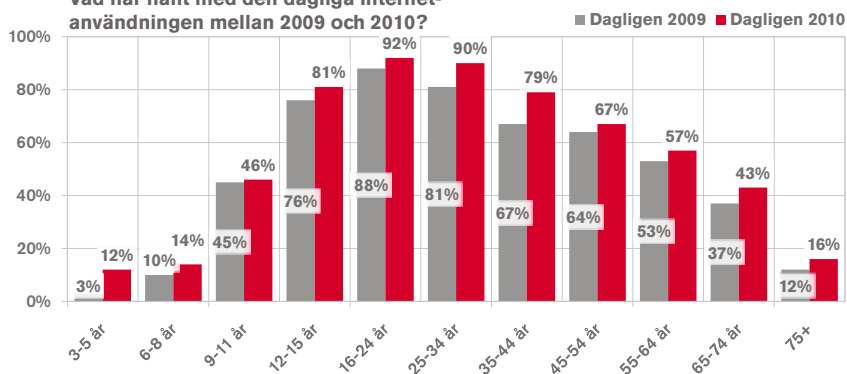


Diagram 1:5 Andel av olika åldersgrupper som använder Internet dagligen år 2009 och 2010.

Skillnaderna är emellertid stora mellan åldersgrupperna. Från tonåren och fram till 35-årsåldern är det dagliga användandet helt dominerande. Bland de yngre barnen är dock användningen inte lika frekvent och inte heller bland de äldre.

Det betyder att användningsfrekvensen har ökat liksom den tid som ägnas åt Internet. För varje år har den tid som användarna spenderar på Internet ökat med ungefär tio procent. Det gäller för alla åldersgrupper. Det gäller för både män och kvinnor. Tillgången till Internet och användningsfrekvensen är ungefär densamma för män och kvinnor, men skillnaden i användningstid från tidigare år består. Män ägnar sig i genomsnitt åt Internet 12,3 timmar i veckan jämfört med 10,2 timmar för kvinnorna. Den skillnaden går att hänföra till en mindre grupp kvinnor som ägnar Internet mycket lite tid och en större grupp unga män som ägnar Internet ganska mycket tid framför allt genom sitt spelande.¹

¹ För en mer fördjupad analys av skillnaderna mellan män och kvinnor se Findahl, O. (2009). Svenskarna och Internet 2009.

Hur många använde Internet dagligen? En jämförelse 2003-2010.

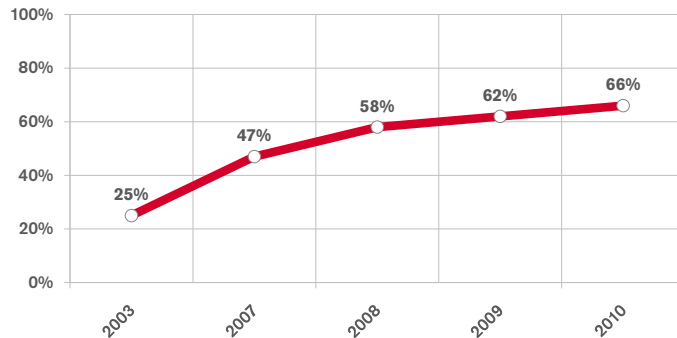


Diagram 1:6 Andel av befolkningen som är dagliga användare av Internet.

Hur lång tid ägnade man sig åt Internet? En jämförelse 2007-2010.

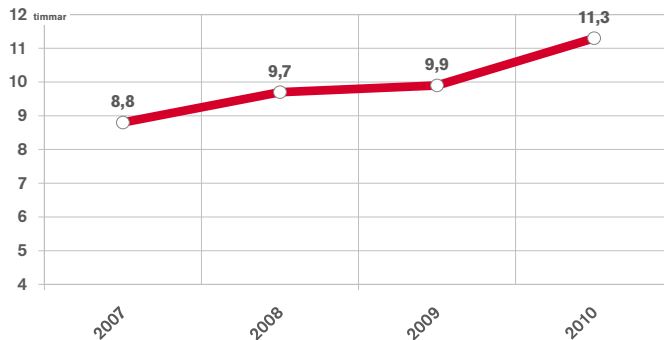


Diagram 1:7 Genomsnittlig tid (tim/vecka) som internetanvändarna ägnar sig åt Internet i hemmet.

Vanligt att kombinera Internet med TV-tittande

Samtidigt som människor ägnar mer tid åt Internet, har emellertid inte annan mediekonsumtion minskat i motsvarande grad. Dagstidningsläsandet har hållit sig ganska konstant liksom TV-tittandet.² I vissa avseenden har tiden som ägnas åt TV till och med ökat. En av flera förklaringar till detta är att många gör andra saker samtidigt som de är online på Internet. TV-tittande är en sådan aktivitet som ofta kombineras med Internet. Hälften av internetanvändarna ser någon gång på TV samtidigt med Internet, och var tredje (32%) gör det dagligen eller några gånger i veckan. Ungdomarna, 14-17 år, är de som oftast gör flera saker, däribland ser på TV, när de är online. Det gäller särskilt flickorna, av vilka en majoritet (69%) säger att de oftast gör andra saker samtidigt som de använder Internet.

Hur ofta gör internetanvändarna andra saker samtidigt?

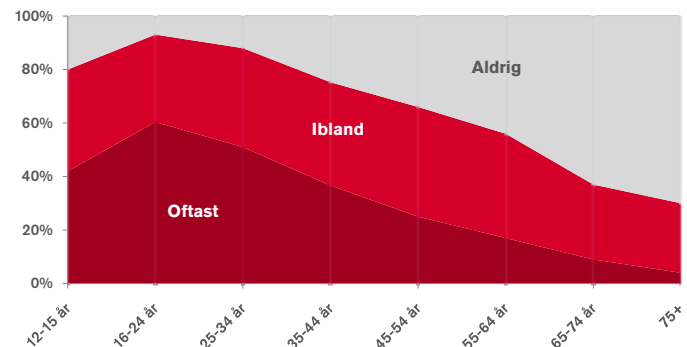


Diagram 1:8 Andel av internetanvändarna i olika åldersgrupper som gör andra saker samtidigt som de är online.

2 Se Mediebarometern 2009 eller Findahl, O (2009). Is the Internet a competitor or a complement to the traditional media. An international comparison.



13-ÅRIG KLARINETTSPELANDE FLICKA | Började använda Internet 2008. Hon är sparsam i sitt användande (3,5 timmar i veckan) men använder Internet dagligen, framför allt för att kommunicera med kamrater (Instant messaging). Någon gång händer det att hon går till en köp/sälj sajt som Blocket, spelar eller kollar en tidtabell. Hon har ingen egen dator men tillgång till familjens stationära dator. Hon är inte med på något socialt nätverk och använder inte Internet någon annanstans. Internet är inte så viktigt för henne privat men för skolarbetet. Hennes främsta intresse är att spela klarinett. Läser böcker och ser en del på TV. Hon kan skapa bokmärken och blockera oinbjudna men är inte så bra eller intresserad av det tekniska, men får hjälp av sina föräldrar några gånger i veckan. Hon lever i en familj på fyra personer. Fadern är 45 år och väktare. Han är daglig användare och började använda Internet 1998. | **MODERNIST**

De som kommer till och de som blir kvar utanför

Som vi sett fortsätter användningen av Internet att förändras och utvecklas. Internet används mer frekvent och lite mer tid läggs, för varje år, ner på användningen. Det kommer också till, efter femton år, en del helt nya användare. Det är sena ”adopters” som efter många års tvekan valt att börja använda Internet. Vilka är det? Samtidigt är det fortfarande en del som ställer sig frågande till den nya tekniken och som inte tycker att Internet är tillräckligt intressant och inte känner något behov att skaffa sig en dator med internetuppkoppling. Vilka är det och vad skiljer dem från de som valt att prova på Internet? Låt oss börja med de nytilkomna. De som börjat använda Internet under de senaste fem åren.

När är de nytilkomna användarna födda?

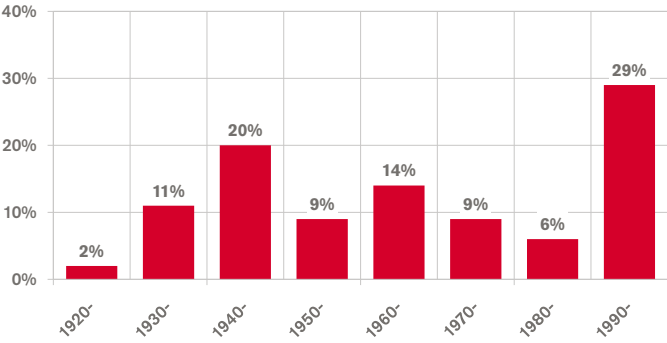


Diagram 1:9 De nytilkomna internetanvändarna fördelade på födelseår.

Varifrån kommer de nya användarna?

Man skulle kunna förvänta sig att de flesta av nybörjarna skulle tillhöra de äldre generationerna eftersom det är där de flesta icke-användarna finns. Så är dock inte fallet. De äldsta

spelar en undanskymd roll bland de nytilkomna. Nybörjare finns i alla åldersgrupper, men det är två åldersgrupper som dominerar. Det är 90- och 40-talisterna. (se diagram 9)

De flesta 90-talister är tonåringar och så gott som alla deras jämnåriga är redan internetanvändare. Redan 2008 använde 94% av dem Internet. Det innebär att trycket är stort att även de resterande procenten skall befinna sig online. Och så har också blivit fallet. Idag använder närmare 99% av ungdomarna Internet. Det innebär också att det inte finns några nya tillskott att vänta från ungdomsgrupperna i framtiden.

40-talisterna befinner sig strax över eller strax under pensionsåldern. Där har funnits och finns fortfarande en stor grupp icke-användare. Ännu fler icke-användare finns bland de ännu äldre, men de nya användarna i framtiden kan i första hand förväntas komma från de som är födda på 40-talet.

Bland de nytilkomna finns det fler kvinnor (57%) än män (43%). Det finns också fler lågutbildade (44%) än i befolkningen som helhet (25%). De flesta är arbetare med yrken som chaufför, snickare, vägarbetare, säljare, undersköterska, förskollärare, köksbiträde, butiksbiträde.

Jämfört med den tidiga majoriteten, som skaffade sig Internet redan under åren 1995-2000, är de sent nytilkomna (Internet under 2006-2010) äldre och de uppvisar en lägre grad av intresse och nyfikenhet för att prova nya tekniska prylar, och nya tjänster. Men deras intresse är större än hos de som fortfarande står utanför och fram till idag har förblivit icke-användare.

	Tycker om att prova nya tekniska prylar	Tycker om att prova nya tjänster	Medelålder Median
Tidig majoritet	50%	32%	40 år
Sent nytilkomna	27%	13%	65 år
Icke-användare	17%	4%	73 år



71-ÅRIG PENSIONÄR FRÅN LANDET | Gift och han arbetade med el under sin yrkesverksamma tid och har idag som främsta intressen jakt och slöjd. Han är med i svenska jägarförbundet. Han betraktar sig inte som särskilt datorkunnig, men kan installera nya saker till datorn. Ganska intresserad av att testa nya tekniska apparater men inte nya tjänster. 2008 började han använda Internet och använder nu Internet dagligen. I hemmet finns både stationär och bärbar dator och ett trådlöst nätverk. Där finns också en e-boks läsare och GPS. Det händer att han använder Internet när han är på resande fot. Men Internet är inte särskilt viktigt för honom. Via Internet tar han del av nyheter och läser tidningar. Han använder e-post och det händer att han handlar och besöker Blocket. Han har en e-legitimation men använder sig inte av någon internetbank. Han är mycket oroad över kreditkortsbedrägerier och över företags och myndigheters möjligheter till internetövervakning. De traditionella medierna upptar en stor del av hans dagliga tid med dagstidning (1,5 timmar), Radio (3 tim) och TV (3 tim). Sedan 2008 har det tillkommit 1 timme om dagen med Internet. |

TRADITIONALIST

Vilka står fortfarande utanför?

År 2009 var det 1,7 miljoner svenskar som inte använde sig av Internet. Ett år senare har en del av dessa skaffat sig en dator med internetuppkoppling men fortfarande är det 1,5 miljoner som inte använder Internet. De flesta icke-användare återfinns bland de äldre, men icke-användarna finns i alla åldersgrupper även bland de yngre. Utmärkande för dem är deras negativa attityd till att prova och testa nya tekniska apparater och tjänster.³

3 För en fördjupad analys av icke-användarna se Findahl, O. (2009). Svenskarna och Internet 2009.

Hur har antalet icke-användare minskat mellan 2009 och 2010?

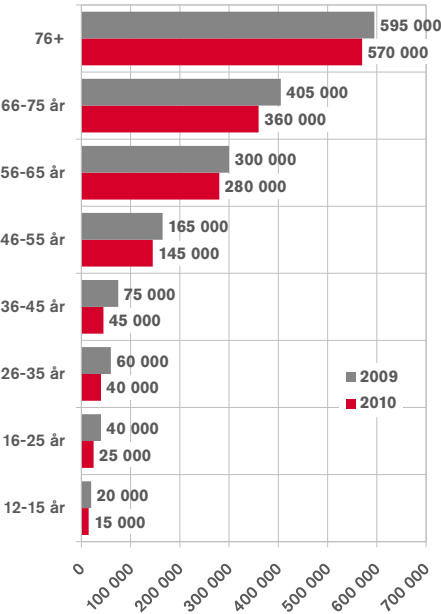


Diagram 1:10 Antal i olika åldrar som inte eller mycket sällan använder Internet.

Hur många använder inte Internet år 2010?

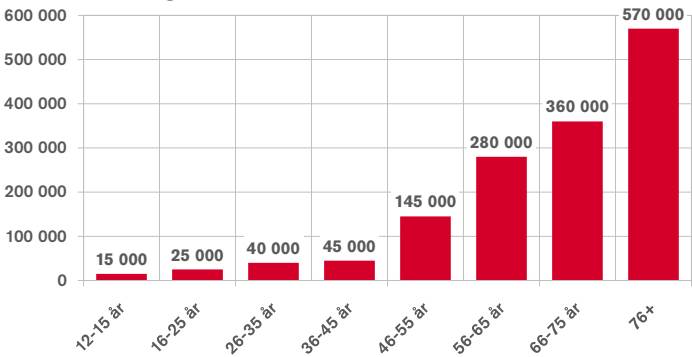


Diagram 1:11 Antal icke-användare i åldersgrupper från 12 år och uppåt.

Statistiken skiljer sig åt – varför?

Varje år publicerar flera olika organisationer internetstatistik som t.ex. SCB (Statistiska centralbyrån)⁴, PTS (Post- och telestyrelsen)⁵, Nordicom⁶, SOM-institutet och .SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur). Siffrorna över tillgång och användning av Internet skiljer sig ofta åt. Det förekommer skillnader i metod men den huvudsakliga orsaken till att uppskattningarna skiljer sig åt är vilket urval av befolkningen man undersökt. Idag har de flesta under 50 år tillgång till Internet i hemmet, medan andelen minskar ju högre upp i åldrarna man kommer. Avgörande är således hur långt upp i åldrarna en undersökning sträcker sig. Ju lägre man sätter den övre åldersgränsen desto högre siffra över internetanvändningen erhåller man. Idag finns det 800 000 svenskar som är äldre än 75 år. SCB⁷ och PTS har satt åldersgränsen uppåt vid 75 år och anger båda att 89 procent av befolkningen har tillgång till Internet i hemmet.

Nordicoms mediebarometer använder 79 år som övre åldersgräns och uppskattar tillgången till 89 procent. I den här undersökningen, "Svenskarna och Internet", har vi ingen övre åldersgräns och anger att 85 procent har tillgång till Internet i hemmet, dvs. betydligt lägre än PTS och SCB.⁸ Det förekommer således åtminstone två siffror i internetstatistiken för att beskriva tillgången till Internet i Sverige: 89 eller 85 procent. Vilken siffra skall man lita på? Ja, räknar vi om vår statistik utifrån åldersintervallet 16-75 år, och således räknar bort de äldsta, får vi fram att 90 procent av dem i åldrarna 16-75 år har tillgång till Internet. Det är samma nivå som SCB och PTS.⁹ Frågan blir då inte vilken undersökning man skall lita på utan vilken bild av verkligheten man är intresserad av. Vill man veta hur tillgången till Internet ser ut i hela befolkningen, eller är det tillgången till Internet sedan man exkluderat 800 000 pensionärer?

	SCB	PTS	Nordicom	.SE	.SE
Åldersurval	16-74 år	16-75 år	12-79 år	16-75 år	16+ år Ingen övre gräns
Tillgång till Internet	89%	89%	89%	90%	85%
Användning av Internet	92%	91%		90%	84%

4 SCB (2010). Privatpersoners användning av datorer och Internet 2009. Statistiska centralbyrån.

5 PTS (2009). Svenskarnas användning av telefoni & Internet 2009. Post och telestyrelsen.

6 Nordicom (2010). Mediebarometern 2009. Nordicom, Göteborgs universitet.

7 SCB genomför också en undersökning (ULF) om internetanvändning bland åldrarna 16-84 år.

8 Datainsamlingarna har gjorts under lite olika tidsperioder: SCB våren 2009, PTS augusti-september 2009, Mediebarometern januari-december 2009, Wii februari-mars 2010.

9 För en mer ingående jämförelse och analys se Findahl (2008). Vad säger internetstatistiken?



Sverige i världen

Under senare år har Sverige, tillsammans med de andra nordiska länderna, befunnit sig långt fram när det gäller spridningen av Internet. Hur ser situationen ut idag? Hur står sig Sverige i jämförelse med andra länder, både vad det gäller spridningen och användningen av Internet i befolkningen och i ett bredare samhällsligt perspektiv?

Svaret är att Sverige fortfarande intar en tätposition och, beroende på vilket åldersintervall man grundar beräkningen på, är det 91% (de äldsta över 75 räknas inte med) eller 85% (alla är inkluderade) av befolkningen som är internetanvändare. Nederländerna och de övriga nordiska länderna följer tätt efter. Sedan är det ett hopp

Hur många internetanvändare finns det i olika länder?

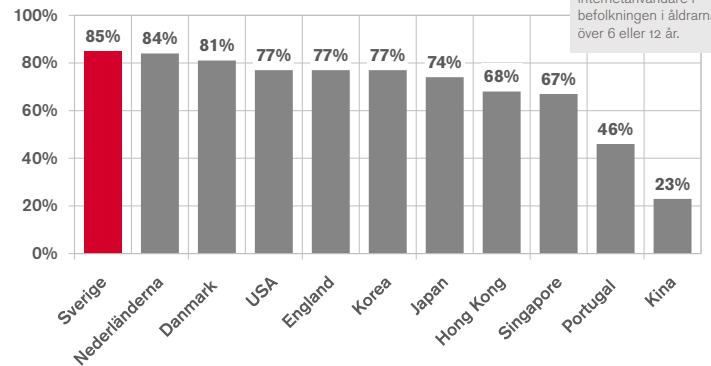


Diagram 2:1 Andel internetanvändare i befolkningen i åldrarna över 6 eller 12 år.

Hur vanligt är det med Internet i olika åldersgrupper?

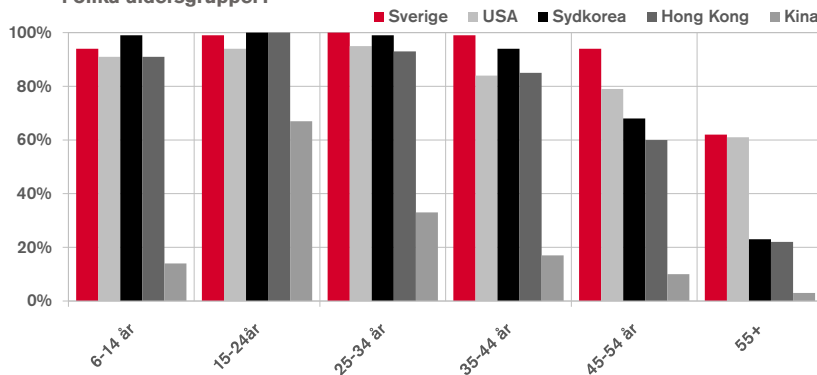


Diagram 2:2 Andel internetanvändare i olika åldersgrupper i fem olika länder.

till USA och ytterligare ett hopp till de asiatiska tigerekonomierna. I många länder i Syd- och Östeuropa, här representerat av Portugal, är det ungefär hälften av befolkningen som använder Internet. Utvecklingsländerna uppvisar betydligt lägre ensiffriga tal, medan ett land som Kina befinner sig på stark frammarsch. Procentuellt ligger man på en internetpenetration på 23%. Men omräknat i absoluta tal motsvarar det 298 miljoner kineser.¹

Ser vi närmare på spridningen i olika

¹ Statistikkällor: APIRA (2010). Internet in Asia Pacific Region. A comparative Report 2009; 2010 USC Anneberg Digital Future Study; World Internet Project. International Report 2010; Pew Internet Project 2010; EU Barometer statistics 2010.

åldersgrupper kan vi se att likheterna är stora mellan de mest utvecklade länderna när det gäller förekomsten av Internet bland de yngre. Nästan alla unga använder Internet. Däremot är skillnaderna stora mellan länderna om vi ser till de äldre. Det är bara i länder som Sverige och USA där det är någorlunda vanligt med Internet bland pensionärerna. I de mest utvecklade asiatiska länderna har Internet ännu inte riktigt spridit sig till de äldre.

Sverige har också idag en bra bredbandstäckning, helt i paritet med Hong Kong och Sydkorea. 97% av internetanvändarna i Sverige har en bredbandsuppkoppling.

	Korea	Sverige	Hong Kong	USA
Andel av internetanvändarna med bredbandsuppkoppling	98%	97%	85%	80%

Även användningstiden har ökat i Sverige och uppgår i genomsnitt till 15,5 timmar i veckan om man räknar ihop internettid både i hemmet och på arbetet. Internetanvändarna i USA spenderar mest tid på Internet .

Däremot har några av de asiatiska länderna kommit längre i att använda mobiltelefonen för Internet. Tidigare i Japan och nu också i Korea har mobilen utvecklats till ett viktigt medel att nå ut på Internet. Här har Sverige och andra västerländska länder inte lyckats på samma sätt, även om nya telefoner och ny prissättning medfört förändringar under det senaste året.

Hur många timmar i veckan är man på Internet?

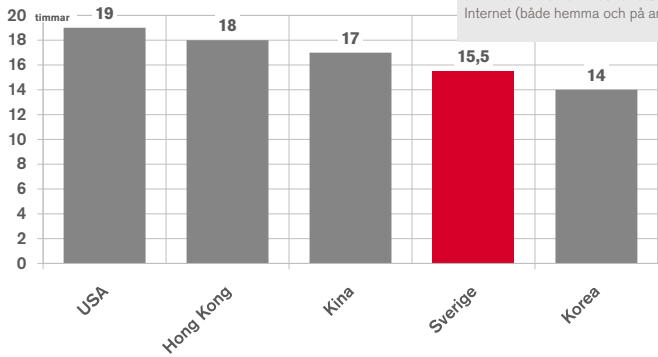


Diagram 2:3 Tid (tim/vecka) som användarna i olika länder är ute på Internet (både hemma och på arbete).

Hur många använder mobilen för att nå Internet?

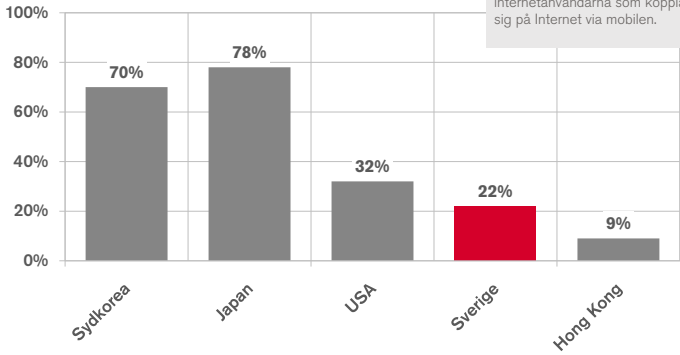


Diagram 2:4 Andel av internetanvändarna som kopplar upp sig på Internet via mobilen.

"Ett index grundar sig vanligen på en lång rad olika faktorer som slås ihop till ett enda sammanfattande värde"

ICT Development Index sammanställs av ITU, International Telecommunication Union, som är ett FN-organ och en ledande statistikinsamlare av både enkel statistik och indikatorer. ITU publicerade tidigare två index; Digital opportunity index och ICT opportunity index, men räknar nu fram ett IDI, ett ICT Development index. Det består av tre delar där den första gäller ICT tillgång (mobil, dator m.m.), den andra ICT användning (Internet, bredband, mobilt) och den tredje ICT färdigheter (utbildningsnivå m.m.). Inriktningen av arbetet beslutas vid internationella toppmöten (the World Summit on the Information Society). Sverige intar första platsen i senaste beräkningen av ett hundratal länders IDI-index.² De flesta data är från 2008. ITU räknar också ut hur dyrt det är att använda ICT (fast telefon, mobil, bredband) i olika länder och resultatet sammanställs i en "ICT priskorg". Sverige hamnar här på 14 plats efter Macao, Hong Kong, Singapore, USA, Danmark, Norge, UK, Kanada, Finland.

² ITU (2010). Measuring the Information Society 2010. International Telecommunication Union (ITU); ITU (2010). Core ICT Indicators 2010. International Telecommunication Union (ITU).

Sverige i topp på tre index

Många av de internationella organisationerna nöjer sig dock inte med en enkel statistik över internetanvändare i olika länder utan de försöker ge en bredare bild av världens länder där man inkluderar inte bara ny teknologi utan också ekonomi, utbildning, forskning, politik m.m. Avsikten är att beskriva olika länders beredskap och förutsättningar för en utveckling av ny teknologi och därigenom ett lands möjligheter att bli ett framgångsrikt informations-teknologiskt land. Syftet är att ”mäta” informationssamhället.

Ett index grundar sig vanligen på en lång rad olika faktorer som slås ihop till ett enda sammanfattande värde. Frågan gäller vilka faktorer som skall räknas in och om några faktorer skall betraktas viktigare än andra. I de flesta fall förändras indexen över tiden; nya faktorer kommer till och andra tas bort, vikterna görs om etc. Det gäller också de senaste beräkningarna.

Det positiva med indexen är att man insett att det inte räcker bara med teknik och infrastruktur för att skapa goda förutsättningar för utvecklingen av informationsteknologin. Det behövs en politisk, kulturell och social miljö för att ge människor en optimal miljö. Därför har också de flesta index ändrats och korrigerats över tiden.

2010 har Sverige placerats i topp på tre tunga index. Ett är FN:s och ITU:s ”ICT Development Index” som räknar ut ett kombinerat mått på internettillgång, användning och färdigheter. Man räknar också ut kostnaderna för internetanvändarna i varje land och lägger dessa i en priskorg.

Sverige tillhör inte de billigaste länderna utan hamnar här på fjortonde plats, men på första plats på indexet.

Sverige hamnar även överst på ”Digital Economy Rankings”. Där bedöms de affärsmässiga, rättsliga, politiska och sociala förhållanden som är relevanta för utvecklingen av informationsteknologin i ett land. Första plats har Sverige också getts av World Economic Forum som räknar ut sitt ”Network Readiness”.

ICT Development Index		Network Readiness Index		Digital Economy Rankings	
1	Sverige	1	Sverige	1	Sverige
3	Korea	2	Singapore	2	Danmark
4	Danmark	3	Danmark	3	USA
5	Nederländerna	5	USA	4	Finland
8	Japan	6	Finland	5	Nederländerna
9	Norge	7	Kanada	6	Norge
10	Hong Kong	8	Hong Kong	7	Hong Kong
11	UK	9	Nederländerna	8	Singapore
12	Finland	10	Norge	9	Australien
13	Tyskland	13	UK	11	Kanada
14	Singapore	14	Tyskland	13	Korea
15	Australien	15	Korea	14	UK
18	Frankrike	16	Australien	15	Japan
19	USA	18	Frankrike	18	Tyskland
21	Kanada	21	Japan	20	Frankrike

Not. Samma länder finns rangordnade i alla tre index, för att underlätta jämförelser. Det innebär att några länder har plockats bort och några siffror är överhoppade i tabellen.

Digital Economy Rankings. Räknas årligen fram av the Economist Intelligence Unit. Här inkluderas affärsmässiga, rättsliga, politiska och sociala förhållanden. Utgångspunkten är att det krävs en väletablerad infrastruktur och goda sociala och ekonomiska förhållanden för att utveckling och spridning av informationsteknologin skall äga rum. Detta är ett av de mest omfattande indexen och hette tidigare e-readiness index. Rangordningen grundar sig på en viktad sammanslagning av mer än 100 faktorer indelade i sex kategorier i 69 länder. Man samarbetar med IBM Institute for Business Value. I toppen på denna rankinglista har Danmark, USA och Sverige befunnit sig de senaste åren. 2009 placerades Sverige på andra plats för att flyttas upp ett steg 2010, till första platsen.³

Network readiness index, eller Global IT readiness index som det hette tidigare, sammanställs av World Economic Forum och här premieras den IT-miljö som landet erbjuder och den beredskap som samhället (individer, företag och regering) har till att utnyttja och använda IT. Själva användningen ingår också som en indikator. Bakom dessa beräkningar ligger ett omfattande arbete och varje land bedöms efter ett femtiotal variabler. Sverige har även här placerats på första plats. Ett steg upp från andra platsen 2008-2009.⁴

3 Economist Intelligence Unit (2010). Digital Economy Rankings 2010. Beyond e-readiness. A Report from the Economist Intelligence Unit.

4 WEF (2010). The Global Information Technology Report 2009-2010. World Economic Forum (WEF).



**Att växa upp
med Internet**

Idag växer den verkliga internetgenerationen upp. De som från att de börjar gå är omgivna av datorer och Internet. Under de senaste femton åren har nybörjaråldern, mätt som 50 procent användare i en åldersgrupp, sjunkit med ett år för varje år som gått. År 2000 började man bekanta sig med Internet i de tidiga tonåren och vid 13 års ålder hade hälften av dem provat Internet. 2004, fyra år senare, hade hälften av 9-åringarna börjat använda Internet åtminstone ibland. Ytterligare fyra år senare, år 2008, låg 50-procentsnivån vid fem år och förra året, 2009, låg nivån på 4,2 år.¹ Under det senaste året har denna utveckling mot en allt yngre nybörjarålder stannat upp. Nivån, när hälften av en årskull börjat använda Internet ligger 2010 på 3,9 år. Även om Internet kommer att krypa ännu längre ner i åldrarna i framtiden börjar spridningen neråt att nå sin naturliga slutpunkt.

Även om många förskolebarn idag har tillgång till Internet är deras användning fortfarande begränsad fram tills de börjar skolan. Men det pågår hela tiden förändringar och användningen ökar. Jämför vi 2010 med 2009 kan vi se att det inte bara är nybörjaråldern som ändrats utan även hur många som använder Internet i varje åldersgrupp. Förra året var det bara någon enstaka procent av barnen som använde Internet dagligen. Idag är det över tio procent.

¹ Se Findahl (2010). Unga svenskar och Internet 2009.

När började hälften av en åldersgrupp att använda Internet?

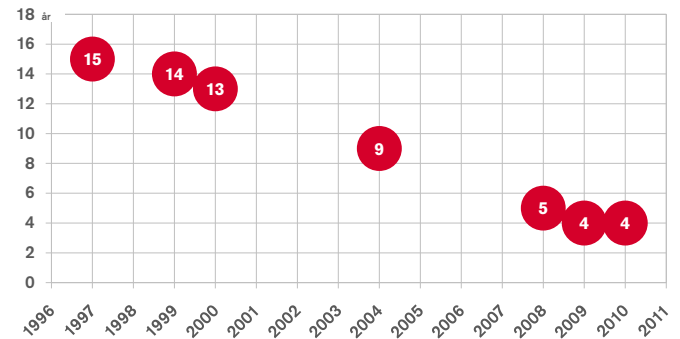


Diagram 3:1 Ålder då 50% av en åldersgrupp börjat använda Internet

Fler förskolebarn använder Internet
2010 jämfört med 2009

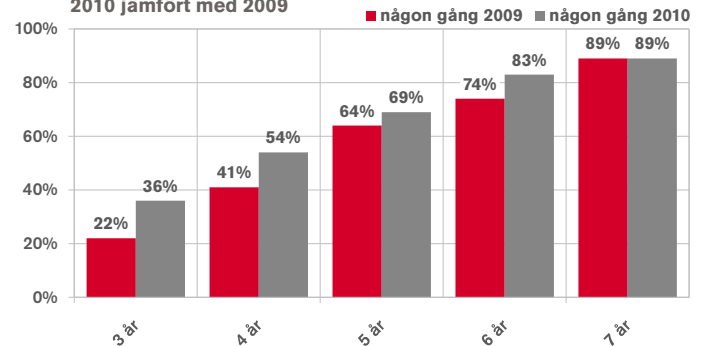


Diagram 3:2 Andel av förskolebarnen i olika åldrar som någon gång använder Internet 2009 respektive 2010.

Fler förskolebarn har börjat använda Internet dagligen

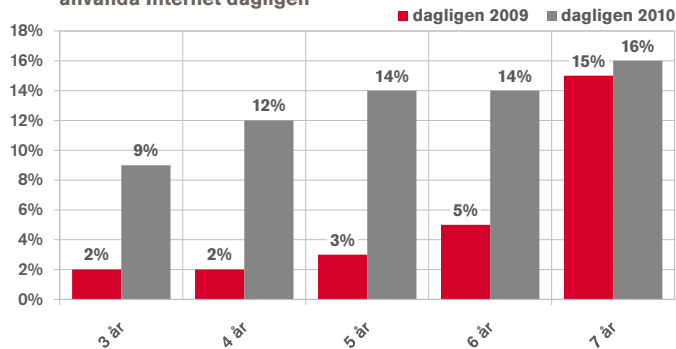


Diagram 3:3 Andel av förskolebarnen i olika åldrar som använder Internet dagligen.

Hur vanligt är det att man använder Internet för att spela?

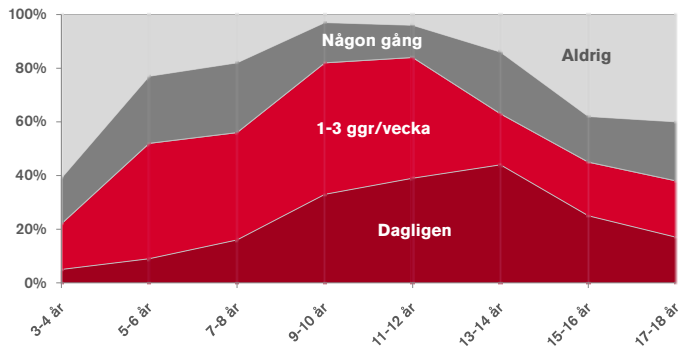


Diagram 3:4 Andel och frekvens av internetspelande i olika åldrar.

Först spel och video, sedan också chatt, sociala nätverk, e-post och faktainformation

Under förskoleåren, mellan 3 och 6 år, utspelar sig den första fasen i barns internetanvändande. Video och enkla spel är det som dominerar. Spelandet och videotittandet fortsätter upp i tonåren, men när barnen börjar skolan och lär sig läsa och skriva öppnar sig Internet och erbjuder en mängd nya möjligheter.² I tidigare undersökningar har föräldrarna fått ange de aktiviteter som dominerat deras barns användning av Internet. I årets undersökning har föräldrarna fått en rad fasta alternativ att kryssa för, vilket nu ger oss möjligheten att mer i detalj analysera i vilken ålder som en viss medieaktivitet börjar användas och hur dess popularitet sedan förändras med stigande ålder.

² Se Findahl (2010), Unga svenskar och Internet.

Hur vanligt är det att man använder Internet för att se på video?

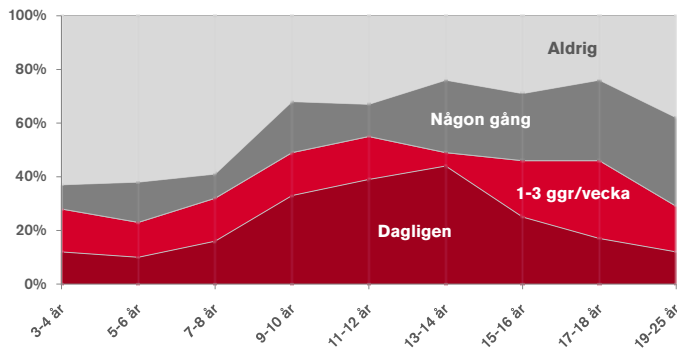


Diagram 3:5 Andel och frekvens av videotittande på Internet i olika åldrar.

15-ÅRIG SPELANDE DATORINTRESSERAD POJKE | Är uppkopplad 6 timmar om dagen. Han började använda Internet när han var 9 år. Hans främsta intresse är datorer. Dagligen "messar" han med kompisar, kollar nyheter, läser bloggar, ladda ner och lyssnar på musik och spelar.

Någon eller några gånger i veckan skickar han e-post, läser tidning och besöker communities. Det händer ofta att han tycker att han tillbringar alltför mycket tid med Internet. Han har en egen stationär dator och tycker om att testa nya tekniska apparater och prylar. Ibland använder han Internet hos vänner. Internet är mycket viktigt för hans privatliv men varken/eller för skolan. Det händer några gånger i månaden att han lägger upp bilder, musik och videoklipp på Internet, söker fakta och letar något för skolarbetet. Det händer att han "geotaggar" saker han publicerar. Han ser på TV och lyssnar på musik och tillbringar mycket tid med både familj och vänner. Fadern är 46 år, försäljningschef som började använda Internet 1998 och nu använder Internet dagligen både hemma och på jobbet. Han har ett äldre syskon. | **AVANCERAD ENTUSIAST**

Spelandet och videotittandet på Internet som finns med under den första fasen ökar bland barnen under skolåren. Det gäller särskilt den dagliga användningen som inte är så utbredd under förskoleåren. Videotittandet har sin topp i sena tonåren medan spelandet tycks ha en topp tidigare, vid 11-12 år. Det beror huvudsakligen på att flickorna till en del överger spelandet i tonåren för att istället intressera sig mer för bloggar och sociala nätverk.

Andra aktiviteter som att söka faktainformation, chatta (huvudsakligen Instant messaging), skicka e-post och delta i sociala nätverk kräver en skriv- och läskunnighet. Det är således aktiviteter som skolbarnen tillägnar sig under andra fasen när de är 7 till 10 år. Snabbast sprider sig upptäckten att Internet kan användas till att söka faktainformation. Vid 7-8 årsåldern är det 10 procent som ägnar sig att söka faktainformation. Några år senare (9-10 år) är det 50 procent och ytterligare fem år senare ägnar sig nära 100 procent åt detta. Ätminstone ibland.

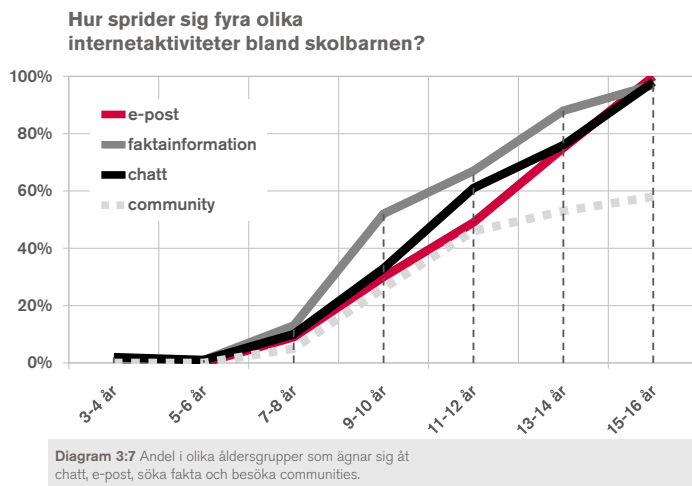
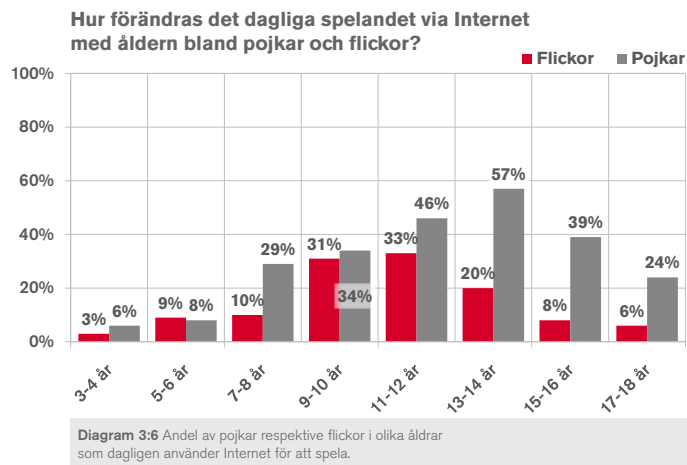
Att använda Internet för e-post sprider sig inte lika snabbt. Den andra fasen (7-10 år) räcker inte till utan först under den tredje fasen (11-14 år) är det 50 procent som använder e-posten. Under den fjärde fasen (15-18 år) har

e-posten nått alla. En liknande utveckling har chattandet, dvs. kommunicerandet via instant messaging.

Det tar således idag omkring åtta år för dessa aktiviteter att sprida sig bland skolbarnen. Det är aktiviteter som sedan kommer att ingå i deras vardagsanvändande av Internet.

Detta visar på stora skillnader mellan skolbarnen. Det är inte så att alla barn vid en viss ålder lär sig att skicka e-post, som de en gång lärde sig gå vid ungefär samma ålder. Redan vid 7-8 års ålder har en del börjat chatta med kompisar, leta efter faktainformation och skicka e-post. För andra dröjer det upp till tonåren innan de börjar använda Internet för sådana aktiviteter. Vad vi kan förvänta oss i framtiden är att dessa spridningskurvor kommer att bli brantare och att majoriteten av skolbarnen kommer att lära sig använda Internet på ett mer varierat sätt vid en tidigare ålder.

Det sociala nätverkandet följer en lite annorlunda utvecklingslinje. Spridningen ser liknande ut till en början. Vid åtta års ålder börjar en mindre grupp (ungefär 8 procent) att besöka sociala nätverk. Vid 11-12 år har denna grupp vuxit till 50 procent. Sedan avtar spridningshastigheten och når sin topp först i tjugoårsåldern.





e-handel

Oron för kreditkortsbedrägerier minskar men finns kvar bland de äldre	24
Lika mycket produktinformation och prisjämförelser som handel	24
En tredjedel av befolkningen betalar inte sina räkningar online	26

E-handeln har stadigt ökat sedan millennieskiftet men under de senaste åren har ökningen stannat av. Enligt Handels utredningsinstitut (HUI) är omsättningen år 2010 24 miljarder jämfört med 21 miljarder 2008. Det motsvarar ungefär 4,5% av detaljhandels omsättning.¹

Nästan alla i åldrarna 16 till 55 år har handlat via nätet. Däremot är det inte lika vanligt bland de äldre. Det innebär att bland internetanvändarna 18 år och uppåt är det 81% som e-handlar, men utslaget på hela befolkningen är motsvarande siffra 68%. Sålunda är det en tredjedel av befolkningen över 12 år, 2,7 miljoner, som inte handlar via nätet.

Att handla online är för de flesta inte något man gör varje dag eller vecka utan något man gör någon gång i månaden eller mer sällan. 32% av internetanvändarna handlar minst någon gång i månaden över nätet och 47% gör det mer sällan. Skillnaderna är små mellan män och kvinnor och mellan människor med olika inkomst.

E-handels utveckling år 2000 - 2010

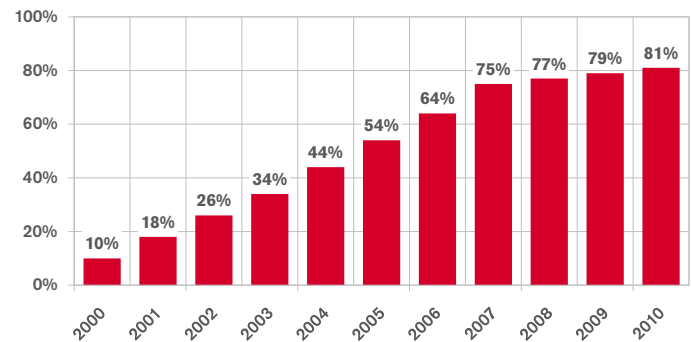


Diagram 4:1 Andel av internetanvändarna (18+) som har handlat via nätet

Hur många i olika åldersgrupper handlar online?

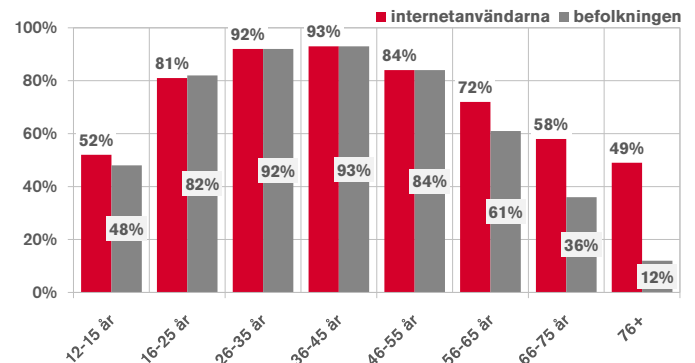


Diagram 4:2 Andel av olika åldersgrupper bland internetanvändarna respektive hela befolkningen som handlar via Internet.

¹ HUI (Handels utredningsinstitut), 3 september 2010.

Minskad oro för kreditkortsbedrägerier år 2000-2010.

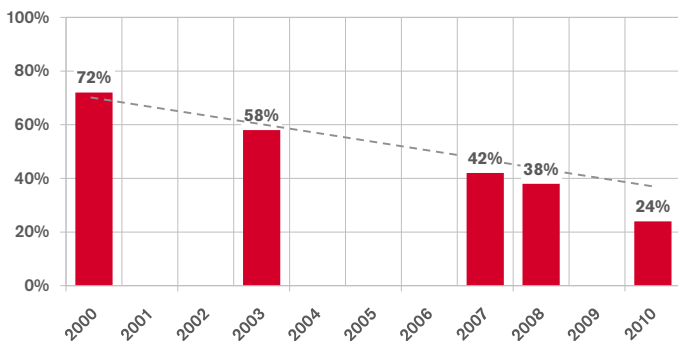


Diagram 4:3 Andel av befolkningen som säger sig vara mycket eller ganska mycket oroad av kreditkortsbedrägerier.

Hur många oroar sig för kreditkortsbedrägerier 2010?

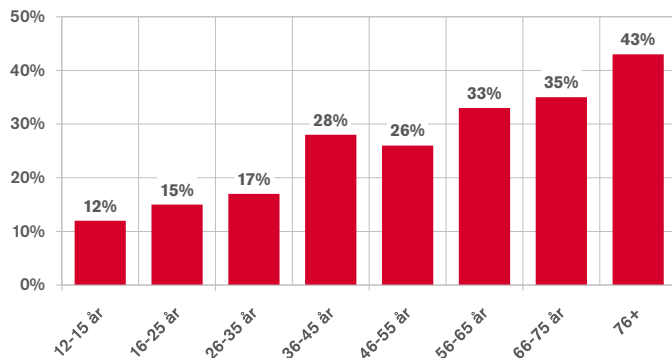


Diagram 4:4 Andel av olika åldersgrupper som är mycket eller ganska mycket oroad över kreditkortsbedrägerier.

Internet är både en köp- och säljkanal och en faktabank med information om varor och tjänster.

Oron för kreditkortsbedrägerier minskar men finns kvar bland de äldre

För tio år sedan fanns det en utbredd misstro mot Internets betalningssystem. De flesta litade inte på att säkerheten var tillräcklig och ville inte uppge sitt kreditkortsnummer. Idag har den oron minskat avsevärt från 72% oroad år 2000 till 24% oroad 2010. Skillnaderna är emellertid stora mellan generationerna. Oron är minst bland de unga (12-15%) och störst bland de äldre (35-43%), vilket också återspeglas i deras e-handlande.

Lika mycket produktinformation och prisjämförelser som handel

Internet är både en köp- och säljkanal och en faktabank med information om varor och tjänster. Denna möjlighet att skaffa sig information om olika produkter är något som nästan alla användare av Internet utnyttjar, från de yngsta till de äldsta. 87% av användarna utnyttjar denna möjlighet.² Att göra direkta prisjämförelser är också förhållandevis vanligt (70%). Här är det männen som är mest aktiva.³

2 Det innebär att 74% av befolkningen är online för att söka produktinformation. En internationellt mycket hög siffra (jmf 58% i USA. Pew 2010.)

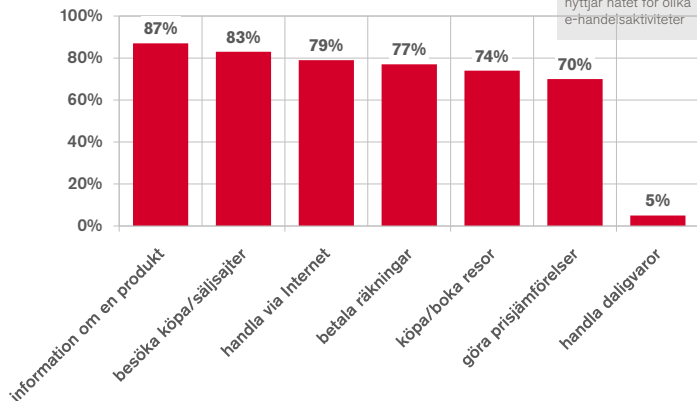
3 Skillnaden är statistiskt signifikant, $\chi^2=74$, $p \leq 0,001$



SJUNGANDE 30-ÅRIG DATAKONSULT | Ensamstående kvinna som handlar en eller flera gånger i veckan över nätet. På arbetet sitter hon 8 timmar om dagen uppkopplad till Internet och drygt 1 timme om dagen hemma. Där är hon uppkopplad till Internet både via stationär dator, mobil och TV. Flera gånger om dagen besöker hon sina sociala nätverk, gör statusuppdateringar och kommenterar vad andra har skrivit. Hon använder Internet både för underhållning och information och anger att Internet är mycket viktigt för henne både privat och i arbetet. Hon bekymrar sig över säkerheten på Internet och oroar sig över företagets möjligheter till övervakning. Räkningarna betalar hon över Internet och e-handlar ofta, men besöker inte köp- och sälj-webbplatser som Blocket och Tradera. Kost, träning och att sjunga är hennes främsta intressen. Hon är med i en musikförening. | **AVANCERAD ENTUSIAST**

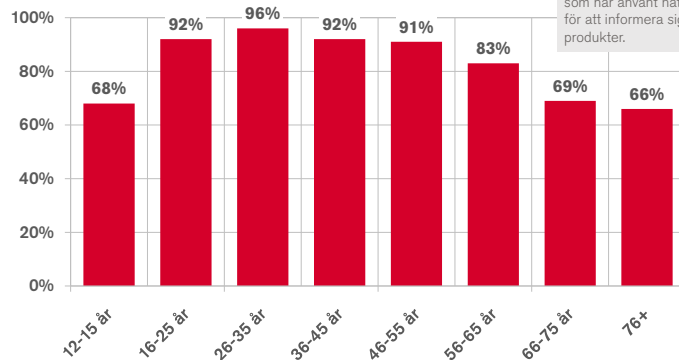
Hur vanligt är det att använda Internet för olika aspekter av e-handel?

Diagram 4:5 Andel av internetanvändarna som nyttjar nätet för olika e-handelsaktiviteter



Hur många i olika åldersgrupper använder nätet för produktinformation?

Diagram 4:6 Andel av olika åldersgrupper av internetanvändare som har använt nätet för att informera sig om produkter.



Männen är också aktivast att besöka allmänna köp- och säljsajter som Blocket och Tradera (83%). Däremot finns det inga skillnader mellan män och kvinnor när det gäller att handla via nätet, betala räkningar eller köpa resor online. Lika ovanligt är det också både bland män och bland kvinnor att handla dagligvaror via Internet.

Däremot spelar internetanvändarnas utbildningsbakgrund in, så att de högutbildade är mer aktiva på nätet att skaffa sig information om produkter, betala räkningar och köpa/boka resor, även när man konstanthåller ålder.⁴ 80% av de högutbildade med högskoleexamen använder Internet för att göra prisjämförelser, jämfört med 54% av de lågutbildade med bara grundskola bakom sig.

Har utbildningsbakgrund någon betydelse för om man använder Internet för prisjämförelser?

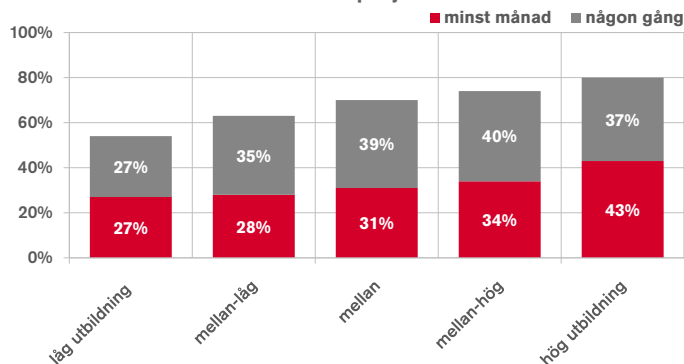


Diagram 4:7 Andel av internetanvändarna med olika grad av utbildning som gör prisjämförelser på nätet.

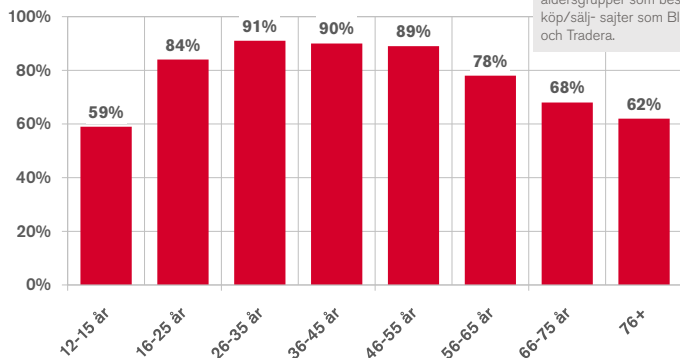
4 Signifikanta skillnader $\chi^2 = 28, 125, \text{ och } 45, p < 0,001$



PENSIONERAD DIPLOMAT MED INTRESSE FÖR ANTIKVITETER | 73-årig man som använder Internet flera gånger om dagen. Han är inte särskilt intresserad av att testa nya tekniska prylar eller tjänster men betraktar sig som ganska datakunnig. Han ser på TV och läser sin dagtidning. Dessa traditionella medier är också hans främsta informations- och kunskapskällor. Internet är i detta avseende inte särskilt viktigt för honom. För fem år sedan började han använda Internet och är nu ute på nätet tre timmar dagligen. Hans stora intresse är antikviteter och han är också med i en samlarforening. Flera gånger om dagen besöker han köp och sälj webbplatser som Blocket och Tradera. Flera gånger om dagen använder han också e-posten och besöker webbsidor som rör hans hobby och stora intresse. Han är inte alls oroad för bedrägerier när det gäller betalningar över nätet. Han handlar via Internet någon eller några gånger i veckan och besöker sin internetbank regelbundet. Internet har medfört ökade kontakter inte bara med andra som delar hans hobby utan också med hans familj. | **ENTUSIASTISK TRADITIONALIST**

Hur vanligt är det att besöka köp/sälj-sajter som Blocket och Tradera?

Diagram 4:8 Andel av internetanvändare i olika åldersgrupper som besöker köp/sälj-sajter som Blocket och Tradera.



En tredjedel av befolkningen betalar inte sina räkningar online

Alla måste betala sina räkningar, åtminstone någon gång per månad, och många gör det idag via Internet. 77% av internetanvändarna gör det, vilket motsvarar 64% av befolkningen. Återstoden, en tredjedel av befolkningen, betalar således sina räkningar på andra sätt. Det gäller framför allt de äldre där en majoritet (84%) inte betalar räkningar online.

Hur många i olika åldersgrupper betalar sina räkningar online?

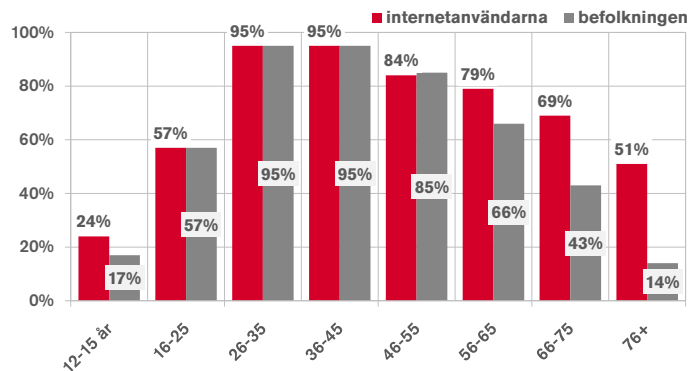


Diagram 4:9 Andel i olika åldersgrupper bland internetanvändare respektive hela befolkningen som betalar sina räkningar via Internet





Hälsa och vård på Internet

Vart går man på Internet för att informera sig?	29	Vårdpersonal är de flitigaste användarna av Internet	31
Alla internetanvändare oberoende av ålder söker efter hälsoinformation	30	Kvinnor mer intresserade än män	31
De mest aktiva internetanvändarna (16 – 45 år) är mest aktiva att söka hälsoinformation	30	Välutbildade mer aktiva än lågutbildade	31
		Skilnaderna i befolkningen är större än bland internetanvändarna.	31
		Hur viktiga är olika källor för information om medicinska problem?	32

Internet har medfört en revolution när det gäller att göra information och kunskap tillgänglig för alla med en internetuppkoppling. Några knapptryck bort finns en oöverskådlig mängd av information inom alla olika slags ämnesområden. Ett sådant område är vård och hälsa. Ett område relevant för de flesta under livets olika skeden. Där finns allt från expertkommentarer och vårdguider till personliga bloggar och läkemedelsreklam. De traditionella informationskällorna har dock inte blivit utkonkurrerade. Internet har blivit ett komplement som utnyttjas framför allt av de högt utbildade.

Lite drygt hälften av befolkningen använder idag Internet för att, åtminstone ibland, söka på Internet efter information om hälsa och medicinska frågor. Det är en ökning från 15 procent år 2000 till 55 procent år 2010, dvs. en ökning på ungefär fem procent för varje år som gått. Det placerar Sverige idag högt internationellt. I USA är det 61% av befolkningen som informerar sig om hälsa online.¹

Ser vi enbart till internetanvändarna är det 65% som informerar sig om hälsa och medicin via Internet. Men som vi kan se i diagram 1 är sökandet efter hälsoinformation ingen vardagsaktivitet för de flesta. Det är något man gör någon gång ibland. Det mer regelbundna aktiva sökandet några gånger i veckan eller dagligen rör 10 procent av internetanvändarna och det är en nivå som inte ändrats över de sista åren. Här återfinns framför allt de som arbetar

inom vården. Det är läkare och sjuksköterskor som i sitt arbete är de mest aktiva användarna av Internet för att söka efter hälsoinformation.

Allt fler internetanvändare söker efter information om hälsa och medicin

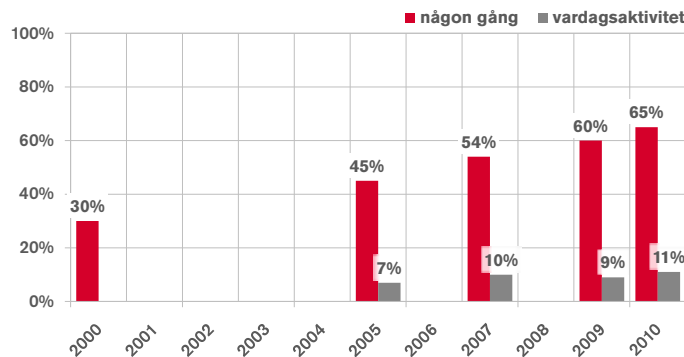


Diagram 5:1 Andel av internetanvändarna (18+) som under olika år använt Internet för hälso- och medicinsk information någon gång respektive som vardagsaktivitet (dagligen el 1-3 ggr/vecka)

Vart går man på Internet för att informera sig?

I takt med att allt fler börjat använda sig av Internet för att söka kunskap och information har också antalet webbplatser blivit fler. Där finns "1177", en webbplats med råd om vård, tillkommit på initiativ av landstingen.² Där finns en lång rad

1 Pew (2009). The social life of Health information.

2 1177 drivs av företaget Inera, som är landstingens och regionernas gemensamma bolag.

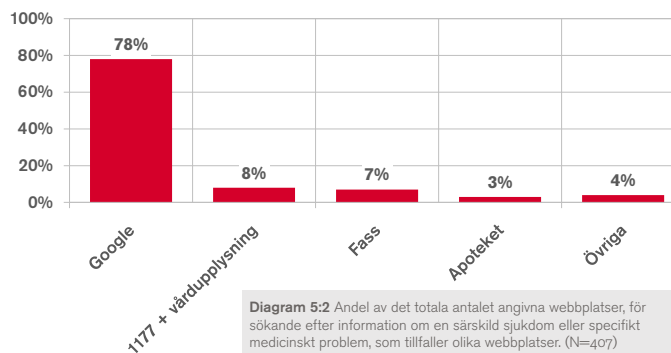
”fråga doktorn” – sidor, varav en del är reklamfinansierade och andra sådana man betalar för. Där finns också de sociala nätverken och bloggarna där hälsofrågor ofta behandlas. Vart går man då för att hitta information om en särskild sjukdom eller ett medicinskt problem? Ja, 8 av 10 går till Google och skriver in ett ord eller en kombination av två ord i sin sökning.³ Svaret man får är en blandning av annonser och webbplatser som många andra tidigare besökt. Där ingår ofta debattsidor och bloggar. Bland direktadresserna är det Landstingens vårdupplysning och läkemedelskatalogen FASS som används mest. Förutom 1177, som erbjuder råd om vård på telefon och webb, räknas här också in vårdguiden i Stockholms län och regionala sjukvårdsupplysningar. I gruppen ”övriga” döljer sig wikipedia och ”fråga doktorn” sidor. Endast några få anger direkt bloggar och sociala nätverk. Men vid många enkla google-sökningar om hälsoproblem dyker det ofta upp berättelser, råd och kommentarer från andra ”vanliga” människor.

Att Google används av de flesta för att söka hälsovårdsinformation är inget unikt för Sverige. Samma sökmetoder används även i andra länder. Det har medfört att de sökord som används i Google har visat sig vara bra indikatorer på hälsoläget. Så har t.ex. antalet som sökt efter influensarelaterade ämnen visat sig ha ett samband med hur många som faktiskt har influensa.⁴

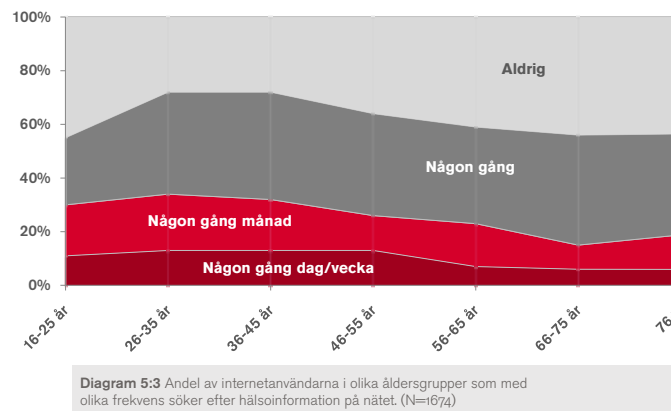
Alla internetanvändare oberoende av ålder söker efter hälsoinformation

Medicinska problem och hälsofrågor dominerar inte det vardagliga användandet av Internet. Men över hälften av de som använder internet söker, åtminstone ibland, efter hälsoinformation. Det gäller både unga och gamla som har tillgång till Internet, och framför allt de mellan 26 och 45 år. Mycket intresserade av hälsoinformation är också de ännu yngre, de mellan 12 och 15 år. 91 procent av dem har sökt på nätet efter svar på frågor om hälsa. Den åldersgruppen har emellertid inte fått övriga frågor om hälsoinformation som ingår i denna undersökning.

Vart går man när man söker efter information om en särskild sjukdom på Internet?



Hur ofta söker internetanvändarna efter hälsoinformation online?



De mest aktiva internetanvändarna (16 – 45 år) är mest aktiva att söka hälsoinformation

Förutom att fråga hur ofta man använder internet för att söka hälso- och medicinsk information, har vi frågat om hur ofta man använder Internet för att söka information om vårdinrättningar t.ex. öppettider och läkemedel. Vi har också frågat om hur ofta man letar efter information om en särskild sjukdom eller specifikt medicinskt problem. Vi kan då se att Internet används av fler för att söka efter praktiska upplysningar om vårdtjänster, öppettider, och läkemedel än

³ Margit Mustonen (2002)

⁴ Se tex. Google flu trends

mer specifika frågor om särskilda sjukdomar och medicinska problem.

Mest aktiva att använda Internet för hälsoinformation är de i åldrarna 16 till 45 år. Från dessa åldersgrupper kommer också de som postar frågor och inlägg om hälsa och medicinska problem på sociala nätverk, diskussionsfora och bloggar. De är inte många procentuellt, bara 4,5 procent av befolkningen, men till antalet rör det sig ändå om 350 000 svenskar som ibland ställer frågor, svarar på frågor och kommenterar hälsofrågor på nätet.

Vårdpersonal är de flitigaste användarna av Internet

De som använder Internet oftast och mest regelbundet för att söka information om medicinska frågor och hälsofrågor är vårdpersonal. Bland de flitigaste användarna hittar vi läkare, sjuksköterskor och undersköterskor. 42 procent av de som arbetar inom sjukvården använder Internet för att söka efter hälsoinformation dagligen eller minst någon gång i veckan. Motsvarande siffra för övriga är 10 procent.

Kvinnor mer intresserade än män

Kvinnor i alla åldrar är genomgående mer intresserade av hälsoinformation än män. 72 procent av kvinnliga internetanvändare söker efter hälsoinformation på nätet jämfört med 55 procent av männen. 34 procent av kvinnorna söker efter hälsoinformation minst någon gång per månad jämfört med 21 procent av männen.⁵

Välutbildade mer aktiva än lågutbildade

Jämför vi personer med olika utbildningsbakgrund framträder tydliga skillnader bland internetanvändarna.⁶ 48 procent av de med grundskola/folkhögskola bakom sig använder Internet för hälsoinformation, jämfört med 60 procent av de med studentexamen och 73 av de med högskolestudier. Ställer vi kraven högre och bara räknar med de som använder Internet för hälsoinformation åtminstone någon eller några gånger i

Hur vanligt är det använda Internet för vårdtjänster respektive medicinska problem?

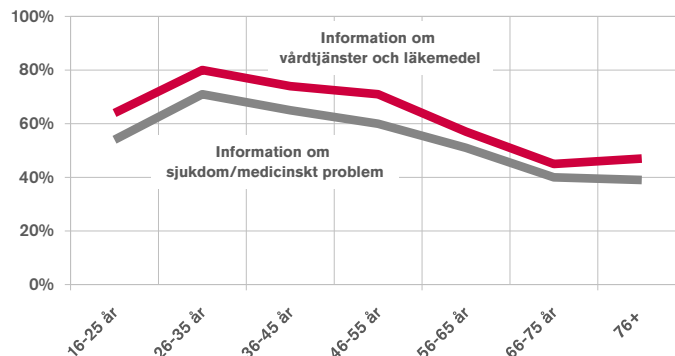


Diagram 5:4 Andel av internetanvändarna i olika åldersgrupper som någon gång använder Internet för vårdtjänster respektive information om specifik sjukdom.

Hur ofta söker kvinnor respektive män efter hälsoinformation på Internet?

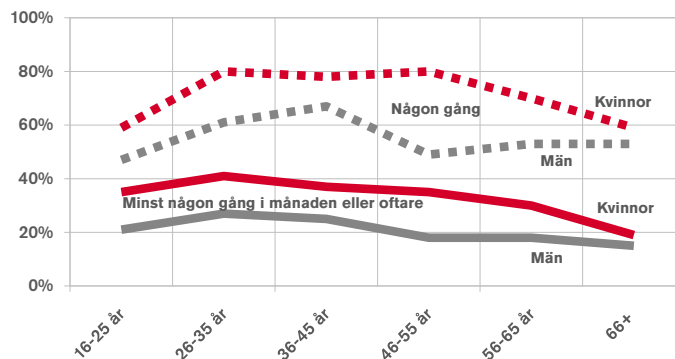


Diagram 5:5 Andel av kvinnliga och manliga internetanvändare som söker efter hälsoinformation online. (N=1936)

månaden blir siffrorna 18%, 26% och 33%, där den högsta siffran står för de högtbildade.

Skillnaderna i befolkningen är större än bland internetanvändarna.

Kön, ålder och utbildning har betydelse för hur Internet används, och det har också betydelse för hur utbredd

⁵ Sambandet är statistiskt signifikant: Chi2 = 7,1, p < 0,001

⁶ Sambandet är statistiskt signifikant: Chi2 = 8,0, p < 0,001

Hur många i befolkningen, med olika utbildning och ålder, söker på Internet efter hälsoinformation?

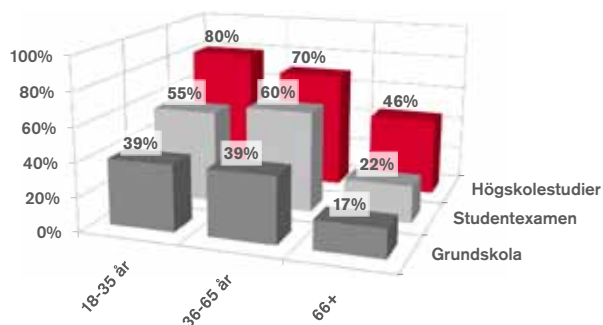


Diagram 5:6 Andel av nio olika åldersgrupper i befolkningen som använder Internet för hälsoinformation. (N=1940)

Hur många av de som använder Internet, med olika utbildning och ålder, söker efter hälsoinformation?

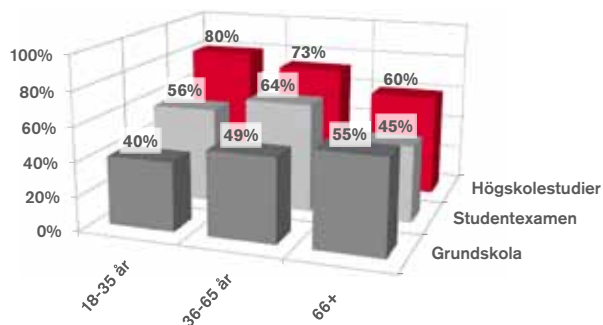


Diagram 5:7 Andel av nio olika åldersgrupper av internetanvändare som använder Internet för hälsoinformation. (N=1656)

användandet av Internet för att söka hälsoinformation är i olika befolkningsgrupper. De yngre använder Internet för hälsoinformation mer än de äldre och de välutbildade mer än de med lägre utbildning. Delar vi in befolkningen efter tre åldersgrupper (unga, medelålders och pensionärer) och efter tre utbildningsnivåer (låg-, mellan och högutbildade) får vi nio grupper. 80 procent av de unga välutbildade använder Internet för att söka hälsoinformation online jämfört med 17 procent av pensionärerna med låg utbildning.

Ser vi istället endast till de som använder Internet finner vi att skillnaderna i sökandet efter hälsoinformation är mycket mindre. De äldre som använder Internet söker efter hälsoinformation lika ofta som yngre, och skillnaderna mellan utbildningsnivåer har i vissa fall försvunnit bland de äldre. Däremot spelar utbildningen roll bland yngre internetanvändare. Det är dubbelt så vanligt att unga högutbildade använder Internet för hälsoinformation jämfört med unga lågutbildade internetanvändare.

Hur viktiga är olika källor för information om medicinska problem?

Internet har först på senare år vuxit fram som mer och mer använd källa för information om hälsa och medicinska frågor. Hur har det påverkat användandet av andra mer traditionella informationskanaler? Läkare och sjukvårdspersonal har alltid varit en viktig källa för information om en särskild sjukdom eller ett medicinskt problem. Där har också funnits tidskrifter och böcker: Läkarböcker och uppslagsverk. Där har funnits upplysningscentraler som man kan nå per telefon. Och där har naturligtvis funnits personliga kontakter med familj och vänner. Har betydelsen av dessa traditionella informationskällor förändrats med Internets intåg?

Den viktigaste informationskällan är fortfarande läkare och vårdpersonal. Det gäller för alla åldrar, för män och kvinnor. 80 procent av befolkningen tycker att informationen från läkare och sjuksköterskor är viktig eller mycket viktig. Minst viktig uppfattas

27-ÅRIG SOCIALT NÄTVERKANDE KVINNA | Studerande som använder Internet 3 timmar om dagen från sin bärbara dator. Hon har en egen blogg och flera gånger om dagen, också via sin mobil, besöker hon sina sociala nätverk och gör egna statusuppdateringar, även när hon är på resande fot. Dagligen "messar" hon, läser bloggar, söker fakta, tittar på och laddar ner video, besöker videowebspåtar, deltar i distansutbildning och använder Internet för skolarbete. Hon läser mycket, lika mycket som hon ser på TV, och TV:n står ofta på i bakgrunden när hon använder Internet. Hon har en sambo, men känner sig dagligen åsidosatt av att han tillbringar för mycket tid med Internet. Hon bedömer sin egen hälsa som god, söker efter hälso- och medicinsk information dagligen. Viktigaste informationskällor för sjukdomar och medicinska problem är släkt och vänner, böcker och Internet. På Internet är källorna främst bloggar och familjeliv. Någon eller några gånger i veckan postar hon inlägg och frågor om särskilda sjukdomar och medicinska problem. Hennes främsta intressen är träning och Internet. |

AVANCERAD ENTUSIAST

medicinska böcker att vara. Det gäller också alla åldrar. Även om de högutbildade värderar böckerna högre än de lågutbildade, sätter de ändå böckerna som minst viktiga. 30 procent anger att böcker är viktiga eller mycket viktiga

Släkt och vänner är också fortfarande viktiga källor för information om medicinska frågor. I genomsnitt ungefär 50 procent anger detta. Viktigast är de personliga kontakterna för de yngsta och äldsta. Den professionella telefonupplysningen bedöms ha ungefär samma viktighetsgrad, men här skiljer det sig åt mellan generationerna. Det är främst de yngre i åldrarna 26 till 45 år som anser att denna informationskälla är viktig (nära 60%). Bland de äldre ligger viktighetsbedömningen för telefonupplysningen lägre (30%).

Återstår att bedöma är Internet som informationskälla för särskilda sjukdomar och medicinska problem. Den bedömningen splittrar också generationerna. 60 procent av

de i åldrarna 26 till 45 år bedömer Internet som viktig eller mycket viktig. Det gör också de högutbildade. Motsvarande bedömning delas av 30 procent av de lågutbildade och endast 10 procent av de äldsta över 75 år anser att Internet är viktig som källa för medicinsk information. För de yngre hamnar sålunda Internet som nummer två i viktighet efter läkare och vårdpersonal, men hos de äldre hamnar Internet sist.

De som tycker att Internet är viktig som informationskälla tycker också att andra källor är viktiga.

Vi har hittills studerat enskilda informationskällor för sig. Men hur hänger bedömningarna ihop? Är det så att de som tycker att Internet är viktig, tycker att andra informationskällor är mindre viktiga. Nej så är inte fallet. Genomgående ger de högre viktighetsbedömningar till andra källor än de som tycker att Internet är oviktig. Detsamma är förhållandet med

Hur viktiga är olika informationskällor för medicinska problem?

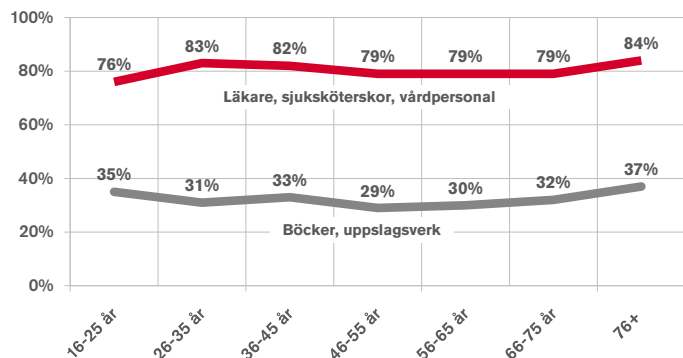


Diagram 5:8 Andel av olika åldersgrupper i befolkningen (16+ år) som tycker att en informationskälla är viktig eller mycket viktig som källa till information om särskild sjukdom eller medicinskt problem.

Hur viktiga är olika informationskällor för medicinska problem?

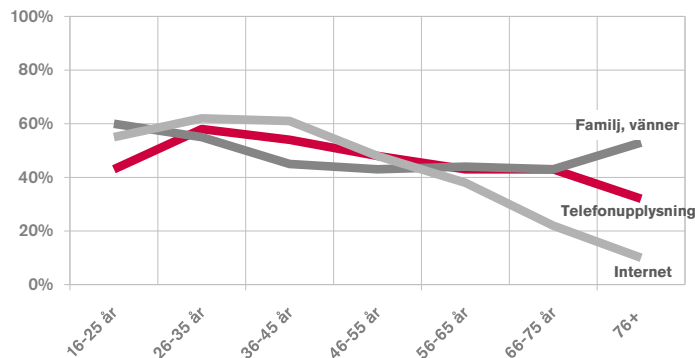
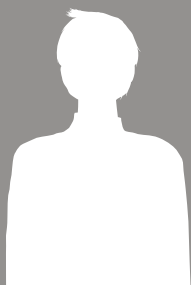


Diagram 5:9 Andel av olika åldersgrupper i befolkningen (16+ år) som tycker att en informationskälla är viktig eller mycket viktig som källa till information om särskild sjukdom eller medicinskt problem.



64-ÅRIG KVINNA MED DÅLIG HÄLSA | Ensamstående med enbart grundskola bakom sig som arbetar som registrator. Hon ser på TV och läser sin prenumererade tidning, men läser även tidningar på nätet. Hon har Internet både hemma och på arbetet som hon använder några gånger i veckan. Internet använder hon för e-post, nyheter och ibland för tidtabeller, kartor, vägbeskrivningar och hälso- och medicinsk information. Hon är inte särskilt datorkunnig. Hon e-handlar inte och betalar inga räkningar online. Professionell telefonupplysning är den viktigaste källan för att hämta information om en särskild sjukdom eller medicinskt problem. Sedan kommer besök hos läkare eller vårdinrättning och släkt och vänner. Hon använder inte Internet för att informera sig om vårdinrättningar eller öppettider och inte heller om mediciner eller särskilda sjukdomar. Hon tycker inte om att testa nya tekniska prylar eller prova nya tjänster. Hennes främsta intresse är att dansa. | **FÖRSIKTIG ANVÄNDARE**

de som verkligen använder Internet för att söka information om hälsa och medicinska problem? När det gäller de personliga kontakterna antingen med släkt och vänner, eller de professionella kontakterna med läkare och sjuksköterskor, finns inga skillnader mellan de som använder Internet för hälsoinformation och andra. Däremot finns det en skillnad i bedömningen av den professionella telefonupplysningen och av böcker. Det är fler bland hälsointernetanvändarna, jämfört med andra, som anser att de informationskällorna är viktiga. Internet tycks sålunda snarare komplettera än konkurrera ut andra informationskällor.

Viktigast för de som har dålig hälsa är personliga kontakter med vårdpersonal.

Alla som deltog i denna undersökning fick skatta sin egen hälsa på en framgradig skala, från mycket dålig (1) till mycket god (5). Hur bedömer de som har dålig hälsa de olika informationskällornas viktighet? Bedömningar skiljer sig inte särskilt mycket från andra med bättre hälsa, utom på en punkt. Det är fler av de med hälsoproblem som säger att kontakterna med läkare och sjuksköterskor är mycket viktiga (71%) jämfört med övriga (53%).

Internetanvändare med hälsoproblem använder Internet för hälsoinformation oftare än andra.

Det är också något vanligare att de med dålig hälsa är mer aktiva att använda Internet för att ta reda på praktiska upplysningar om tillgängliga vårdtjänster och läkemedel (36% gör det minst någon gång i månaden jämfört med 17% för de med god hälsa). Även när det gäller information om en särskild sjukdom eller ett medicinskt problem utnyttjar de med hälsoproblem Internet oftare än de utan hälsoproblem (33% gör det minst någon gång i månaden, jämfört med 13% för övriga).

Internet är ett komplement till andra informationskällor

Vi har nu frågat oss om det är så att all den information som finns tillgänglig på nätet har gjort telefonupplysning, läkarböcker och t.o.m. vårdpersonal överflödiga? Svaret är nej. Internet har blivit en av flera källor för hälsoinformation, även för de som är flitiga internetanvändare. De som är flitiga användare av hälsoinformation på Internet är också flitiga användare av andra informationskällor. Det är inte så att internetanvändningen konkurrerar ut och ersätter andra mer traditionella medier och informationsvägar. Detta är en slutsats som inte bara gäller för Sverige. I USA har man också konstaterat att amerikaner fortsätter att vända sig till traditionella källor för hälsoinformation, även om några har fördjupat sitt engagemang i online världen.⁷

Detta att Internet mer tjänar som ett komplement än ett alternativ har också visat sig inom andra områden. Det gäller t.ex. för tidningsläsning där flitiga läsare av papperstidningar ofta är flitiga läsare av tidningar online. Det gäller även för musik där de som lyssnar och laddar ner mest musik är också är de som mest använder andra källor till musik.⁸

Halva svenska folket använder inte Internet för att få information om hälsa

Halva svenska folket har upptäckt Internet som en väg till information och kunskap, inte bara om öppettider och val av vårdinrättningar, utan också om särskilda sjukdomar och hälsoproblem. Men det innebär också att den andra halvan av befolkningen inte utnyttjar Internet för detta ändamål. Störst är skillnaden mellan de unga välutbildade grupperna

7 Pew (2009). The social life of health information.

8 Se t.ex. Findahl (2007). Svenskarna och Internet 2007. (s 44).



41-ÅRIG SKOLSKÖTERSKA MED INTERNET PÅ JOBBET | Använder Internet på jobbet varje dag och ibland på andra platser. Hon e-postar och söker dagligen information om vårdinrättningar, medicin och specifika sjukdomar genom att googla. Slår upp ord och kontrollerar fakta. Letar adresser och tidtabeller. Lika viktig som Internet, som källa för hälso- och medicinsk information, är läkare och andra kollegor, böcker och professionell telefonupplysning. Ibland använder hon Internet på arbetet för privata ändamål. Läser tidning, e-postar, söker tidtabeller, information om resor. Hon har mobil och brukar SMS. Hon är ensamstående och har ingen dator hemma, men är intresserad att skaffa sig en dator med internetuppkoppling. Hon läser mycket dagstidningar och tidskrifter i pappersformat och gillar att testa nya tekniska prylar och tjänster. Användningen av Internet har bidragit till ökade kontakter med andra skolsköterskor och hon tycker att Internet har underlättat hennes arbete och bidragit till en ökad produktivitet. | **TRADITIONALIST**

där 80 procent använder Internet för att skaffa sig hälsoinformation jämfört med endast 17 procent utnyttjar samma möjligheter bland de lågutbildade pensionärerna.

En förklaring är en ovana och rädsla för den nya tekniken hos många av de äldre. Men det är också en fråga om en vana och förmåga att förstå och utnyttja den information som Internet erbjuder. Den informationen kan upplevas som obegriplig och svår att hantera och därmed inte meningsfull.⁹

Problem med hälsoinformation på Internet

Patienter har visat sig uppskatta lättåtkomligheten av informationen på Internet samtidigt som de kan tycka att den kan vara svår att finna och förstå.¹⁰ Det beror dels på all den mängd av information som finns och del på motstridig och invecklad information. Det kan vara svårt att nå fram till en klarhet i sitt hälsoproblem.¹¹

Det finns också flera undersökningar som visar på bristande kvalitet på en del av den information som dyker upp när man googlar efter information. Informationen kan vara föråldrad och inadekvat.¹² Källan till informationen saknas ofta och datum för uppdatering är många gånger inkonsekvent.¹³

Detta till trots ökar för varje år antalet människor som använder Internet för hälsoinformation, vilket kan sägas vara ett bevis för att allt fler uppskattar och får ut något positivt av denna nya väg mot information och kunskap om vård och hälsa. Särskilt i speciella livssituationer kan denna internetanvändning bli mycket frekvent.¹⁴

**Halva svenska
folket har upptäckt
Internet som en väg
till information och
kunskap, inte bara
om öppettider
och val av
vårdinrättningar,
utan också om
särskilda sjukdomar
och hälsoproblem.**

9 Se Ek (2005). Hälsa i en samhällelig kontext. En empirisk och analytisk studie.

10 Stevenson m.fl (2007), Information from the Internet and the doctor-patient relationship: the patient perspective – a qualitative study.

11 Sommerhalder m.fl. (2009).), Internet information and medical consultations: Experiences from patients' and physicians' perspectives.

12 Sambandam m.fl (2007). Quality analysis of patient information on knee arthroscopy on The World Wide Web.

13 Davallius, C-A & Flensner, G (2009), Quality of some Swedish websites on "Heart attack" assessed with the EU quality criteria.

14 Gravida förstföderskor använder t.ex. Internet dagligen eller flera gånger i veckan för graviditetsrelaterad information. Broman & Ericson (2008). Internet som informationskälla, en enkätstudie om hur gravida förstföderskor använder sig av Internet.



**Allestädes närvarande
Internet och andra medier**

Mobilitet i hemmet	37
Mobilitet utanför hemmet	37
Användningen av mobilt Internet ökar	38
Allt fler skaffar sig mobilt bredband	38
Är vi på väg mot ett mobilare samhälle?	39
Lansering av e-böcker	40

Internet var till en början liktydigt med en stationär dator och en fast uppkoppling till ett telefonjack. Sedan dess har mycket hänt med bärbara datorer, smarta mobiler och trådlösa uppkopplingar. Det engelska begreppet "Ubiquity" - att något är allstädes närvarande - har fått symbolisera detta mål att Internet skall vara tillgängligt och kunna användas överallt. Och på Internet skall också de gamla traditionella medierna vara tillgängliga. Frågan är hur långt vi kommit mot denna vision?

Mobilitet i hemmet

Ett sätt att uppnå en ökad rörlighet i sitt användande av Internet är via en bärbar dator, en "laptop". Drygt halva svenska folket (57%) har tillgång till en sådan och av internetanvändarna är det två av tre (67%). Kombinerat med ett trådlöst nätverk i hemmet är det möjligt att använda Internet både i köket och i soffan framför TV:n. 42 procent av befolkningen kan på detta sätt sägas vara mobila internetanvändare i hemmet.

Vanligast med en bärbar dator är det bland de högutbildade (70%) och bland de yngre där 77% i åldrarna 16-25 år har en bärbar dator. Det är särskilt de yngre kvinnorna, 12-25 år, som vill vara mobila i sitt sociala nätverkande medan fler unga män har stationära datorer, vilket passar deras spelande.¹

¹ Ex. bärbar dator: 63% flickor 14-15 år, 33% pojkar. Findahl (2010). Unga svenskar och Internet 2009.

Mobilitet i hemmet

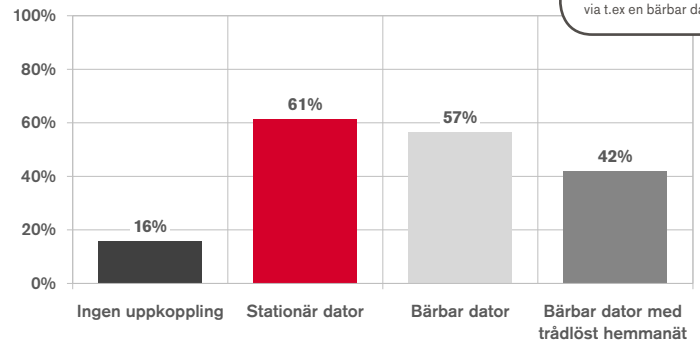


Diagram 6:1 Andel av befolkningen som har tillgång till olika sorts datorer.

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.

Mobilitet utanför hemmet

Trådlösa nät i hus och på gator och torg och framför allt trådlöst bredband via mobilnätet har gjort det möjligt att koppla upp datorn till Internet på resor och på andra platser än i arbetet och i hemmet. Via de smarta mobilerna är Internet alltid nära.

Internet i mobilen har det talats om länge med hänvisning till föregångsländerna, i detta avseende, Japan och Sydkorea. Men i Sverige har det gått trögare. Ökningen har varit beskedlig med några procents ökning år från år. Idag använder 22 procent av mobilanvändarna sin mobil för att någon gång gå online.

I första hand söker man efter nyheter och väder eller praktiska upplysningar som adresser och tidtabeller. Under

det senaste året har det skett stora förändringar i det mobila internetanvändandet. Antalet användare har inte ökat särskilt mycket men själva användningen har ökat starkt mellan 2009 och 2010.

Användningen av mobilt Internet ökar

2009 var det 42 procent av de som använde mobilt Internet som sökte upp nyheter, 2010 har det ökat till 64 procent. Idag är det 52 procent som läser/skickar e-post via mobilen. Förra året var det 20 procent. Och den stora skillnaden från tidigare år rör uppkopplingen mot sociala nätverk och tittandet på TV/video. Det har varit mycket begränsat tidigare men nu använder 42 procent mobilen för att åtminstone ibland besöka sin community och 32 procent använder mobilen för att se på TV/video. Mobilen används sålunda idag mycket oftare än tidigare år till att gå online.

Det är framför allt yngre människor i åldern 26-35 år som använder mobilt Internet. Fyra av tio gör det åtminstone någon gång. Två av tio i denna åldersgrupp gör det dagligen eller minst ett par gånger i veckan. En del av dessa betalar inte sina mobilkostnader själva, men de är inte så många till antalet och majoriteten av de som använder mobilt internet står själva för kostnaderna.

Hur vanligt är det att gå online med mobilen?

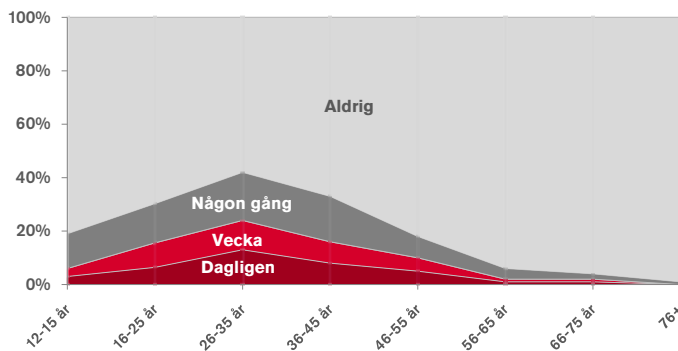


Diagram 6:4 Andel av mobilanvändarna i olika åldrar som kopplar upp sig på Internet via mobilen.

Hur många går någon gång online med mobilen?

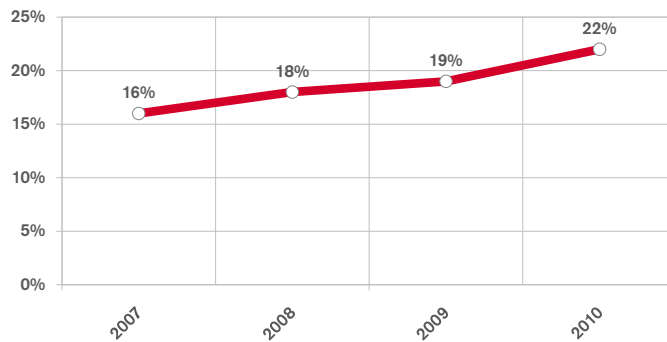


Diagram 6:2 Andel av befolkningen som någon gång kopplar upp sig till Internet via mobilen.

Vad gör man med mobilen när man går online?

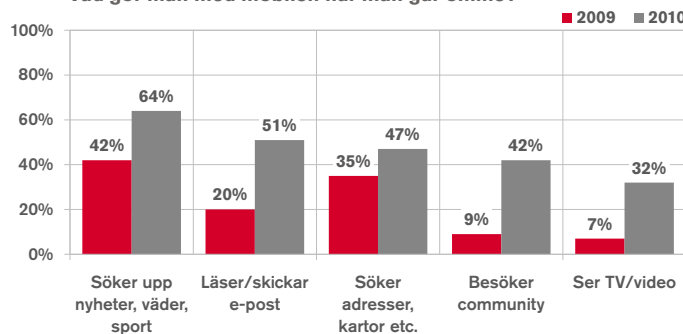


Diagram 6:3 Andel av de med Internet i mobilen som använder mobilen till olika aktiviteter.

Allt fler skaffar sig mobilt bredband

Ett annat sätt att koppla upp sig till Internet är via ett mobilt (3G) bredband. Med ett sådant kan man med datorn komma ut på nätet överallt där det finns mobiltäckning. Det kan användas vid resor och på hotell men också i sommarstugan och båten. Det används oftast som komplement till en fast anslutning. Antalet har ökat under det senaste året, från 9 procent av befolkningen 2009 till 12 procent 2010. Det innebär att knappt en miljon svenskar kan koppla upp sig till Internet i stort sett var de vill om de bor i mer tätbebyggda delar av landet.

Hur vanligt är det att använda Internet på andra platser än hem, arbete, skola?

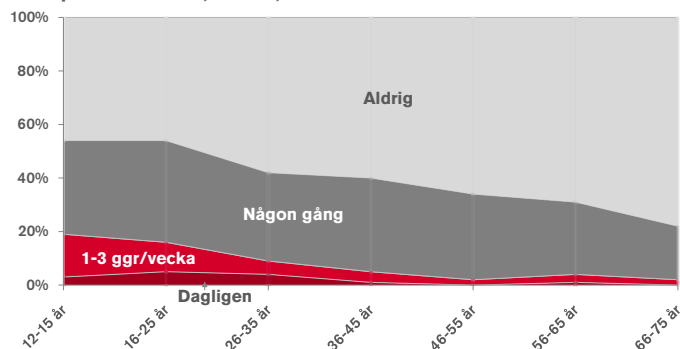


Diagram 6:5 Andel av internetanvändarna i olika åldrar som använder Internet på andra platser än hem, arbete, skola.

Hur vanligt är det att använda Internet på resande fot?

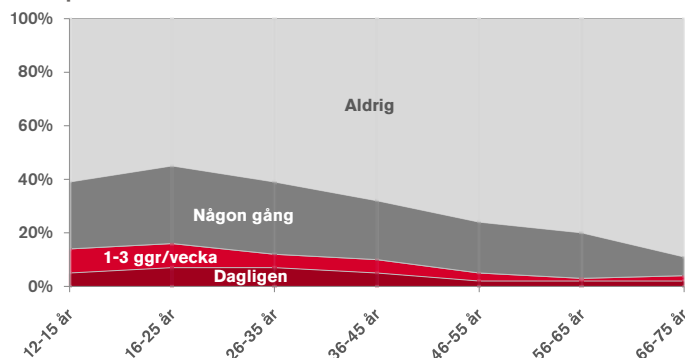


Diagram 6:6 Andel av internetanvändarna i olika åldrar som använder Internet på resande fot.

Är vi på väg mot ett mobilare samhälle?

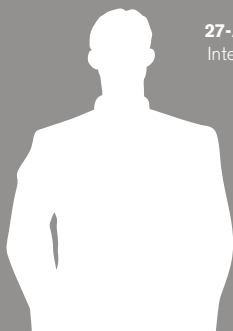
Hemmet är den helt dominerande platsen där Internet används. 97 procent av de som använder Internet gör det i hemmet. Men med hjälp av den tekniska utvecklingen har allt fler börjat använda Internet på andra platser än hem, arbete och skola. Vilka avtryck sätter det på den vardagliga internetanvändningen? Vi har nu två mått på detta. Det ena är hur ofta Internet används på andra platser än hem, arbete, skola? Det andra måttet är hur ofta Internet används när man är på resande fot?

Rörligheten är störst bland de unga och det är också de som i störst utsträckning använder Internet på andra platser än i hemmet. Två av tio gör det åtminstone någon gång i veckan. Genomgående har 30 – 50 procent över alla åldrar prövat på detta.

På väg befinner sig många människor varje dag, men det är inte då som de flesta kopplar upp sig online. Det gör man fortfarande hemma. Men en av tio gör det dagligen eller någon gång i veckan. Det är början till ett alltså närvarande Internet. En början av en utveckling vars fortsättning är beroende av i vilken mån svenskarna tar till sig det mobila Internet. Ännu så länge förhåller sig de flesta avvaktande.

Till visionen om det alltså närvarande Internet hör också tanken att alla traditionella medier som TV, tidningar och radio också skall vara tillgängliga överallt och när som helst. De flesta tidningar finns också hela tiden uppdaterade på nätet och TV- och radioprogram är också tillgängliga online. Men fortfarande är det TV-soffan och den traditionella papperstidningen som dominerar. Internet har blivit ett komplement som många prövat men som inte ingår i den vardagliga rutinen. Här börjar nu vissa förändringar att skönjas.

Vi kan dels se en stabilisering. Andelen av internetanvändarna som använder närradio och närtidningar har hållit sig på ungefär



27-ÅRIG MAN PÅ VÄG | Ung man som gillar att testa nya tekniska prylar och att prova nya tjänster. Han har en sambo och ett barn på ett år. Internet använder han flera gånger om dagen både på jobbet och hemma, där han kan koppla upp sig via stationär dator, bärbar dator, spelkonsol och mobil. Det händer också att han läser en e-bok. Dagligen besöker han sina communities och sociala nätverk, fildelar, skickar e-post, tar del av nyheter, informerar sig om tidtabeller, adresser och resor. Han läser närtidningar, lyssnar på radio, ser på TV, lyssnar och laddar ner musik, ser på och laddar ner videos. Dagligen kopplar han upp sig till Internet när han är på resande fot. Han har ett mobilt bredband till datorn och använder dagligen mobilen för att komma online. Då kollar han nyheter, sociala nätverk, TV/videoklipp, adresser, kartor och skickar/tar emot e-post. Han har ingen blogg, ägnar sig inte åt statusuppdateringar eller att kommentera vad andra har skrivit. Han anser att användandet av Internet har medfört att det blivit något mindre tid med familjen och mycket mindre tid med vännerna. Produktiviteten på jobbet har inte ökat, snarare minskat. Han ser mer på TV och lyssnar på radio än använder Internet. TV:n står ofta på när han använder Internet hemma. Han ägnar mer tid åt papperstidningen än närtidningarna och han prenumererar på en musiktjänst för att få ännu mer tillgång till musik. | **AVANCERAD ENTUSIAST**

Hur vanligt är det att ta del av traditionella medier via Internet?

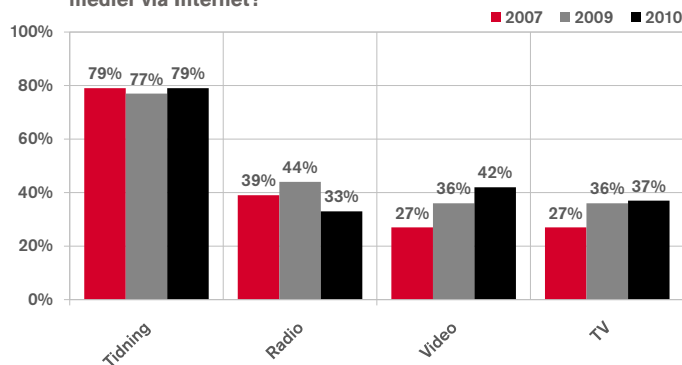


Diagram 6:7 Andel av internetanvändarna som någon gång tagit del av traditionella medier via Internet.

Hur vanligt är det att dagligen ta del av traditionella media via Internet?

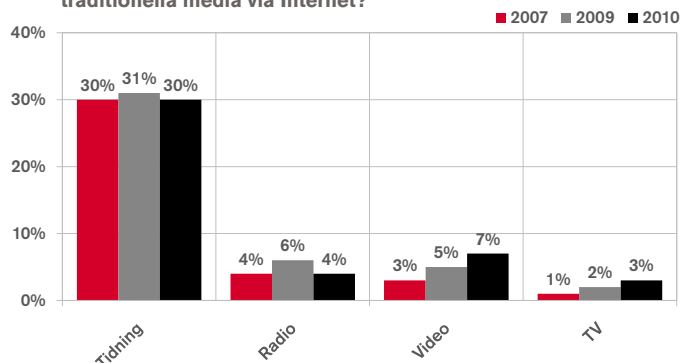


Diagram 6:8 Andel av internetanvändarna som dagligen tar del av traditionella medier via Internet.

samma nivå över de senaste åren. Däremot ökar fortfarande bildmediernas roll på Internet. Tekniken och överföringen har blivit bättre. Video har blivit allt vanligare liksom att se TV-program online. Dock är den dagliga användningen blygsam i förhållande till det totala TV-tittandet.

Dagstidningsläsning på nätet har däremot blivit en viktig och ofta förekommande aktivitet bland internetanvändarna. Antalet människor som läser närtidningar har inte blivit fler

men de som gör det ägnar mer tid till tidningsläsningen på nätet idag. Åtta av tio internetanvändare läser, åtminstone ibland, tidningarnas webbversioner. En av tre gör det dagligen.

Genomsnittstiden för tidningsläsningen på nätet bland internetanvändarna är 13 minuter om dagen. Men ser vi bara till de som verkligen läser närtidningar ökar den dagliga lästiden till 20 minuter. Det skall jämföras med 28 minuter om dagen som är den tid som svenska folket i genomsnitt lägger ned på att läsa den traditionella dagstidningen.

Närtidningen har sålunda etablerat sig i många människors vardagsliv. Men det har inte skett på bekostnad av läsningen av den traditionella papperstidningen. De som ägnar tid åt att läsa närtidningar tenderar också att ägna tid åt papperstidningen. Här finns ett positivt samband.² Samtidigt har pappersversionen och den ständigt uppdaterade webbversionen börjat bli alltmer olika. I början var det en kopia av pappersversionen som lades ut på nätet. Idag fylls webbtidningen med videoinslag och artiklarna har blivit allt mer notisartade.

Lansering av e-böcker

Möjligheten att ha med sig ett helt bibliotek med böcker var helst man går erbjuder e-boken och den elektroniska läsplattan. E-böcker har funnits ganska länge men har fått en nystart genom att Apple under året som gått lanserat sin I-pad i konkurrens med flera andra e-bokläsare. Tanken är också att där skall man kunna läsa sin närtidning och se på TV och video. Spridningen är hittills begränsad och endast någon procent av befolkningen (1,6%) har tillgång till en e-bokläsare, men dubbelt så många (5%) har provat att läsa på den, vilket motsvarar ett par hundra tusen läsare.

Dessa nya "adopters" av en ny teknik är företrädesvis män: 80 procent av innehavarna och 63% av läsarna. Hälften av dem är under 30 år och resten är spridda över alla åldrar. Många av dem är intresserade av kultur och litteratur och tar del av sådant innehåll på nätet. Alla utbildningar finns representerade. En majoritet av dem tycker om att testa nya tekniska prylar.

² Sambandet är statistiskt signifikant $p \leq 0,001$.





**Aktivt deltagande
eller passivt mottagande?**

Communities och sociala nätverk	43
Internet fylls av användarskapat innehåll	45
Vilken privat information kan man publicera på nätet?	46
Bloggarna är inte många i procent av befolkningen, men många bland unga kvinnor	46
Unga kvinnor dominerar helt bland bloggarna	46
Fildelningen på samma nivå som tidigare	48

Internet sågs till en början som ett interaktivt medium i motsats till de traditionella medierna där en professionell grupp producerar ett innehåll som publiken passivt tar emot. På Internet måste användarna själva vara aktiva och söka upp det som de är intresserade av. På Internet kan man både ladda ner saker och ladda upp. Användarna kan också producera eget innehåll, inte bara text utan också bild och video, som de kan dela med andra. I hur utsträckning sker detta? Hur mycket av innehållet på Internet är skapat av användarna själva?

Ser vi i diagram 1 med en lista över de vanligaste aktiviteterna där innehållet skapas av användarna själva finner vi att i toppen hamnar sådant innehåll som är ämnat för privat kommunikation. Det är frågan om e-post och att bifoga olika dokument med e-posten. Så gott som alla ägnar sig åt detta e-postande och det var också för detta ändamål som Internet skapades en gång. Högt upp på listan borde också återfinnas de korta omedelbara textmeddelandena via MSN eller ”instant messaging” som de unga hela tiden producerar. Men eftersom inte alla åldersgrupper ägnar sig åt detta hamnar denna aktivitet lite längre ner.

Sedan följer en rad aktiviteter som är knutna till communities och de sociala nätverken. Innehållet här skapas av användarna själva genom att de lägger upp egna foton, sina profiler, kommenterar vad andra skriver och statusuppdaterar vad de själva håller på med. Många skriver också egna inlägg. Det här är aktiviteter som blivit allt vanligare under de sista åren i takt med att allt fler engagerar sig i de sociala nätverken. Miljoner svenskar ägnar sig åt att producera detta innehåll.

Därefter följer en rad aktiviteter som det stora flertalet inte ägnar sig åt t.ex. fildela, lägga upp videoklipp, fråga/

kommentera hälsofrågor eller blogga. Det är här i diagrammet frågan om genomsnittsvärden som är beräknande över alla internetanvändare, vilket innebär att dessa aktiviteter kan vara mycket vanliga inom mindre grupper av användare. Vi skall senare återkomma till detta.

Siffrorna i diagram 1 återger hur många som någon gång har ägnat sig åt de olika aktiviteterna. Det anger spridningen men inte frekvensen. Diagram 2 ger en bättre bild av hur vanligt förekommande de olika aktiviteterna är. Där anges hur många av internetanvändarna som dagligen eller minst någon gång i veckan ägnar sig åt de olika aktiviteterna. Procentsiffrorna kan tyckas vara låga, men man får inte glömma att 10 procent motsvarar 800 000 personer (+12 år). Det är således uppskattningsvis 800 000 svenska internetanvändare som till vardags, dagligen eller minst någon/några gånger i veckan, postar inlägg på Internet. Det är 1,8 miljoner som till vardags kommenterar vad andra har skrivit.

Communities och sociala nätverk

Webbgemenskaper eller Communities har alltid funnits på Internet. Där har människor med gemensamma intressen kunnat träffas, ställt frågor och kommenterat varandra. Vad som hänt är tillkomsten av webbgemenskaper som inte är uppbyggda på gemensamma intressen utan som sociala nätverk där man kan träffa framför allt vänner och vänner vänner men också andra människor som man inte tidigare känner. Från början var det mest tonåringar

Vad är det på Internet som internetanvändarna själva skapar?

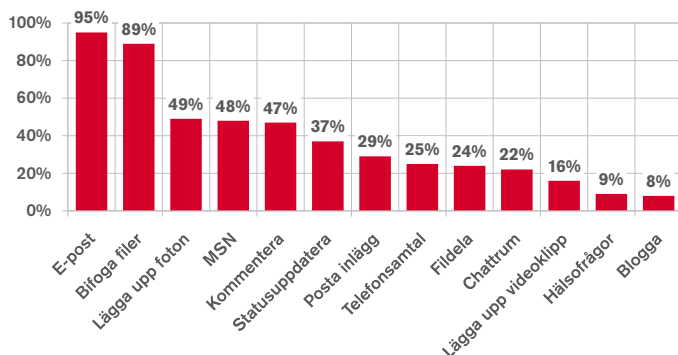


Diagram 7:1 Andel av internetanvändarna som någon gång ägnar sig åt olika aktiviteter.

Hur många ägnar sig i vardagsslag åt olika internetaktiviteter?

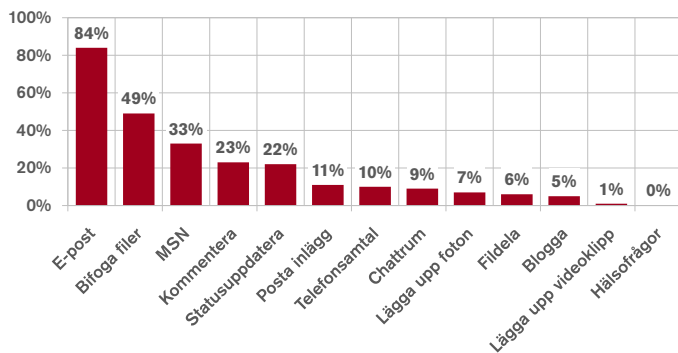


Diagram 7:2 Andel av internetanvändarna som dagligen eller minst någon gång i veckan ägnar sig åt olika aktiviteter.

som intresserade sig för dessa sociala nätverk.¹ Senare har intresset spridit sig uppåt i åldrarna och idag är en majoritet av internetanvändarna upp till 45 år medlemmar i ett socialt nätverk, i första hand Facebook. Sedan avtar intresset men även upp i 55-årsåldern är fyra av tio medlemmar.

I tidigare undersökningar har vi frågat de som använder Internet om de är medlemmar i en community. 2010 har vi gjort en komplettering och frågar också om de besöker ett socialt nätverk. Det visar sig, som vi anade, att community idag står för något mer avgränsat och att termen socialt nätverk uppfattas som ett bredare och mer öppet fenomen. Det förekommer sålunda en hel del människor, särskilt bland de unga, som inte ser sig som medlem i en community men väl som besökare av sociala nätverk. I diagram 3 redovisar vi svaren på båda dessa frågor för 2010.

I diagrammet framgår att det stora språnget i socialt nätverkande bland de unga inträffade redan mellan 2005 och 2007. Bland de över 35 år har ökningen skett under senare år och för de äldre under senaste år. Ökningen har varit dramatisk under det senaste året och andelen som besöker sociala nätverk har mer än fördubblats i åldrarna över 45 år.

Vi har också kunnat se hur intresset för att delta i de sociala nätverken spridit sig nedåt i åldrarna. Redan i åttaårsåldern dyker idag de första besökarna upp. I åldern 9-10 år har var fjärde börjat delta i en community och efter tolv gäller det en majoritet av ungdomarna. Bilddagboken är vanligast bland de unga för att sedan kompletteras av Facebook. I åldern 19-25 år är intresset att delta i de sociala nätverken som störst. 88 procent är där ibland och 60 procent är dagligen ute på de sociala nätverken.

Vanligast på kontaktlistorna på de sociala nätverken är personer som tillhör de närmaste vännerna som man även träffar utanför Internet. Sedan kommer personer som tillhör släkt och familj. I dessa avseenden är skillnaderna små mellan olika åldersgrupper. Men mycket vanligt är att de unga har lagt till gamla bekanta på sina kontaktlistor, personer som de inte längre har någon annan kontakt med än via Internet

¹ Lunarstorm var en, även internationellt, tidig sådan svensk community. 2003 hade man 1 miljon medlemmar. Skog (2010). Mjukvarumiljöer för gemenskap. Idag är Lunarstorm nedlagd.

Hur vanligt är det i olika åldrar att delta i communities?

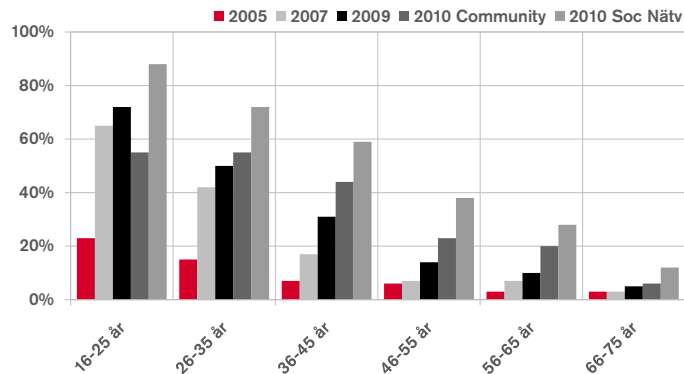


Diagram 7:3 Andel av internetanvändarna som under olika år och i olika åldrar deltar i en community.

I vilka åldrar är intresset för de sociala nätverken som störst?

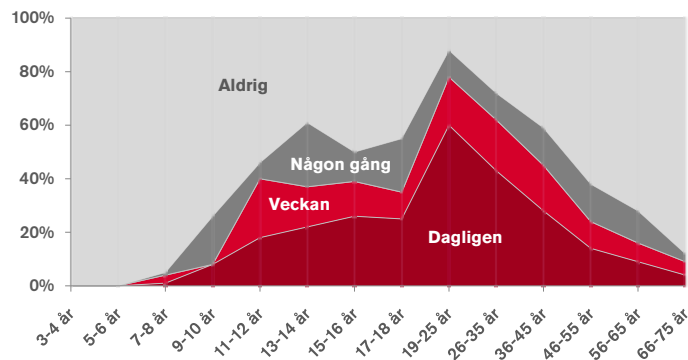


Diagram 7:4 Andel av internetanvändarna i olika åldrar som med olika frekvens deltar i ett socialt nätverk.

Detta är mindre vanligt bland de äldre. De unga har också oftare lagt till personer som de bara har fått kontakt med och träffat online.

Internet fylls av användarskapat innehåll

31 procent av befolkningen (12+ år) är 2010 medlem i en community och 46 procent besöker sociala nätverk. Det innebär i runda tal 3,5 miljoner svenskar som aktivt är med och skapar innehåll i de sociala nätverken på Internet. De mest aktiva återfinns mellan 16 och 25 år. Låt oss se närmare på deras innehållsskapande aktiviteter.

37 procent av de unga männen och 54 procent av de unga kvinnorna gör statusuppdateringar dagligen eller någon/några gånger i veckan. Det innebär att de skriver in vad de håller på med eller något som hänt dem. 54 procent kommenterar med samma frekvens vad andra skrivit och 22 procent postar inlägg på öppna diskussionsfora. 11 procent av de unga männen och 23 procent av de unga kvinnorna lägger upp digitala bilder online åtminstone någon/några gånger i veckan eller dagligen.

Tillsammans taget innebär detta en till sin omfattning väldigt innehållsproduktion. Det är inte frågan om några enstaka

Vem står på de ungas respektive gamlas kontaktlistor?

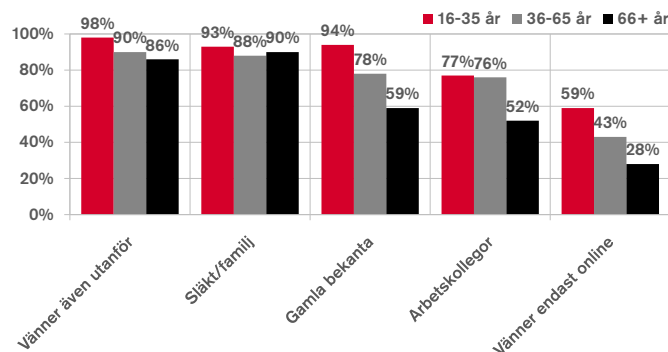


Diagram 7:5 Andel av de socialt nätverkande i olika åldrar som lagt till personer från olika grupper på sina kontaktlistor.

insändare utan om hundratusentals inlägg och kommentarer. Det handlar om ett användargenererat innehåll som inte funnits tidigare i Internets historia, utan först under de senaste åren i takt med tillkomsten av de sociala nätverken. Diskussionsfora och communities har visserligen funnits långt tidigare men omfattningen av användarskapat innehåll har inte alls haft samma omfattning som nu.

Vad är det då som gör att denna form av innehållsproduktion blivit så vanlig i den yngre internetgenerationen? Ja, ett svar är att det är mycket enkelt att bli medlem i ett socialt nätverk. Ansträngningen att skapa innehåll har en låg tröskel. Det skapar ett personligt värde och det stora nätverket delas upp i mindre grupper där varje individ känner sig hemma. Allt detta gör att Internet erbjuder ett socialt verktyg som användarna verkligen vill använda.²

En följdfråga är naturligtvis vad det är för innehåll som skapas av internetanvändarna? Hur skall det användargenererade innehållet som fyller Internet karakteriseras? Det är en intressant fråga, men svaret kan inte ges utifrån denna undersökning.

Det är dock inte alla internetanvändare som deltar i denna produktion av innehåll på Internet. Här finns stora skillnader mellan generationerna och mellan personer med olika utbildningsbakgrund. I sista kapitlet skall vi återkomma till denna problematik.

Vilken privat information kan man publicera på nätet?

På de sociala nätverken publiceras privat information av olika slag. En del är tillgängligt för alla. Annat kan bara nås av en utvald skala. Vad tycker internetanvändarna om detta? Vad skall hållas privat och vad skall alla kunna se?

En majoritet vill inte att uppgifter om en individs ekonomi, kalender och hälsa skall finnas tillgängligt på nätet. En mindre andel kan tänka sig att kontaktinformation och uppgifter om vad en person arbetar med skulle kunna vara tillgängligt för alla.

Ungdomar i åldern 16-25 år är genomgående mest öppna med den personliga informationen på Internet. Det innebär inte att de tycker att alla skall ha tillgång till den, men den behöver inte hållas strikt privat, utan vissa andra utvalda skall också kunna ha tillgång till den. Sin ekonomi, hälsa och kalender tycker dock omkring hälften, även av de unga, skall vara helt privat.

Mer restriktiva med den privata informationen på nätet är de äldre och medelålders 46-75 år. En majoritet av dem anser att de flesta privatuppgifterna inte skall finnas på nätet. Undantag är vad man arbetar med och kontaktinformation.

De äldsta, över 75 år, är också restriktiva i sin syn på hur mycket privat information som skall finnas på Internet. Men när det gäller den privata hälsan och ekonomin kan de tänka sig en öppnare attityd än andra åldersgrupper.

De allra yngsta, 12-15 år, är mest negativa av alla till att publicera privat information på Internet. Endast information om dina vänner, kontaktinformation och vad du arbetar med kan en av fem tänka sig vara tillgängligt för alla. Men i alla andra avseenden är stödet mycket svagt bland de yngsta för en allmän publicering av privat information.

Bloggarna är inte många i procent av befolkningen, men många bland unga kvinnor

Andelen av befolkningen som har en egen blogg har inte varit hög tidigare år och är det inte heller i år. 2010 är det 6 procent av befolkningen, eller 8 procent av användarna (12+ år) som bloggar. Det motsvarar 500 000 människor. Kvinnorna är mer aktiva (11%) än männen (4%).

2009 visade det sig att det framför allt var de unga kvinnorna som bloggade. En närmare granskning visar att så är fallet också 2010. Kvinnorna har t.o.m. stärkt sin position. Och de är aktiva. Två av tre skriver på sin blogg minst 1-3 gånger i veckan.

Unga kvinnor dominerar helt bland bloggarna

Bloggandet har blivit en del av unga kvinnors internetkultur. Det börjar tidigt i tonåren. Redan i tolvårsåldern är hälften av flickorna engagerade. Och i åldern från 12 år upp till 25 år är det en majoritet av de unga kvinnorna som har erfarenhet av att blogga. Man håller emellertid inte igång sin blogg hela

² Se tex. Shirky (2008), Here comes everybody. The power of organizing without organizations.

Kan privat information visas på nätet?

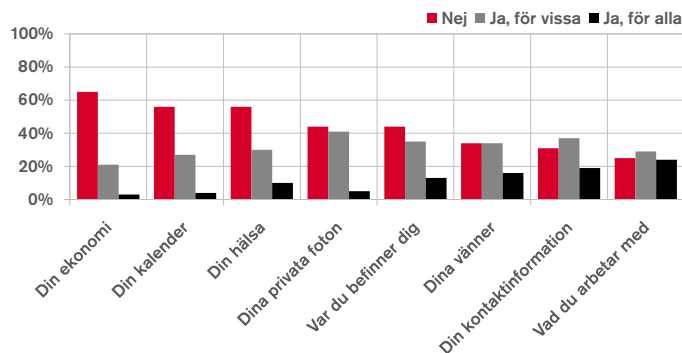


Diagram 7:6 Andel av internetanvändarna som anser att olika slags privat information skall kunna visas för alla, endast för vissa utvalda eller inte visas alls.

Hur många unga kvinnor bloggar 2009 jämfört med 2010?

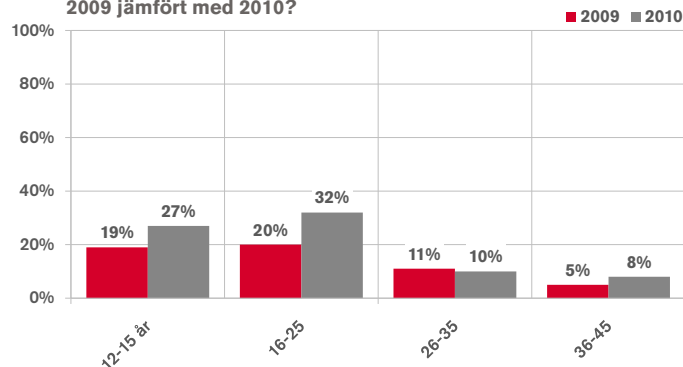


Diagram 7:8 Andel av kvinnliga internetanvändare som har en egen blogg 2009 och 2010.

Hur många bloggar 2007 – 2010?

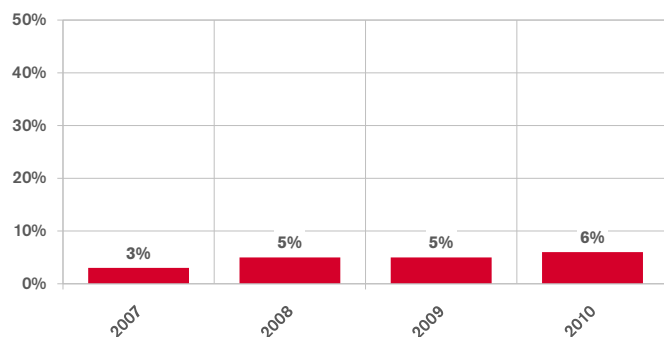


Diagram 7:7 Andel av befolkningen (16+ år) som har en egen blogg.

Bloggkulturen bland unga kvinnor

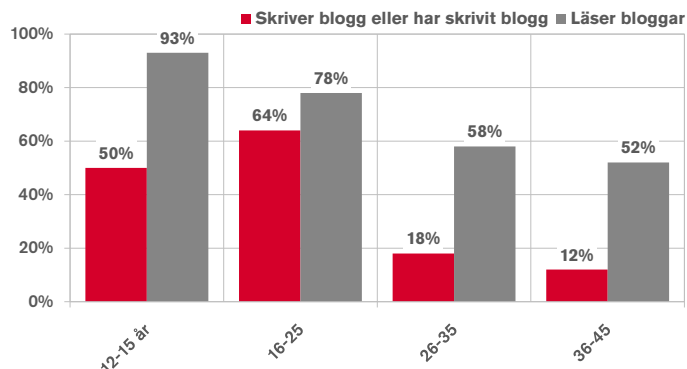


Diagram 7:9 Andel av unga kvinnor som skriver eller har skrivit på en blogg respektive läser bloggar.

tiden vilket innebär att nästan lika många har haft en blogg, som de som håller på att skriva på sin. Till bloggkulturen hör också att läsa andras bloggar. Det är en av de allra vanligaste aktiviteterna bland unga kvinnor. 93 procent av flickorna i åldern 12-15 år läser andras bloggar, 78 procent i åldern 16-25 år.

Bakom den till synes låga siffran på 6 procent bloggare

i befolkningen gömmer sig en mycket aktiv grupp unga kvinnliga bloggare. De producerar hela tiden nytt innehåll på Internet och de läser och kommenterar vad andra skriver. Sammanfattar vi resultatet och slår ihop de som skriver en blogg med de som skrivit finner vi att två av tre i åldern 16 till 25 år delar denna erfarenhet av att skriva sin egen blogg och tre av fyra läser andras bloggar.

Hur har andelen fildelare varierat under perioden 2004 – 2010?

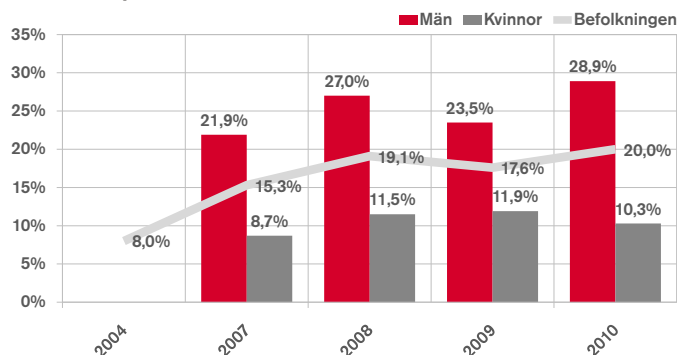


Diagram 7:10 Andel av män och kvinnor i befolkningen (16+ år) som fildelar.

Fildelningen på samma nivå som tidigare

Fildelningen är en form av byteshandel där internetanvändarnas egna datorer är inblandade i ett vittomfattande nätverk som känner av vad som finns på de uppkopplade hårddiskarna. Det kan vara organiserat på ett särskilt sätt som när det gäller musiktjänsten Spotify. Men i de flesta fall är det inte centralt organiserat utan man använder särskild programvara för att ansluta till fildelningsnätverk. Upp- och nedladdningar, särskilt av högupplösta filmer, upptar en stor del av trafikvolymen i de svenska bredbandsnäten.

2009 kunde vi se att andelen fildelare minskade något. Fram till dess hade andelen fildelare ökat för varje år. 2010 har nivån återgått till 2008 års nivå. Efter en liten dipp ligger fildelningen nu t.o.m. något över den tidigare högsta nivån. 20 procent i befolkningen eller 24 procent av internetanvändarna fildelar, åtminstone ibland. Till dessa fildelare tillkommer 18 procent av internetanvändarna som har fildelat men inte längre gör det.

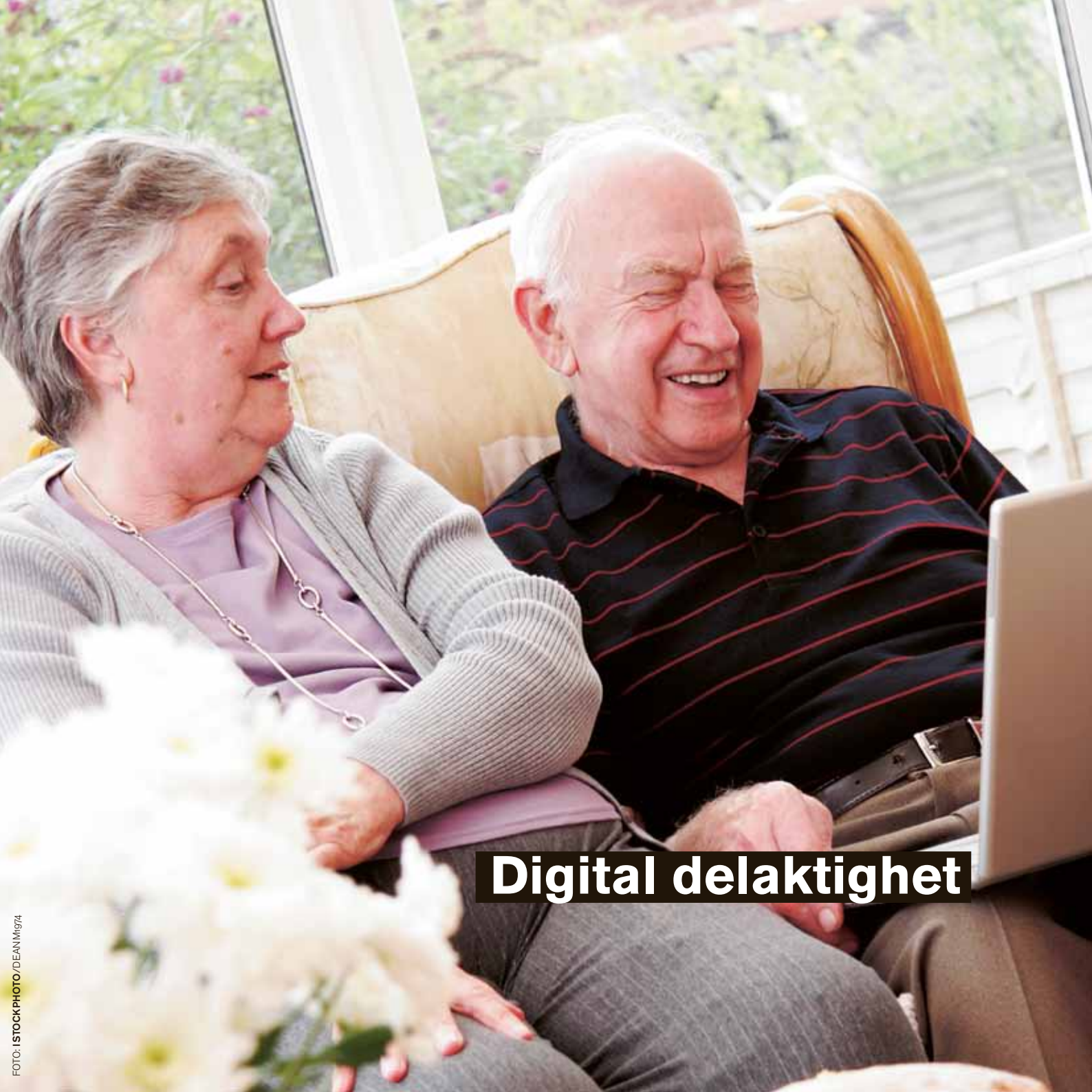
Tidigare var det de unga männen som dominerade fildelningen. Det gäller i ännu högre utsträckning idag om vi jämför 2010 med 2009 och 2008. Skillnaden mellan män och kvinnor har ökat. 29 procent av männen fildelar jämfört med 10 procent av kvinnorna.

På samma sätt som bloggandet ingår i de unga kvinnornas internetkultur ingår fildelningen i de unga männens internetkultur. Hälften av de unga männen 16-25 år fildelar och ytterligare en fjärdedel i samma åldersgrupp har fildelat.

16-ÅRIG ONLINESPELANDE UNG MAN SOM GILLAR MUSIK | Tillbringar mer än en arbetsvecka framför datorn. Han började använda Internet när han var 11 år och anser nu att han är mycket datorkunnig. Varje dag använder han Internet för att skicka MSN till kompisar, ringa, ta del av nyheter och läsa tidningar, spela spel, lyssna och ladda ner musik. Dagligen besöker han också sina sociala nätverk, kommenterar vad andra skriver, besöker videowebsplatser och ser och laddar ner videos. Han fildelar också dagligen och söker fakta och letar efter ords betydelser, även om det inte blir lika ofta. Han spelar gärna online med flera andra spelare. Han ser också på TV via Internet och använder sin mobil för gå ut på nätet bl.a. för att besöka de sociala nätverken. Han betalar inte själv för kostnaden. I skolan har han inte mycket användning för sina datorkunskaper. Några gånger i månaden får de i skolan uppgifter att använda Internet. Han tycker om att prova nya tekniska saker och Internet är hans främsta källa för både information och underhållning. I familjen är de fyra, ett något yngre syskon och en mamma som är barnskötare och som använder Internet både hemma och på arbetet dagligen. Hon är ganska kunnig och började använda Internet 1996. | **AVANCERAD ENTUSIAST**







Digital delaktighet

Känsla av delaktighet	51
Tekniktröskeln	52
Aktiv användning	52
Vilka känner sig ej delaktiga i informationssamhället?	53
De som ägnar minst tid åt Internet	54
Var skall ribban läggas för digital delaktighet?	54

Vi har nu sett hur många internetanvändare är aktiva användare, som inte bara utnyttjar de möjligheter som Internet erbjuder utan också är med och själva skapar en del av det innehåll som finns tillgängligt online. Men det finns också de som inte alls använder Internet och de som visserligen har skaffat sig tillgång till Internet men ytterst sällan utnyttjar denna möjlighet. Hur många är det som på detta sätt står utanför det moderna informationssamhället och var skall gränsen sättas mellan de som kan kallas digitalt delaktiga och de som står utanför? Vad krävs för att någon skall kallas digitalt delaktig och hur stor del av befolkningen omfattas av denna delaktighet?

Känsla av delaktighet

Låt oss börja med en fråga som vi ställt under de senaste tio åren: ”Du har säkert hört att det överallt talas om att surfa på Internet, använda e-post och den nya informationstekniken. Känner du dig delaktig i detta nya informationssamhälle?” Svaret för tio år sedan, år 2000, var att 35 procent av befolkningen svarade JA. Dubbelt så många svarade NEJ. Vid denna tid hade ungefär hälften av befolkningen skaffat sig tillgång till Internet.

Hur många har känt och känner sig delaktiga i det nya informationssamhället?

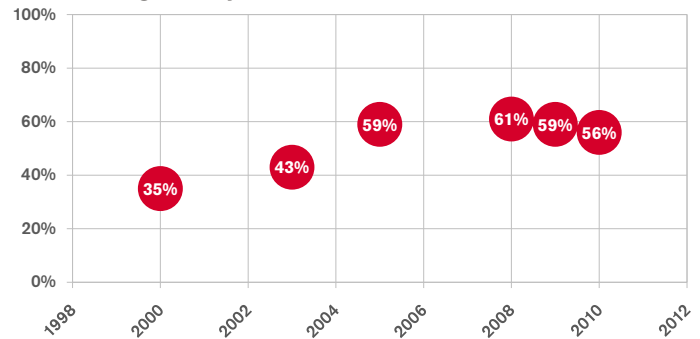


Diagram 8:1 Andel av befolkningen (18+ år) som "till stor del" eller "helt och fullt" känner sig delaktiga i det nya informationssamhället.

Under de följande åren spred sig Internet till nya grupper i befolkningen och känslan av delaktighet ökade. 2005 var det 59 procent av befolkningen som kände sig till stor del eller helt och fullt delaktiga i det nya informationssamhället. Men därefter har inte mycket hänt. Andelen som känner sig delaktiga har varken ökat eller minskat under de senaste åren. Drygt halva



13-ÅRIG POJKE UTAN DATOR | Började använda Internet 2009. Han har inte tillgång till någon dator i hemmet men använder Internet på andra platser några gånger i månaden. Han betraktar sig som datorokunnig och känner sig inte alls delaktig i det nya informationssamhället, men skulle gärna vilja ha tillgång till Internet hemma. I skolan används inte datorn. Han är med i scouterna, har en mobil och skickar SMS. Han ser en del på TV och spelar. Hans mamma är ensamstående och låginkomsttagare och arbetar som administrativ assistent. I arbetet använder hon Internet några gånger i veckan, men hemma finns ingen dator.

Hur många i olika åldrar känner sig delaktiga i det nya informationssamhället år 2010?

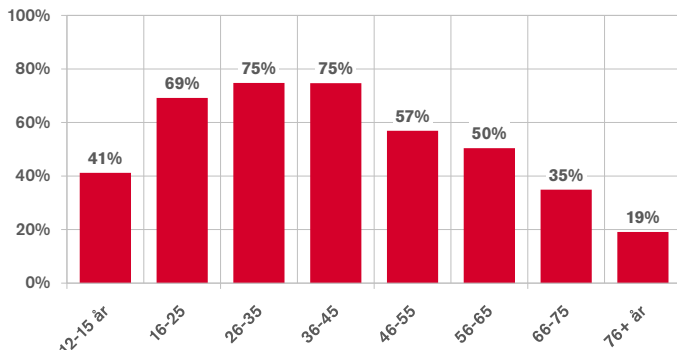


Diagram 8:2 Andel i olika åldrar som år 2010 "till stor del" eller "helt och fullt" känner sig delaktiga i det nya informationssamhället.

Hur många män respektive kvinnor är intresserade av att testa nya tekniska apparater?

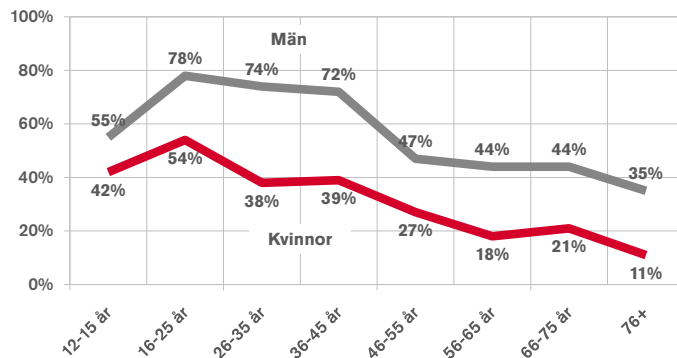


Diagram 8:3 Andel män respektive kvinnor i olika åldrar som är ganska eller mycket intresserade av att testa nya tekniska apparater.

befolkningen känner sig delaktig medan den andra halvan inte gör det. Skillnaden mellan generationerna är stora. Störst delaktighet känner de mellan 16 och 45 år. Tre av fyra i dessa åldrar känner sig delaktiga jämfört med en minoritet av de äldre.

Vi kan nu fråga oss vad som utmärker de som upplever att de är fullt delaktiga i informationssamhället? Vi finner då två komponenter. Den ena handlar om attityden till teknik och den andra komponenten handlar om hur Internet används. Teknikkomponenten uppvisar ett starkt samband med upplevelsen av delaktighet. Den rör både intresset för att prova nya tekniska apparater och tjänster och kunskaper att t.ex. kunna koppla in och installera nya tillbehör.

Tekniktröskeln

Intresset för att testa nya tekniska apparater och prylar har stor betydelse för de tidiga användarna. De som tillhör de första att prova en ny teknik. Det ökar också känslan av delaktighet. Men saknar man detta intresse och känner en osäkerhet inför det tekniska krävs det en annan motivation för att komma över tekniktröskeln. Vi kan se hur det fungerar bland de unga kvinnorna som inte är intresserade av det tekniska men som ändå tillhör de mest aktiva internetanvändarna och som blivit medskapare av innehållet på Internet. Ointresset för teknik går att ta sig förbi. Några systematiska skillnader i känslan av delaktighet mellan män och kvinnor finns inte heller bland de yngre och medelålders.

Aktiv användning

Den andra komponenten bakom känslan av delaktighet, förutom teknikintresset, är det sätt på vilket Internet används. Det är frågan om en internetanvändning som är präglad av egna aktiviteter som att delta i communities och sociala nätverk,



45-ÅRIG KVINNA SOM GILLAR TRÄDGÅRD | 45-årig kvinna som inte tycker om ny teknik och inte alls känner sig delaktig i det nya informationssamhället. Hon använder Internet sparsamt, totalt en timme i veckan. Betalar räkningar via Internet och använder e-posten någon gång i veckan. Hennes hälsa är mycket dålig och hon är sjukskriven och någon gång i månaden söker hon på google efter information om vårdinrättningar och specifika medicinska frågor. I familjen finns sju personer bl.a. ett barn på tre och ett på tio år som använder Internet för att spela spel och se på video. Hon tycker att Internet har medfört att familjen tillbringar mycket mindre tid tillsammans. Hon är bekymrad över kreditkortsbedrägerier och tycker att regeringen borde reglera Internet mycket mer. | **TRADITIONALIST**

att ha en egen blogg, att köpa och betala varor, att lyssna och ladda ner musik, att betala räkningar. Till känslan av delaktighet hör också utnyttjandet av Internet för att hitta mer specifik information som adresser och tidtabeller, kartor och vägbeskrivningar, vårdtjänster och särskild medicinsk information och information som rör ens specialintressen. Känner man att man behärskar att utföra dessa aktiviteter på Internet upplever man också att man är delaktig i informationssamhället. Det finns också ett starkt samband mellan känslan av delaktighet och den tid man ägnar åt Internet både hemma och på arbetet. Ju mer internettid desto större delaktighet.

Vilka kunskaper och aktiviteter har samband med upplevelsen av delaktighet i informationssamhället?

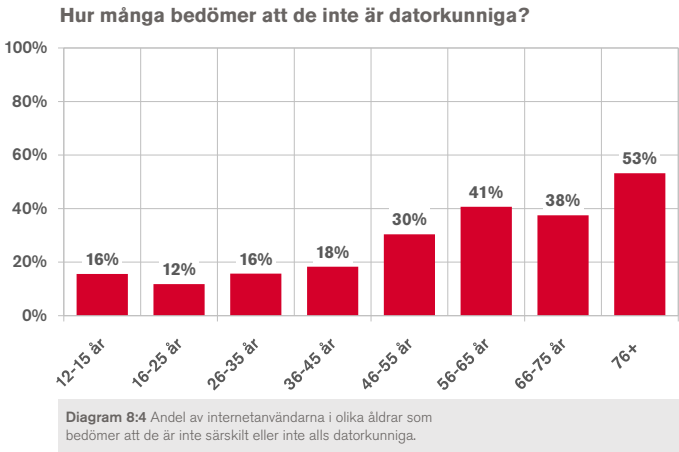
	Sambandsmått	Signifikans
Koppla in och installera nya tillbehör	,444	***
Köpa och betala varor/tjänster	,289	***
Söka adresser, tidtabeller etc.	,295	***
Besöka sociala nätverk	,263	***
Lyssna och ladda ner musik	,258	***
Söka kartor och vägbeskrivningar	,254	***
Söka information om hobby, specialintresse	,208	***
Innehav av e-legitimation	,191	***
Betala räkningar	,177	***
Internettid arbete	,237	***
Internettid hemma	,180	***

Tabell 1. Sambandsmått (Pearsons) mellan upplevelsen av delaktighet och svaren på en rad olika frågor. Ju högre värde desto starkare samband. (***) = p<0,001

Vilka känner sig ej delaktiga i informationssamhället?

Samtidigt som det finns en stor grupp som känner sig delaktiga i det framväxande informationssamhället finns det också en stor grupp som inte känner denna delaktighet. Där finns de som inte använder Internet men också de som visserligen är internetanvändare men vars användning är begränsad. Den tid de ägnar Internet är mycket mindre både i hemmet och på arbetet jämfört med de som känner sig delaktiga. Särskilt avgörande tycks internetanvändningen på arbetet vara. De som regelbundet använder Internet på arbetet känner sig mer delaktiga i informationssamhället.

Där finns också en teknikkomponent som hör ihop med känslan av att inte vara delaktig. 7 procent säger att de inte alls är kunniga i datorer och ytterligare 28 procent bara lite kunniga. Tillsammans betyder det att varje tredje internetanvändare betraktar sig som inte särskilt datorkunnig. De flesta av dem är äldre.



49-ÅRIG KVINNLIG PAPPERSARBETARE | Med enbart grundskola bakom sig, som inte alls känner sig delaktig i det nya informationssamhället. Hon är inte på något sätt intresserad av att testa nya tekniska prylar eller nya tjänster. Men 2009 började hon använda Internet. Via en stationär dator är hon dagligen ute på nätet men hennes användning är mycket sparsam. Hon letar efter jobb, ibland läser hon en tidning eller söker information om resor. Det händer också, men mer sällan, att hon använder e-posten, tar del av nyheter, bloggar, tidtabeller, kartor etc. Hon har en e-legitimation, och går ibland in på Internetbanken, men är oroad över kreditkortsbedrägerier och betalar inte sina räkningar via Internet. Med mobiltelefonen skickar hon både SMS och MMS. Hon läser sin dagliga tidning och lyssnar mycket på radio, mer än vad hon ser på TV. Främsta intresset är att träna och läsa. | **TILLHÖR DE FÖRSIKTIGA**

De som ägnar minst tid åt Internet

Det finns en stor variation i hur mycket tid som i hemmet läggs ned på Internet bland användarna. 17 procent ägnar mer än 18 timmar i veckan åt Internet, en del av dem uppåt 30 timmar. Å andra sidan finns det dels de som inte alls använder Internet (18%) och 7 procent som i genomsnitt ägnar Internet några minuter upp till en timme i veckan, och ytterligare 7 procent med en internettid upp mot 2 timmar. Vi skall här se närmare på dessa två grupper med begränsad internettid. På vilket sätt använder de Internet? Kan de anses digitalt delaktiga?

Hur lång tid i veckan lägger svenska folket ner på Internet i hemmet?

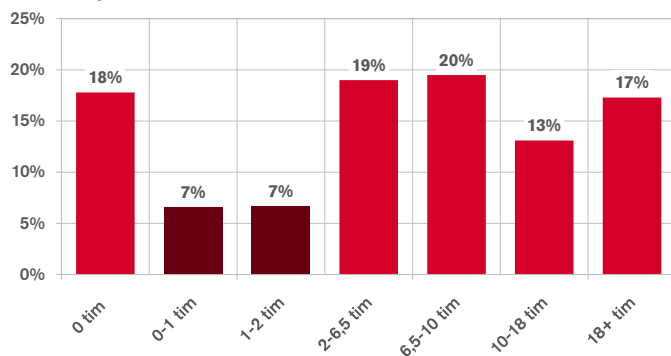


Diagram 8:5 Andel av befolkningen som i hemmet ägnar Internet olika lång tid i veckan.

Av naturliga skäl använder de två grupperna med liten internettid sällan Internet och de flesta av Internets möjligheter utnyttjar de inte. De aktiviteter som de flesta i grupperna utför åtminstone någon gång ibland är att skicka e-post, ta del av nyheter, läsa tidning, söka information om tidtabeller och adresser. Man besöker inte sociala nätverk, söker inte efter särskild information inom något specialområde, e-handlar inte och de flesta har ingen e-legitimation. Det är i synnerhet gruppen med den kortaste internettiden som har en mycket begränsad användning, medan de som ägnar Internet 1-2 timmar i veckan är mer varierad. Majoriteten i båda grupperna är inte särskilt intresserade av att testa nya tekniska saker,

men det finns ändå en hel del som upplever sig som delaktiga i informationssamhället.

Medan de som inte alls använder Internet domineras av äldre kvinnor med låg utbildning, domineras de två grupperna med begränsad internettid av medelålders människor (35-65 år). I gruppen med kortaste tiden (0-1 tim/vecka) återfinns både män och kvinnor med varierande utbildning, medan gruppen med näst kortast tid (1-2 tim/vecka) domineras av kvinnor och personer med högre utbildning.

Upplevelsen av digital delaktighet följer sålunda inte helt den tid man lägger ner på Internet. Vi såg tidigare att om man behärskar att utföra en rad aktiviteter på Internet så upplevde man att man var delaktig i informationssamhället, men det finns också en del av de med begränsad användning, både i tid och djup, som ändå känner sig digitalt delaktiga. Sambandet mellan internetanvändning och känslan av delaktighet är sålunda komplicerat och innehåller fler komponenter än bara användningstid.

Var skall ribban läggas för digital delaktighet?

Vi har här utgått från användarnas egen upplevelse av delaktighet. Vi har identifierat den stora grupp som verkligen känner att de är delaktiga i det framväxande informationssamhället. Vi har också försökt ringa in den grupp av människor som inte känner sig delaktiga. Dit hör de som betraktar sig som helt okunniga i datorer och vars internetanvändning i hemmet är mycket begränsad och på arbetet nästan obefintlig. Till denna grupp som nästan inte alls använder Internet kommer ytterligare en grupp med begränsad internetanvändning på 1-2 timmar i veckan. De har viss datorkunskap och använder Internet för en del aktiviteter som e-post och sökande efter t.ex. adresser och tidtabeller. Frågan är vad som skall krävas av en internetanvändare för att denne ska betraktas som digitalt delaktig? Ett mått är att utgå från användarnas egen upplevelse. Ett annat mått är att utgå från vad som krävs för att en medborgare skall kunna fungera i ett informationssamhälle där allt mer av information och tjänster är digitala, och sedan utifrån detta definiera vad som krävs av kunskaper och färdigheter för detta.



Avslutning

År 2010 har Sverige placerats som nummer ett på flera globala rankinglistor som mäter hur väl förberett ett land är för utveckling och spridning av den nya informationsteknologin. Nästan alla unga i de välutvecklade industriländerna använder idag Internet. Däremot är skillnaderna stora om vi ser till de äldre. Det är bara i länder som Sverige, de övriga nordiska länderna och USA där det är någorlunda vanligt med Internet bland pensionärerna.

Utvecklingen under det senaste året har kännetecknats av en konsolidering. Det tillkommer fortfarande nya internetanvändare som inte tidigare använt sig av Internet. I Sverige rör det sig årligen om 100-150 000 personer. Den utvecklingen kommer att fortsätta men några större språng är inte att vänta. De flesta unga och medelålders har redan Internet och de yngsta kommer, som nu, att vara internetanvändare när de börjar skolan. Detta innebär samtidigt att det i Sverige, inom överskådlig tid, kommer att finnas 1,5 miljoner svenskar som inte är internetanvändare. Många som har tillgång till Internet är också mycket begränsade i sin användning.

Även om det sålunda inte tillkommit så många nya användare har det skett förändringar under det gångna året. Tendensen att allt fler blir dagliga användare fortsätter. Allt mer tid läggs också ner på användningen och i vissa avseenden har det skett förändringar i själva användningen.

Communities och sociala nätverk har fått ökad betydelse framför allt hos de medelålders. Webbgemenskaper av olika slag har alltid funnits på Internet, men de var framför allt uppbyggda kring gemensamma intressen. De sociala nätverken är uppbyggda kring de enskilda individerna och deras kontaktlistor. Från början var det mest tonåringar som intresserade sig för dessa sociala nätverk. Sedan spred sig intresset till de över 35 år och under det senaste året har

ökningen varit dramatisk bland de ännu äldre. Andelen som besöker sociala nätverk har mer än fördubblats i åldrarna över 45 år.

Många som är med i webbgemenskaper är också aktiva medskapare. De skapar innehåll. De gör statusuppdateringar. De skickar in inlägg och kommenterar vad andra skriver. Tillsammans innebär detta en väldig innehållsproduktion. Det är inte frågan om några enskilda insändare utan om hundratusentals inlägg och kommentarer. Tre och en halv miljon svenskar är med att skapa innehåll i de sociala nätverken på Internet.

I jämförelse med globala webbplatser som Wikipedia och YouTube som också bygger på användarskapat innehåll är relationen mellan att ta del av vad andra gjort och vad man själv producerar, på en helt annan nivå. Även om det finns tusentals personer som skickar in artiklar och kommenterar andras artiklar på Wikipedia utgör de bara en bråkdel av alla de som slår upp saker på Wikipedia. Om det går 1 innehållsproducent på 10 000 användare på Wikipedia går det 8 000 innehållsproducenter på 10 000 användare av de sociala nätverken.

Mest aktiva är de unga kvinnorna. Det är en tendens från de senaste åren som förstärks ytterligare. Trots att de inte är så intresserade av nya tekniska apparater och i början av Internets utveckling hade svårt att få någon plats framför datorn, skymda av bröder och pojkvänner. Nu har de egna bärbara datorer och skapar sitt eget innehåll och sin egen bloggekultur. Redan i tolvårsåldern är hälften av flickorna engagerade. Pojkarnas internetanvändning däremot utvecklas åt ett annat håll. Där är det spelandet och fildelandet som blir viktiga delar av deras Internetkultur.

Förbättrad teknik har på flera sätt satt sina spår i internetanvändningen under senaste året. Det gäller mobilt Internet och distributionen av TV och rörliga bilder. Även om antalet som använder mobilen för att koppla upp sig på Internet inte har ökat särskilt mycket, har själva användningen ökat starkt. Man använder mobilt Internet oftare och för fler saker: e-posten, de sociala nätverken och för TV/video. Särskilt när det gäller att besöka sociala nätverk och att se på TV/video via mobilen har användningen ökat mångdubbelt under senaste året.

Överhuvudtaget har bildmediernas roll på Internet ökat. Internet var till en början textbaserat med stillbilder, men idag har tekniken gjort det möjligt att med god kvalitet se TV och rörliga bilder direkt via Internet, utan att först ladda ner innehållet på sin egen hårddisk. Det märks också. Fyra av tio användare ser någon gång på video och TV. Men fortfarande är det dagliga användandet begränsat. Mer omfattande är tidningsläsningen på nätet. De flesta gör det, och tre av tio gör det dagligen.

Det intressanta är att den vanliga läsningen av den traditionella papperstidningen inte påverkas särskilt mycket. Det finns t.o.m. ett positivt samband så att de som läser mycket papperstidningar också läser mycket nättidningar. Internet tycks sålunda fungera mer som ett komplement än en konkurrent. Det gäller även i andra sammanhang och är inget unikt för Sverige.¹

Det gäller också för hälsoinformation. Internet har här öppnat en väg till information och kunskaper som för många legat utom deras räckhåll. Två av tre internetanvändare

utnyttjar också denna möjlighet att få svar på sina frågor om hälsa och medicin. 8 av 10 googlar för att hitta ett svar. Det innebär dock inte att andra informationskällor konkurrerats ut. Läkare, sjuksköterskor och vårdpersonal är fortfarande viktigast.

Ett problem är att det i första hand är de välutbildade som utnyttjar denna möjlighet. Det gäller även inom en del andra områden som ekonomi, e-legitimation, samhällsinformation, information från myndigheter m.m. Många lågutbildade och äldre är inte delaktiga. Det finns dock tecken på att skillnaderna minskar när man väl blir internetanvändare. Det gäller för hälsoinformation där de äldre söker lika ofta efter medicinsk information som yngre och skillnaderna mellan utbildningsnivåer i vissa fall har försvunnit. Många äldre använder dock inte Internet.

Avslutningsvis får vi inte glömma, även om Sverige hamnat högt upp på tre globala Internet-index, att Internet fortfarande är en förhållandevis ny teknik. Det är en sak att utforma ett system för teknikintresserade och datorkunniga människor men något helt annat att anpassa systemet till användare som aldrig under hela sitt liv använt en dator. Och fortfarande femton år efter det att Internet introducerades, är det ungefär hälften av befolkningen som inte känner sig delaktiga i det nya informationssamhället. Åtta av tio använder inte mobilen för att gå online. Fem av tio använder inte Internet för att få hälsoinformation. En tredjedel använder inte Internet för att betala sina räkningar.

1 Pew (2010). Americans Spending More Time Following the News.

Användningsmönster

I "Svenskarna och Internet 2007" gjordes en analys av olika användningsmönster bland de som använder internet.¹ Vi fann då, när vi såg alla användare som en helhet, att vi kunde urskilja fyra grundmönster: De avancerade entusiasterna, traditionalisterna, modernisterna och de försiktiga.

De avancerade entusiasterna använder internet mer än några andra. De lägger ner mycket tid på internet, både för information, underhållning och praktiska saker och framför allt är de inbegripna i att ta del av och skapa det användargenererade innehållet på nätet, i form av webbgemenskaper, bloggar och fildelning.

Traditionalisterna utnyttjar i första hand nätet för all information som finns där och för att få hjälp med praktiska saker. Här finns två grupper där den ena ägnar internet ganska lite tid och då i huvudsak för ovanstående saker, medan den andra gruppen är mer entusiastisk och inte främmande för att även använda internet för underhållning och nöje.

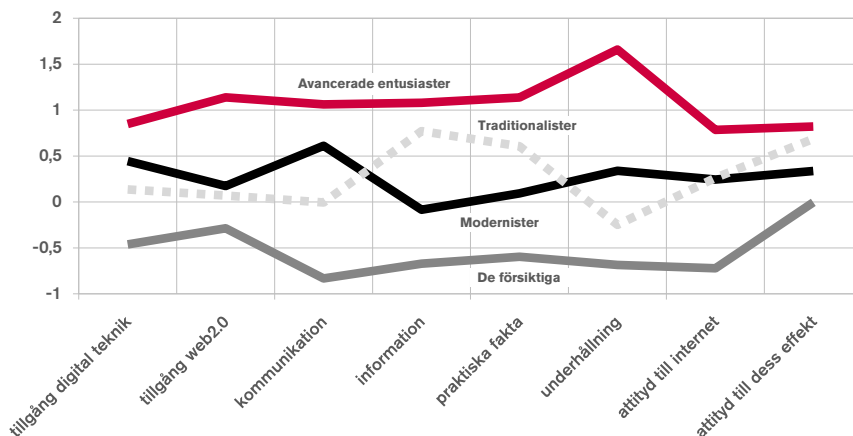
Modernisterna använder också internet för information och praktiska saker men framför allt för kommunikation. Här finns också två grupper där de entusiastiska, som ägnar internet mer tid, också intresserar sig för underhållning och nöje, medan den andra gruppen riktar in sig enbart på kommunikation.

De försiktiga slutligen ägnar internet mycket lite av sin tid. De har visserligen tillgång till internet men internet utgör inget viktigt för dem. När de använder internet är det i huvudsak för information och fakta.

¹ Findahl (2007). Svenskarna och Internet 2007. World Internet Institute

Internetanvändarna uppdelade efter fyra användningsmönster

Genomsnittsvärden i varje användargrupp för 8 faktorer som mäter tillgång, aktivitet och attityd till Internet. Ju högre värde desto större tillgång, aktivitet och positivare attityd.



Referenser

APIRA (2010). Internet in Asia Pacific Region. A comparative Report 2009. Asia Pacific Internet Research Alliance.

Broman, K., & Ericsson, L. (2008). Internet som informationskälla. En enkätstudie om hur gravida förstföderskor använder sig av Internet. Sahlgrenska akademien Göteborg

Bylund, C.L et al. (2007), Provider-patient dialogue about internet health information: An exploration of strategies to improve the provider-patient relationship, Patient Education and Counseling, 66: 346-352

Davallius, C-A & Flensner, G (2009), Quality of some Swedish websites on "Heart attack" assessed with the EU quality criteria, Vård I Norden, 91 (29): 9-13

Digital Future (2010). 2010 USC Anneberg Digital Future Study. ;

Economist Intelligence Unit (2010). Digital Economy Rankings 2010. Beyond e-readiness. A Report from the Economist Intelligence Unit.

Ek, S. (2005). Hälsa i en samhällelig kontext. En empirisk och analytisk studie. Åbo akademis förlag.

EU Barometer statistics 2010.

Findahl, O. (2010). Unga svenskar och Internet 2009. World Internet Institute/.SE

Findahl, O (2009). Svenskarna och Internet 2009. World Internet Institute/.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 (2008). Vad säger internetstatistiken?

Findahl, O (2007). Svenskarna och Internet 2009. World Internet Institute.

Fox, S. (2009). The social life of Health information. Pew Internet & American Life Project.

Fox, S. & Purcell, K. (2010). Chronic Disease and the Internet. Pew Internet & American Life Project.

HUI (2010). Handelns utredningsinstitut, 3 september 2010.

ITU (2010). Measuring the Information Society 2010. International Telecommunication Union (ITU)

ITU (2010). Core ICT Indicators 2010. International Telecommunication Union (ITU).

Mustonen, M. (2002). Search Strategies in Searching Health (Medical) Information on the World Wide Web. Från Ginman, M. "Medborgare, hälsa och den föränderliga mediekulturen". Åbo akademi. 4.11. 2002 .

Nordicom (2010). Mediebarometern 2009. Nordicom, Göteborgs universitet.

OECD (2010). The Evolution of News and the Internet. Committee for Information, Computer and Communications Policy. DSTI/ICCP/IE(2009)14/FINAL. 11 June 2010.

Pew Internet Project 2010;

Pew (2010). Americans Spending More Time Following the News. The Pew research center for people and the press. September 12, 2010.

PTS (2009). Svenskarnas användning av telefoni & Internet 2009. Post och telestyrelsen.

Sambandam, S.N et al. (2007), Quality analysis of patient information on knee arthroscopy on The World Wide Web, Arthroscopy, 23 (5): 509-513

SCB (2010). Privatpersoners användning av datorer och Internet 2009. Statistiska centralbyrån.

Shirky, C. (2008). Here comes everybody. The power of organizing without organizations. Penguin, 2009.

Skog, D. (2010). Mjukvarumiljöer för gemenskap. En studie av nätgemenskap, teknik och kultur. Umeå universitet.

Sommerhalder, K. et al. (2009), Internet information and medical consultations: Experiences from patients' and physicians' perspectives, Patient Education and Counseling, 77: 266-271

Stevenson, F.A. et al. (2007), Information from the Internet and the doctor-patient relationship: the patient perspective – a qualitative study, BMC Family Practice, 8 (47): 1-8

Ilic D. The Role of the Internet on Patient Knowledge Management, Education, and Decision-Making. Telemed J E Health. 2010 Aug 6;16(6):664-669.

WEF (2010). The Global Information Technology Report 2009-2010. World Economic Forum (WEF).

World Internet Project. International Report 2010; University of Southern California.

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 (före 2007 från 18 år). Telefonintervjuerna är omfattande och innehåller frågor om de intervjuades personernas bakgrundsdata, tillgång till teknik, användning av traditionella medier och framförallt attityder till och användning av Internet i olika former. Till föräldrar med hemmavarande barn mellan 3 och 13 år ställs frågor om barnens användning av Internet. Till ungdomar mellan 12 och 15 år ställs också frågor till deras föräldrar.

Svenskarna och Internet är den svenska delen av World Internet Project, ett internationellt forskningsprojekt med ett tjugotal länder, som följer Internets spridning och användning runt om i världen. Varje partner i respektive land finansierar sin egen verksamhet i projektet. De nationella urvalen är representativa urval av befolkningen. I frågepaketen är drygt 100 frågor gemensamma för alla länder, de så kallade "Common Questions". Dessa är exakt lika formulerade i varje land för att skapa jämförbara resultat. Till de gemensamma frågorna har sedan varje land möjlighet att lägga till sina egna frågor. I den svenska delen tillkommer drygt 200 nationella frågor, varav en del är permanenta medan andra är nya för att kunna följa Internets utveckling. År 2000 genomfördes de första panelstudierna i USA, Sverige, Italien och Singapore.

Vad är unikt med projektet?

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

Metodbeskrivning Svenskarna och Internet

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

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.

Vuxenundersökning.

Svenskarna och Internet. Intervjuundersökning av ett urval av befolkningen från 16-85 år. (Antal intervjuade: 2010)

Föräldrarundersökning.

Tilläggsfrågor i vuxenundersökningen till de föräldrar som har barn mellan 3-13 år, om barnens användning av Internet. (396 intervjuade föräldrar om 507 barn)

Ungdomsundersökning.

Intervjuundersökning av ungdomar mellan 12-15 år och deras föräldrar. (102 ungdomar med 102 föräldrar)

52 procent män och 48 procent kvinnor.
65 procent bor i stad och 35% på landsbygden

Sysselsättning (16+)	
Arbete	52%
Studerande	13%
Hemma med barn	2%
Arbetslös	4%
Sjukskriven/förtidspensionerad	4%
Pensionär	25%

Wll:s urval 2010			Sv. Folkets åldersfördelning enl SCB	
Ålder	Antal	Procent	Ålder	Procent
16-25 år	331	16	16-25 år	14
26-35 år	286	18	26-35 år	16
36-45 år	324	18	36-45 år	17
46-55 år	290	15	46-55 år	16
56-65 år	307	16	56-65 år	15
66-75 år	278	11	66-75 år	10
76- år	194	7	76- år	11
Totalt	2010	100		100

Tabeller

Diagram 1:1	internet	bredband
2000	51%	3%
2001	53%	9%
2002	56%	15%
2003	65%	23%
2004	68%	27%
2005	72%	43%
2006	75%	54%
2007	78%	65%
2008	81%	75%
2009	83%	78%
2010	85%	84%

Diagram 1:8	oftast	ibland	aldrig
12-15 år	42%	38%	20%
16-24 år	61%	33%	7%
25-34 år	51%	37%	12%
35-44 år	37%	39%	25%
45-54 år	25%	41%	34%
55-64 år	17%	39%	44%
65-74 år	9%	28%	63%
75+	4%	26%	70%

Diagram 1:2	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
18-24 år	54%	57%	60%	70%	70%	86%	89%	92%	96%	97%	99%
25-34 år	58%	63%	69%	81%	82%	88%	87%	86%	95%	95%	97%
35-44 år	69%	73%	76%	84%	84%	89%	90%	91%	92%	96%	98%
45-54 år	64%	68%	72%	81%	79%	79%	83%	89%	90%	92%	94%
55-64 år	48%	52%	56%	62%	63%	68%	73%	77%	79%	84%	87%
65-74 år	17%	20%	24%	31%	27%	46%	50%	55%	56%	59%	66%
75+	10%	10%	11%	12%	12%	16%	20%	25%	25%	25%	29%

Diagram 2:2	Sverige	USA	Sydkorea	Hong Kong	Kina
6-14 år	94%	91%	99%	91%	14%
15-24år	99%	94%	100%	100%	67%
25-34 år	100%	95%	99%	93%	33%
35-44 år	99%	84%	94%	85%	17%
45-54 år	94%	79%	68%	60%	10%
55+	62%	61%	23%	22%	3%

Diagram 3:4	dagligen	minst vecka	någon gång	aldrig
3-4 år	5%	17%	17%	61%
5-6 år	9%	43%	25%	23%
7-8 år	16%	40%	26%	18%
9-10 år	33%	49%	15%	3%
11-12 år	39%	45%	12%	4%
13-14 år	44%	19%	23%	14%
15-16 år	25%	20%	17%	38%
17-18 år	17%	21%	22%	40%

Diagram 3:5	dagligen	minst vecka	någon gång	aldrig
3-4 år	12%	16%	9%	63%
5-6 år	10%	13%	15%	62%
7-8 år	16%	16%	9%	59%
9-10 år	33%	16%	19%	32%
11-12 år	39%	16%	12%	33%
13-14 år	44%	5%	27%	24%
15-16 år	25%	21%	25%	29%
17-18 år	17%	29%	30%	24%
19-25 år	12%	17%	33%	38%

Diagram 3:7	e-post	faktainformation	chatt	community
3-4 år	0%	1%	2%	0%
5-6 år	0%	1%	1%	0%
7-8 år	9%	13%	10%	5%
9-10 år	30%	52%	33%	26%
11-12 år	49%	67%	61%	46%
13-14 år	75%	88%	76%	53%
15-16 år	100%	97%	98%	58%
17-18 år	100%	98%	90%	55%

Diagram 5:3	dag/vecka	några ggr/ månad	någon gång	aldrig
16-25 år	11%	19%	25%	45%
26-35 år	13%	21%	38%	28%
36-45 år	13%	19%	40%	28%
46-55 år	13%	13%	38%	36%
56-65 år	7%	16%	36%	41%
66-75 år	6%	9%	41%	44%
76+	6%	13%	38%	44%

Diagram 5:4	vårdtjänster och läkemedel	sjukdom/ medicinskt problem
16-25 år	64%	54%
26-35 år	80%	71%
36-45 år	74%	65%
46-55 år	71%	60%
56-65 år	57%	51%
66-75 år	45%	40%
76+	47%	39%

Diagram 5:5	Män: minst månad	KV: minst månad	Män: någon gång	KV: någon gång
16-25 år	21%	35%	47%	59%
26-35 år	27%	41%	61%	80%
36-45 år	25%	37%	67%	78%
46-55 år	18%	35%	49%	80%
56-65 år	18%	30%	53%	70%
66+	15%	19%	53%	59%

Diagram 5:9	professionell telefonupplysning	Familj, vänner	Internet
16-25 år	43%	60%	55%
26-35 år	58%	55%	62%
36-45 år	54%	45%	61%
46-55 år	48%	43%	48%
56-65 år	43%	44%	38%
66-75 år	43%	43%	22%
76+	32%	53%	10%

Diagram 6:4	dagligen	vecka	någon gång	aldrig
12-15 år	3%	3%	13%	81%
16-25 år	7%	10%	16%	76%
26-35 år	13%	11%	18%	58%
36-45 år	8%	8%	17%	67%
46-55 år	5%	5%	8%	82%
56-65 år	1%	1%	4%	94%
66-75 år	1%	1%	2%	96%
76+	0%	0%	1%	99%

Diagram 5:5	dagligen	1-3 ggr/vecka	någon gång	aldrig
12-15 år	3%	16%	35%	46%
16-25 år	5%	11%	38%	46%
26-35 år	4%	5%	33%	58%
36-45 år	1%	4%	35%	60%
46-55 år	0%	2%	32%	66%
56-65 år	1%	3%	27%	69%
66-75 år	0%	2%	20%	78%

Diagram 5:6	dagligen	1-3 ggr/vecka	någon gång	aldrig
12-15 år	5%	9%	25%	61%
16-25 år	7%	9%	29%	55%
26-35 år	7%	5%	27%	61%
36-45 år	5%	5%	22%	68%
46-55 år	2%	3%	19%	76%
56-65 år	2%	1%	17%	80%
66-75 år	2%	2%	7%	89%

Diagram 7:3	2005	2007	2009	2010 Community	2010 Soc Nätv
16-25 år	23%	65%	72%	55%	88%
26-35 år	15%	42%	50%	55%	72%
36-45 år	7%	17%	31%	44%	59%
46-55 år	6%	7%	14%	23%	38%
56-65 år	3%	7%	10%	20%	28%
66-75 år	3%	3%	5%	6%	12%

Diagram 7:4	dagligen	minst vecka	någon gång	aldrig
3-4 år	0%	0%	0%	100%
5-6 år	0%	0%	0%	100%
7-8 år	1%	3%	1%	95%
9-10 år	8%	0%	18%	74%
11-12 år	18%	22%	6%	54%
13-14 år	22%	15%	24%	39%
15-16 år	26%	13%	11%	50%
17-18 år	25%	10%	20%	45%
19-25 år	60%	18%	10%	12%
26-35 år	43%	19%	10%	28%
36-45 år	28%	17%	14%	41%
46-55 år	14%	10%	14%	62%
56-65 år	9%	7%	12%	72%
66-75 år	4%	5%	3%	88%

Diagram 7:6	Nej	Ja, för vissa	Ja, för alla
Din ekonomi	65%	21%	3%
Din kalender	56%	27%	4%
Din hälsa	56%	30%	10%
Dina privata foton	44%	41%	5%
Var du befinner dig	44%	35%	13%
Dina vänner	34%	34%	16%
Din kontaktinformation	31%	37%	19%
Vad du arbetar med	25%	29%	24%

Index

allestädes närvarande	39	jämförelser internationellt	15, 16
användargenererat	43-45	jämförelser över tid	11, 19, 23, 24, 29, 38, 47, 52
barn	10, 19, 20, 46	komplement	34
betala räkningar	24, 26	kontaktistor	45-47
bilder	44-47	kreditkort	24
Blocket, Tradera	25	könsskillnader	10, 12, 21, 23, 25, 31, 46-48, 52
blogg	43, 44, 47, 52	läkare	32
bredband	9, 16	medicinska problem	30, 31, 33
community	21, 44-46	mobil	16, 37-38
daglig användning	10, 11, 39	MSN	43, 44
dagligvaror	24	multitasking	11
dator	9, 10	nybörjare, nyttillkomna	12, 19
dator bärbar	37	pojkar	21, 48
datorkunskap	53, 54	prisjämförelser	24, 25
delaktighet	51-54	produktinformation	24, 25
digital klyfta	32	samtidigt göra flera saker	11
e-bok	40	sjukdom	30
e-handel	23, 24	socialt nätverk	20, 21, 38, 43-46, 54
e-legitimation	54	spel	20, 21
e-post	20, 21, 38, 43	spelkonsol	9, 10
Facebook	44	statusuppdatera	43, 45
fildelning	43, 48	telefonupplysning	33, 34
flickor	21, 47, 48	tidningsläsning	34, 40
föräldrar	20	tonåring	12
google	30, 35	trådlöst	37
hälsa	34	TV	9, 11, 38-40
hälsoinformation	29-32, 34, 35, 43	unga	12, 16, 46, 47
icke-användare	13	uppkoppling	10
index	16, 17	utanför	12, 13, 52
informationskällor	32, 33	utbildning	25, 31, 32, 33, 40
internet arbete	53, 54	video	20, 38-40
Internet användning	9, 10, 11, 16	vårdpersonal	31, 32, 34
Internet spridning	9	vårdtjänster	30, 53
Internet tid	16, 54	äldre	52, 53
internetstatistik	13, 17		
intresse för teknik	12, 13, 52		



.SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur) ansvarar för Internets svenska toppdomän, .se. Kärnverksamheten är registrering av domännamn samt administration och teknisk drift av det nationella domännamnsregistret, samtidigt som .SE verkar för en positiv utveckling av Internet i Sverige. Överskottet från registreringen av domännamn finansierar projekt som bidrar till Internets utveckling i Sverige. .SE satsar intensivt på att vara en aktiv forsknings- och utvecklingsfinansiär och -aktör inom Internetutveckling. Syftet med satsningsområdet Internetstatistik är att säkerställa tillgången till aktuell, tillförlitlig och relevant statistik för alla som vill bevaka eller analysera Internetutvecklingen i Sverige. Genom .SE:s försorg har en rad statistikrapporter kunnat publiceras på området. Från 2010 är .SE numera huvudman för studien Svenskarna och Internet samt den svenska delen av World Internet Project.

www.iis.se



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.

www.wii.se

Svenskarna och Internet är den årliga rapporten från .SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur) som kartlägger Internetanvändningens utveckling och förändringar hos den svenska befolkningen. Rapporten publiceras av .SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur) i samarbete med World Internet Institute. I 2010 års rapport belyses bl.a. följande:

- Sverige intar förstaplatsen på tre globala IT-index
- Vanligt med Internet under TV-tittande
- Användningen av mobilt Internet ökar kraftigt
- Åtta av tio googlar för att få svar om hälsan
- Hälften av alla svenskar är med i sociala nätverk
- De unga kvinnorna dominerar bloggandet
- De unga männen dominerar fildelningen
- Fildelningen åter på samma nivå som 2008
- Halva folket känner sig ej delaktiga i informationssamhället

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.

.se

