



Olle Findahl

Svenskarna och Internet 2008



Olle Findahl

Svenskarna och Internet 2008

Denna rapport är skyddad av upphovsrättslagen

Alla rättigheter till rapporten ägs av World Internet Institute. Utskrift och kopiering av denna rapport får endast ske för personligt bruk. Mångfaldigande av denna rapport är förbjudet. Undantag från detta beviljas normalt inte och prövas i varje enskilt fall. Vid referat av texter, tabeller och diagram skall källa anges enligt följande: "Källa: World Internet Institute, Svenskarna och Internet 2008". Det är fritt att för eget bruk ladda hem rapporten från World Internet Institutets webbplats: www.wii.se
Önskas tryckta rapporter går det bra att beställa dessa från World Internet Institute.

Svenskarna och Internet 2008

Ansvarig utgivare: Jan Elvelid, World Internet Institute

Författare: Olle Findahl

World Internet Institute, Stationsgatan 7, 824 43 Hudiksvall

Telefon: 0650-60 10 06

E-post: info@wii.se - www.wii.se

Sättning: Jessica Hammerin Nordin

Digital upplaga nr 1 - 21 oktober 2008

ISBN: 978-91-85291-11-3

ISSN: 1652-3172

1. Internetspridningen fortsätter men saktar av	9
Ungdomar dominerar allt mer Internet	
Internet kryper allt längre ner bland förskolebarn	
En jämförelse mellan Internets och televisionens spridningskurvor	
2. Användningen ökar	14
Internetanvändning på olika platser	
Allt fler använder Internet dagligen	
3. De som står utanför	17
Varför slutar en del att använda Internet?	
De yngre mer integrerade i Internetsamhället	
Funktionshinder	
4. Sociala nätverk	21
Hur många släktingar/vänner använder Internet?	
Finns det någon att fråga om hjälp?	
Internet-vänlighet i olika sociala miljöer	
5. E-handel	25
Hur många handlar på nätet?	
Vad handlar man på nätet?	
Vem e-handlar?	
6. Användargenererat innehåll	30
Fler besökare än deltagare	
Blogg	
Webbgemenskaper och communities	
Spela på nätet	
Fildelning	
7. Internet och traditionella medier	38
Tidningar	
TV	
Internet i mobilen	
8. Ungdomar, medelålders och pensionärer	43
De unga	
De medelålders	
De äldre	
9. Bra och dåligt med Internet	49
Den positiva attityden till Internet	
Den skeptiska attityden till Internet	
Den negativa attityden till Internet	
Finns det ett beroende?	
10. Avslutning	53
Referenser	
Bilagor	

Förord

Svenskarna och Internet har blivit en självklar källa till kunskap om av hur Internet används och påverkar individen och samhället. I Sverige bidrar vi med underlag till såväl politiker, som företagare och forskare i deras arbete och inför de beslut de skall fatta. Idag, snart 10 år sedan vi inledde arbetet, når vi ut till tusentals läsare varje år och utvecklar såväl studien som rapporten varje år. På initiativ av .SE har internetstatistikgruppen formats, en gruppering av producenter av internetstatistik i Sverige, där World Internet Institute och Svenskarna och Internet har en självklar plats.

Årets rapport innehåller flera intressanta nyheter, barn och ungdomar, e-handel, bra och dåligt med internet, vilka står utanför och mycket mer. Området barn och ungdomar kommer även att fördjupas ytterligare i en fristående rapport senare under året.

Flera av beslutsfattarna i dagens samhälle har växt upp i en tid utan Internet, datorer och mobiltelefoner, en självklarhet för nästan alla ungdomar som växer upp idag. Kan vi då lära oss om framtiden, genom att studera barnen och ungdomarnas användning av Internet och ny teknik? Till viss del, men inte helt och hållet. De är som grupp tidiga med att ta till sig ny teknik och nya tjänster, vilket gör att vuxenvärlden ibland står nästan lite skrämnda inför alla saker som ungdomar gör, eller kan göra med ny teknik och Internet. Visserligen gör de saker som vuxna inte gör men det är därmed inte självklart att de besitter en överlägsen digital kompetens.

En del av deras användning består av saker som de gör just för att de är barn och ungdomar. Saker som kommer att försvinna i och med att de skaffar jobb, familj och får en ny levnadssituation. Vissa delar av deras användning, är dock nya beteenden som kommer att följa med upp i vuxen ålder.

För att bättre förstå barn och ungdomars användning har vi inlett ett arbete med att utveckla en studie riktad mot barn och ungdomar. I år genomför vi en pilotstudie ner till 12 års ålder och utökade frågorna till föräldrar om deras barns internetanvändning.

Genom att World Internet Institute är den exklusiva svenska parten i World Internet Project tar vi inte bara fram kunskap för svenska mottagare. Politiker och beslutsfattare världen över, från USA till Kina till Sverige, använder sig av resultat från World Internet Project som beslutsunderlag i sitt arbete.

Danny Aerts VD
.SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur)

Jan Elvelid VD
World Internet Institute

Sammanfattning

Svenskarna och Internet 2008

Den svenske användaren har, i genomsnitt, haft tillgång till Internet i åtta år. Under de åtta åren har Internetanvändarna successivt vant sig vid Internet och utvecklat sitt användande efter sina behov och kunskaper. Det innebär att vi nu kan tala om mogna och erfarna användare i alla åldersgrupper.

Internettillgång

90% av svenskarna över 16 år har tillgång till Internet någonstans. 81% har tillgång till Internet hemma. 91% av Internetanvändarna har tillgång till bredband vilket motsvarar 75% av befolkningen.

Internetanvändning

80% av svenskarna över 16 år använder Internet någonstans. 75% använder Internet i hemmet. 71% använder Internet hemma åtminstone en gång i veckan. 53% använder Internet dagligen.

Internet kryper ner till de yngsta

Nästan alla barn i skolåldern, från nio år och uppåt, är bekanta med Internet. Bland tioåringarna börjar det bli svårt att hitta barn som inte är användare. Det anmärkningsvärda är dock inte skolbarnen utan vad som hänt bland förskolebarnen under de senaste åren. Här har Internetanvändandet blivit allt vanligare, och redan vid fem års ålder har hälften av alla barn använt Internet.

Majoriteten är fortfarande försiktiga traditionalister

Huvuddelen Internetanvändare är dock inte unga, utan medelålders. Förutom e-post använder de Internet på ett traditionellt sätt där information står i fokus. De är positivt inställda till Internet men andra medier är i många fall viktigare.

De populäraste Internetaktiviteterna

95% använder e-post; 89% tar del av nyheter och söker information om tidtabeller, bio, adresser och TV-program; 75% läser en nättidning och 77% uppsöker webbsidor med anknytning till deras hobby och specialintressen; 78% av de som använder Internet loggar in på sin Internetbank.

Communities och bloggar

27% av befolkningen över 16 år är medlem i en webbgemenskap, en community. 5% har en blogg. Motsvarande siffror för de unga, 16-25 år, är 65% för medlem i en community och 16% med en blogg. Detta är en ökning från 2007 i en aktivitet som inte existerade år 2000.

Är användarna nöjda eller missnöjda med Internet?

83% av användarna är nöjda eller mycket nöjda med Internet i stort. Det är oförändrat jämfört med 2007 men en ökning från 75% år 2000.

Har datoriseringen gjort arbetet effektivare?

Hälften (62%) anser att situationen är oförändrad, 31% att produktiviteten ökat och 7% att den minskat. Detta är en liten nedgång från 2007 och en stor nedgång från år 2000 då två av tre ansåg att datoriseringen gjort arbetet effektivare.

Kan man lita på informationen på Internet?

En tredjedel anser att det mesta av informationen är att lita på, en tredjedel svarar hälften och en tredjedel att bara en mindre del är att lita på. Inga förändringar sedan år 2000.

Oro för ökad övervakning och kontroll

39% är oroade för att myndigheter och arbetsgivare får en ökad möjlighet till övervakning och kontroll. Det är en ökning från 2007, men en minskning från 50% år 2000.

Oro för kreditkortsbedrägerier

38% är oroadade för kreditkortsbedrägerier. Det är en liten minskning från 2007 och en stor från 72% år 2000.

Internet som källa till information och nöje

Efter familj och vänner är TV viktigaste källan för information. Sedan följer dagstidningar, radio och sist Internet. Jämfört med år 2000 har Internets position förstärkts avsevärt.

När det gäller som källa till underhållning dominerar TV. Sedan följer radio och dagstidningar och därefter Internet. Även här har Internet flyttat fram sin position.

Ser vi bara till de unga 16-35 år placerar de idag Internet först vad gäller källa för information och de yngsta (16-25 år) även för underhållning. Det gjorde de inte år 2000.

Nya kontakter via Internet

Användandet av Internet har ökat kontakterna med andra inom samma yrke (säger 27%), med vänner (säger 30%), med de som delar hobby och samma intressen (säger 20%), inom familjen (säger 18%). Däremot har inte Internet medfört ökade kontakter med de som delar samma politiska intressen eller religion. Detta är samma mönster som tidigare år.

Bra och dåligt med Internet

Internet har gjort mitt liv bättre och lättare att leva, säger 86% av Internetanvändare. Endast 26% kommer på något som blivit sämre eller mer komplicerat. Det är möjligheten, att med hjälp av Internet, sköta bankärenden, leta fakta och information, handla och hålla kontakt med andra människor som gjort det lättare att leva.

Det negativa handlar om att Internet har en tendens att ta för stor plats. Det är lätt att fastna framför datorn, vilket har konsekvenser för relationerna till närstående. Drygt en miljon människor, 18% av användarna, klagar över att de själva eller närstående tillbringar alltför mycket tid framför datorn. Uppskattningsvis är det en eller två procent som har allvarliga problem.

Internet och demokratin

Svenska folket är fortfarande skeptiska till Internets möjligheter att påverka och förändra det politiska livet och stärka människors möjligheter att påverka. Endast 14% anser att Internet kommer göra det lättare att påverka regeringen, 7% att människor kommer att få mer politisk makt med hjälp av Internet. Inga förändringar sedan år 2000. 21% anser att Internet kommer att göra det lättare att förstå politik. Små förändringar sedan år 2000.

E-handel

42% av befolkningen handlar åtminstone några gånger om året via nätet. Det är en liten ökning från 2007 och en stor ökning från 8% år 2000.

Känner sig delaktig i det nya informationssamhället

60% av befolkningen känner sig delaktiga, 40% gör det inte. Detta är en liten ökning från 2007, och en betydande ökning sedan år 2000 då 35% kände sig delaktiga och 60% kände sig inte delaktiga.

Den digitala klyftan kvarstår

Trots att Internet fortsätter att sprida sig, och allt mer tid läggs ner på användningen, befinner sig nästan en tredjedel av svenskarna utanför Internetvärlden. Där ingår nästan 400 000 personer yngre än 46 år, mer än 700 000 mellan 46 och 65 år, och mer än 1,1 miljoner pensionärer. Det innebär att Internet inte är en del av två miljoner vuxna svenskers vardagsliv. Bakom detta återfinns generationsskillnader, som speglar intresse och behov av Internet. Där finns skillnader i inkomst och utbildning där framför allt ekonomin fortfarande uppvisar ett tydligt samband, bland de medelålders och äldre, med vem som har tillgång till Internet.

Kapitel 1

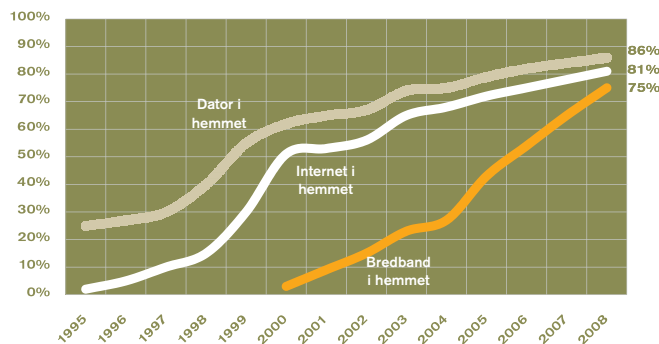
Internetspridningen fortsätter men saktar av

Fortfarande år 2008, kommer det till nya människor som skaffar sig tillgång till Internet hemma. Men spridningen går långsamt trots att det fortfarande är en och en halv miljon svenskar som inte har Internet hemma. 86% av befolkningen har idag tillgång till en dator hemma, 81% har tillgång till Internet och 75% har tillgång till bredband.¹

I slutet på 90-talet, under den s.k. primära spridningsfasen fram till år 2000, spred sig Internet mycket snabbt ut i befolkningen. Efter fem år hade halva den vuxna svenska

¹ För en diskussion om Internetstatistiken och en jämförelse mellan olika mätningar, se Findahl (2008), Vad säger Internetstatistiken?

Diagram 1:1 Andel av svenska folket med tillgång till dator, Internet och bredband i hemmet 2008



befolkningen skaffat sig tillgång till Internet i hemmet. Sedan, under den sekundära fasen, började tillväxttakten att mattas av. Men fortfarande efter tretton år tillkommer det nya Internetanvändare varje år. Under de senaste åren har omkring tre nya procent av befolkningen skaffat sig Internet årligen, vilket motsvarar ungefär 200 000 nya Internetanvändare för varje år.

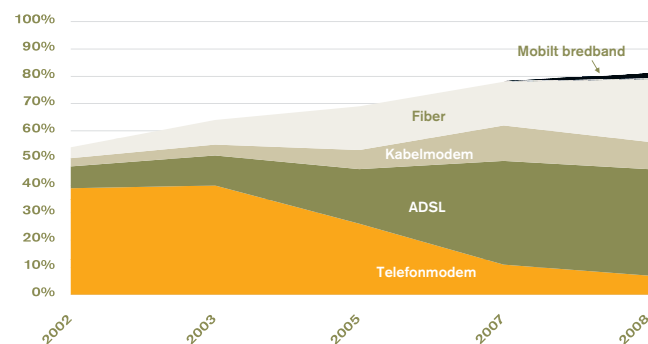
Den stora förändringen, under den sekundära fasen, har varit knuten till bredbandsutbyggnaden. Omkring 10% av befolkningen har blivit nya bredbandsanvändare varje år. Idag har 75% av befolkningen, 91% av Internetanvändarna, tillgång till bredband i hemmet. Andelen med telefonmodem har minskat till 7%.

Andelen med telefonmodem har stadigt minskat år från år och ersatts av snabbare uppkopplingar. ADSL som utnyttjar telefnätets kopparkablar har blivit dominerande, men över åren har fiber/LAN successivt ökat sin marknadsandel.

Det allra senaste är mobilt bredband över 3G nätet. Som huvudsaklig uppkoppling i hemmet är det inte så vanligt (gäller 2% av befolkningen), men som kompletterande uppkoppling har det bara under senaste året (fram till våren 2008) blivit desto vanligare. Totalt har 9% av befolkningen tillgång till mobilt bredband, vilket motsvarar 650 000 personer eller 22% av de som har bärbar dator.

I ett internationellt perspektiv har den snabba spridningen av bredband under senare år fört upp Sverige till en framskjuten

Diagram 1:2 Förändringar av befolkningens huvudsakliga Internetuppkoppling i hemmet



Tabell 1:1 Huvudsaklig Internetuppkoppling i hemmet

	Andel av Internetanvändarna	Andel av befolkningen 16+
Telefonmodem	7%	6%
ADSL	49%	37%
Kabelmodem	13%	10%
Fiber/LAN	29%	21%
Mobilt bredband	2% (9%)	2%
	100%	76%

position som ett bredbandsland. Under många år befann sig Sverige långt efter, särskilt i jämförelse med en del asiatiska länder.²

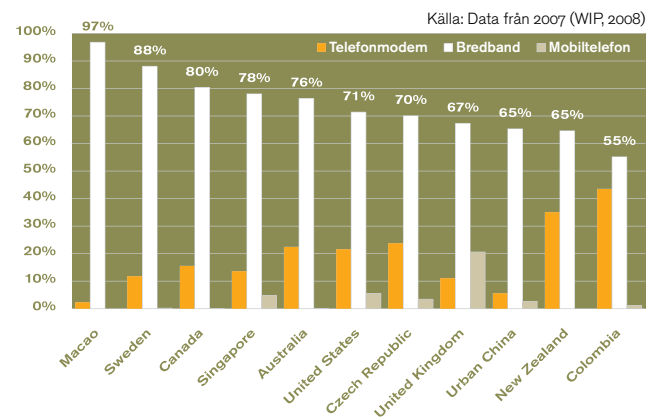
Ungdomarna dominerar allt mer Internet

När Internet introducerades i mitten på 90-talet var det, förutom studenter och teknikintresserade, de förvärvsarbetande unga och medelålders, som skaffade sig tillgång till Internet. Internet var ännu inte något för barn och ungdomar. Men när den tidiga majoriteten, dit många barnfamiljer hörde, i slutet av 90-talet kopplade upp sig på Internet började också ungdomar

² EU har nyligen konstruerat ett särskilt bredbandsindex (BFI) som inkluderar hastighet, täckning på landsbygden, överkomlighet, innovation och vissa socioekonomiska dimensioner. Här kommer Sverige först följt av Nederländerna och Danmark. (EU, september 2008).

Diagram 1:3

Andel av Internetanvändarna i olika länder med tillgång till bredband.



använda Internet. Men ännu år 2000 är det medelålders mellan 35 och 55 år som dominerar bland Internetanvändarna (se de gula staplarna i diagram 1:4).

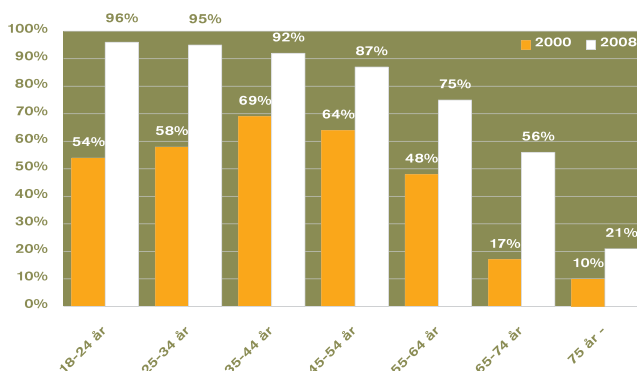
Idag, år 2008, har nästan alla unga svenskar tillgång till Internet i hemmet. Endast några få procent står utan tillgång. Sedan sjunker tillgången något med åldern fram till pensionsåldern. Därefter avtar tillgången snabbt (se de vita staplar i diagram 1:4). Bland de yngre pensionärerna har 56% tillgång till Internet medan detsamma gäller för drygt 20% av de äldre pensionärerna. Här, bland de äldsta, har ökningen varit mycket liten, om någon, under senare år. Jämför vi situationen 2008 med föregående år kan vi se att nästan alla nya Internetanvändare kommer från de yngre åldersgrupperna. Det är här ”sug” efter Internet är som störst idag.

Och jämför vi förhållandena år 2000 med 2008, ser vi att Internettillgången bland de yngre, 18-25 år, ökat med 45 procentenheter från 54% till 96%. En annan grupp där tillgången ökat mycket är bland de yngre pensionärerna, 65-74 år. De var sena i starten. Endast 17% av dem hade tillgång år 2000. Många av dem tillhör den sena majoriteten, vars intresse väcks under den sekundära spridningsfasen. Den gruppen har tredubblats under åtta år (från 17 till 56%).

Om det går trögt för Internet att sprida sig uppåt i åldrarna till de allra äldsta, så går det desto fortare nedåt i åldrarna till de allra yngsta.

Diagram 1:4

Tillgång till Internet i olika åldersgrupper år 2000 och 2008



Internet kryper allt längre ner bland förskolebarnen

Nästan alla barn i skolåldern, från nio år och uppåt, är bekanta med Internet. Bland tioåringarna börjar det bli svårt att hitta barn som inte är användare. Det anmärkningsvärda är dock inte skolbarnen utan vad som hänt bland förskolebarnen under de senaste åren. Här har Internetanvändandet blivit allt vanligare, och redan vid fem års ålder har hälften av alla barn använt Internet. Vad vi kan vänta oss är att Internet i många barnfamiljer kommer att bli lika självklart som TV. Datorn står hela tiden på och blir en naturlig del av vardagsmiljön, även för de minsta.

Ett mått på hur snabbt Internet har blivit vanligare bland de yngsta, är att jämföra dagens situation med den som rådde när dagens 12-15 åringar växte upp. Då låg genomsnittsåldern, när 50% började använda Internet, kring nio år. Femtonåringarnas genomsnittsålder låg vid tio år och tolv-åringarna var närmare åtta år när de började. Idag ligger, som vi tidigare konstaterade, genomsnittsåldern vid fem år.

En jämförelse mellan Internets och televisionens spridningskurvor

Jämför vi Internets spridning med televisionens spridning på femtioalet, finner vi att Internet, med sin mer komplicerade teknik och ökade krav på användarna, har spridit sig betydligt långsammare. Efter fem år efter introduktionen av televisionen, hade 50% av befolkningen skaffat sig TV, medan endast 15%

hade tillgång till Internet efter samma tidsperiod. Vi utgår då från 1956 som startdatum för televisionen och 1993 som start för Internet. Ändå snabbare spred sig en ny teknik när TV2 infördes (Se diagram 1:7). På några få år hade 90% av befolkningen skaffat sig den nya tillsatsen och en ny antenn.³

För televisionens del tog det tio år innan nästan 90% hade skaffat sig tillgång till TV. Efter tio år har 65% tillgång till Internet, och det dröjer kanske kanske tjugofem år innan 90% av befolkningen har Internettillgång.

Den andra fasen av Internets spridning

Sverige intar en ledande ställning bland världens länder om vi ser till hur Internet har spridit sig allt längre ut i befolkningen. Sverige var inte först att ta till sig den nya teknologin, även om det tidigt fanns pionjärer och innovatörer som utvecklade Internet i Sverige och knöt ihop landet med andra länder i Norden och USA.⁴ Idag är det inte den primära spridningsprocessen, när en ny teknologi uppmärksammas och tar fart, som vi intresserar oss för, utan vad som händer i ett senare skede när en majoritet av befolkningen har blivit Internetanvändare. Radion och televisionen har med tiden

3 Törnqvist (1967), TV-ägandets utveckling i Sverige, 1956-65; Sjöden (1967). Etermediernas publik; Tvåkanalsystemer i TV (1975); Findahl (1986). Svensken – en världsmedborgare i framtidens massmedievärld?

4 Findahl & Selg (2007) Öppen källkod och öppet innehåll. En undersökning av och med erfarna Internetanvändare. Se också Hamngren & Odnoff (2003). De byggde Internet i Sverige.)

Diagram 1:5

Andel av barn i olika åldrar som använt Internet.

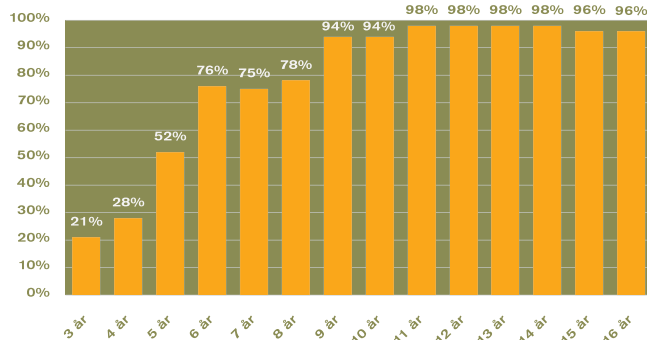
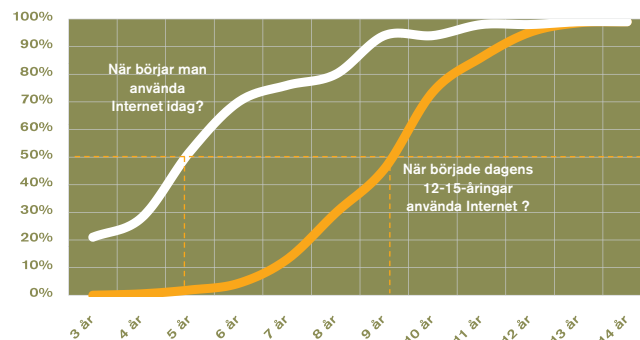


Diagram 1:6 När börjar man använda Internet?

En jämförelse mellan idag och när dagens 12-15 åringar växte upp.



blivit var mans egendom men vad kommer att hända med en komplicerad teknologi som Internet?

Vi vet redan att den sekundära spridningsprocessen kommer att se mycket olika ut i olika länder. När de tidiga användarna och den tidiga majoriteten anammat den nya teknologin kommer spridningen att stanna av. Så har skett i alla rika industrialiserade länder. Men utplaningen har varit av olika karaktär och styrka.

Även om de ekonomiska förutsättningarna har betydelse, har det visat sig att jämlikhet och socioekonomiska förhållanden i ett land är viktiga för den sekundära spridningsprocessen. Till detta kommer också kulturella värderingar. I hela den industrialiserade världen pågår en värderingsförskjutning från traditionella/religiösa värden mot sekulära/rationella. Och från värden centrerade kring överlevnad mot självförverkligande.

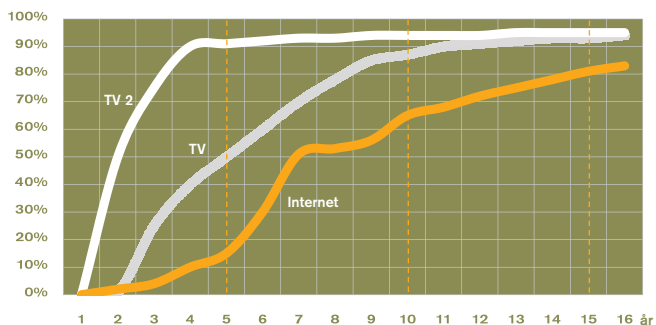
Det är sådana kulturella värderingar och socioekonomiska förhållanden som kommer att vara avgörande för Internets fortsatta spridning.⁵

Det är viktigt att komma ihåg att vi här talar, inte om den primära spridningsprocessen då användningen av en ny teknik tar fart, utan om den sekundära spridningsfasen då en majoritet redan använder den nya teknologin och frågan är om Internet skall fortsätta att sprida sig till alla befolkningsgrupper? Här handlar det främst om den äldre generationen.

⁵ Se Findahl (2008). Internet i ett internationellt perspektiv.

Diagram 1:7

En jämförelse mellan televisionens och Internets spridningskurvor.



För framtiden intar Sverige en gynnad position. Vi kan förvänta oss att den sekundära spridningsprocessen fortsätter och att allt fler börjar använda Internet, även om tillväxttakten kommer att minska. En liknande utveckling kan vi förvänta oss i övriga nordiska länder, där sekularisering och individualisering kommit lika långt. Ytterligare länder i gynnad position är t.ex. Nederländerna och även Nya Zeeland. I andra länder där de socioekonomiska förhållandena ser annorlunda ut kommer spridningen att stanna av och hindren för att Internet skall sprida sig till de äldre generationerna är många, åtminstone inom det närmaste årtiondet.

Hur många är intresserade att skaffa sig Internet i framtiden?

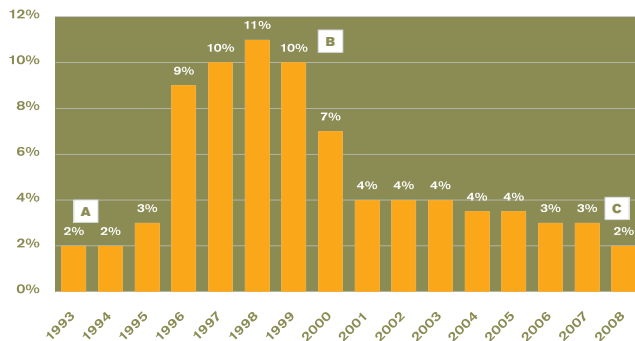
Av de som idag inte har tillgång till Internet, är huvuddelen inte intresserade att bli Internetanvändare. De känner inget behov att sätta sig framför en dator och koppla upp sig på Internet. Detta gäller framför allt de äldre som levt ett långt liv och klarat sig bra utan datorer.

Men det finns personer i alla åldrar som, av olika skäl, inte har tillgång till Internet för tillfället, men som är intresserade att skaffa sig det i framtiden. Många av dessa har tidigare använt Internet och skulle vilja åter ha tillgång till Internet.

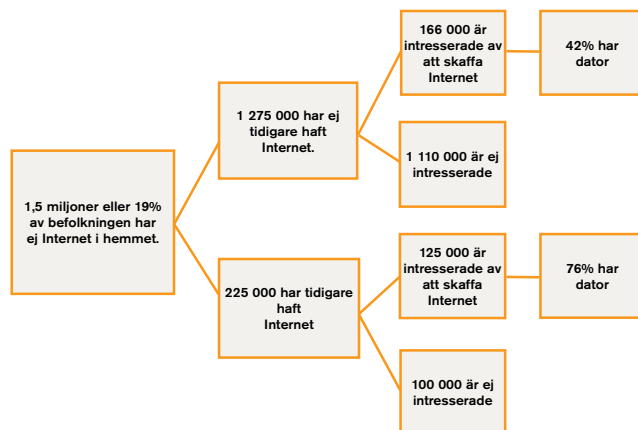
Vår uppskattning är att omkring 1,5 miljoner svenskar inte har Internet i hemmet. Av dessa har 85% aldrig haft Internet, medan 15% haft tillgång till Internet hemma under någon

Diagram 1:8

Andel av befolkningen som skaffat sig tillgång till Internet hemma, år för år.



tidigare period. Hälften av de som tidigare haft Internet är intresserade att skaffa sig det igen, medan endast 13% av de som aldrig haft Internet är intresserade. Slår vi ihop dessa två grupper, som är intresserade, blir summan knappt 300 000 personer, vilket motsvarar 4% av befolkningen. Denna



Porträtt:

Har inte Internet men intresserade att skaffa.

20-årig student:

Det är bara en tidsfråga

Manlig gift student, tjugo år, med dator. Även frun har dator. Han anser sig ganska kunnig på datorer och Internet, även om han inte har egen uppkoppling hemma. Tillgång till Internet har han hos vänner och i skolan. Hans intressen är musik och TV-spel. Han fildelar och laddar ner musik, men köper också musik varje månad. Förutom att ladda ner musik och ibland video via Internet, betalar han också räkningar över Internet. Han läser gratistidningen Metro och ser ganska mycket på TV. Orsaken till att han inte har egen tillgång till Internet är pengar. Det är bara en tidsfråga innan han skaffar en bredbandsuppkoppling. Han planerar ett trådlöst nätverk.

förhållandevis lilla grupp, utgör således de framtida potentiella Internetanvändarna, vilket innebär att Internetspridningen kommer att stanna av ytterligare och få mycket svårt att sprida sig till nya grupper. En majoritet av de intresserade har redan tillgång till dator vilket innebär att steget över till en Internetuppkoppling är ganska kort. Av tidigare erfarenhet vet vi att ovanstående prognoser ligger i underkant. Över tid förändras även en del av de som idag är ointresserade. Tidigare krävdes ett aktivt val att skaffa sig Internet, medan det nu börjar krävas ett aktivt val att avstå från Internet.

Det är viktigt att komma ihåg att vi hittills endast talat om tillgång till Internet. Skall vi försöka uppskatta hur många som är verkliga Internetanvändare och hur många som står utanför Internetsamhället, måste vi till de som inte har tillgång till Internet även räkna in de som har tillgång till Internet men använder Internet mycket lite eller inte alls. Om användningen av Internet handlar nästa kapitel.

83-årig pensionär:

Internet har kanske något att erbjuda

Kvinnlig, tidigare gift men nu ensamstående pensionär på 83 år. Hon har ingen dator och har inte tidigare använt Internet. Inkomsten är låg. Hon har ingen mobiltelefon, men prenumererar på en morgontidning, lyssnar mycket på radio och ser på digital kabel-TV. Radio, TV och personliga kontakter är hennes viktigaste informationskällor, men det är radion som står för underhållning och nöje. Det finns en mängd olämpligt innehåll för barn på Internet, anser hon, och det kan vara nödvändigt med kontroll. Hon känner sig inte delaktig i det nya informationssamhället och anser att de som inte har tillgång till Internet befinner sig i ett allvarligt underläge. Hon har blivit uppmuntrad att skaffa sig Internet men vet inte hur det är med Internetanvändningen bland släkt och vänner. Hon har ingen att rådfråga om hon skulle skaffa sig en dator. Hembygdsföreningen, som hon är medlem i, har en hemsida men den används ganska lite. Internet har kanske något att erbjuda henne och hon är intresserad att pröva. Skälet till att hon inte har Internet hemma är att hon inte har någon dator. Och skälet till att hon inte har någon dator är att det är för dyrt.

Kapitel 2

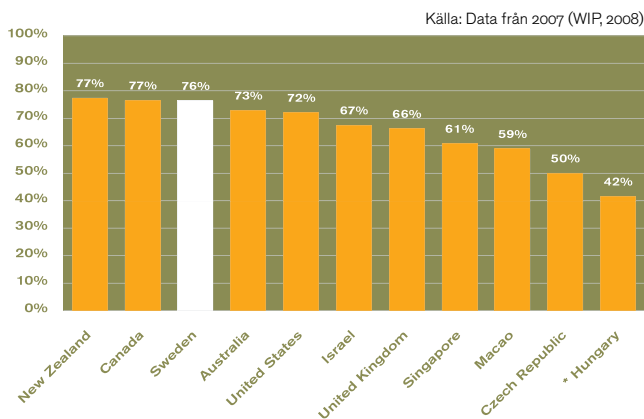
Användningen ökar

Nästan alla svenskar har, åtminstone teoretiskt, tillgång till Internet någonstans. 94% är medvetna om detta, om inte hemma eller på arbetet så på någon offentlig plats som ett bibliotek. Men det är långtifrån alla som utnyttjar dessa möjligheter. Förra året var det 76% som sa att de använde Internet. Idag, år 2008, är det 80% som säger sig vara Internetanvändare någonstans.

I jämförelse med andra länder, befinner sig Sverige här i en tätposition, som delas med andra nordiska länder som Danmark och med Nederländerna, Nya Zeeland och Kanada. I diagram 1 återges jämförande data från 2007.

Diagram 2:1

Andelen Internetanvändare i befolkningen över 18 år i några olika länder.



Internetanvändning på olika platser

Den allra vanligaste platsen där Internet används är i hemmet. Även de som har tillgång till Internet på arbetet eller skolan har idag också Internetuppkoppling hemma. 96% av de som använder Internet på arbetet, och 99% av de som använder Internet på skolan, använder Internet hemma dagligen eller åtminstone någon gång i veckan.

Andelen Internetanvändare är högst bland de unga. Nästan alla, 94% av de mellan 16 och 25 år använder Internet i hemmet. Sedan sjunker andelen successivt fram till pensionsåldern, där fortfarande två av tre använder Internet. Nästan hälften av de unga pensionärerna är Internetanvändare i hemmet, men endast 16% av de över 75 år.

Tabell 2:1 Internetanvändningen på olika platser.

	Andel av befolkningen	Andel av Internetanvändarna	
Hemma	75%	94%	
På arbetet	47%	59%	83% av de som arbetar
I skolan	12%	15%	93% av de som studerar
Hos vänner	12%	16%	
På offentlig plats	5%	6%	

Tabell 2:2 Tid som användarna ägnar Internet på olika platser

	Medelvärde bland användarna tim/vecka	Minimivärde tim/vecka för de 10% som använder mest
Hemma	10,4	25
På arbetet	8,2	20
I skolan	4,7	10
Hos vänner	1,0	2
På offentlig plats	1,2	2

Vanligast att man använder Internet på arbetet är det av naturliga skäl, mellan 26 och 55 år. Många unga har inte sådana arbeten där Internet används, däremot nästan hälften (46%) av de mellan 55 och 65 år. Utanför hemmet är det de unga som använder Internet. Det är framför allt hos vänner och bekanta som de unga, i motsats till de äldre, ibland använder Internet.

Allt fler använder Internet dagligen

Den stora förändringen under senare år har rört den allt längre tid som Internetanvändarna ägnar åt Internet. Spridningen av Internet till nya människor har gått långsamt samtidigt som allt fler av de som redan använder Internet har börjat göra det varje dag. Internetanvändningen har blivit en del av de dagliga rutinerna. För fem år sedan var det en av fyra (24%) som använde Internet dagligen, idag är det mer än hälften (58%). Och bland de unga är 84% dagliga användare. Sällan-användarna har nästan försvunnit, vilket innebär att nästan alla som använder Internet idag gör det åtminstone någon gång i veckan.

Allt fler ägnar Internet mer tid

Det ökande dagliga användandet av Internet har också medfört att den mätbara tiden som svenskarna använder Internet i hemmet har ökat. Tidigare var Sverige känt som ett land där många hade tillgång till Internet men i ett

internationellt perspektiv var användningen begränsad. Idag har dessa skillnader, till jämförbara länder, i stort försvunnit (se data från 2007 i diagram). Skillnaden kvarstår dock till de asiatiska länderna, där Internetanvändandet är mer underhållningsinriktat.

Under senaste året från 2007 till 2008 har genomsnittstiden i hemmet, för de svenska Internetanvändarna, ökat från 8,8 timmar i veckan till 9,7 timmar, beräknat på alla som använder Internet. Det är en ökning på nästan en timme eller 11%. Samtidigt ökar genomsnittstiden för användningen av Internet på arbetet med en halv timme till 7,3 timmar i veckan.

Utbildningsnivån har inte något entydigt samband med om man använder Internet i hemmet. Däremot spelar inkomsten roll. Ju högre inkomst desto fler använder Internet. I den lägsta inkomstgruppen är det studenterna som drar upp andelen Internetanvändare.

Intressant är att när det gäller tiden hur länge man använder Internet hemma, så uppvisar inkomstnivån ett motsatt

Tabell 2:3 Internetanvändarna på olika platser fördelade på åldersgrupper.

	16-25 år	26-35 år	36-45 år	46-55 år	56-65 år	66-75 år	76 år -	Totalt
I hemmet	20%	21%	20%	16%	15%	7%	1%	100%
På arbetet	9%	25%	27%	21%	17%	1%	0%	100%
Hos vänner och bekanta	37%	26%	18%	10%	6%	1%	2%	100%
På offentliga platser som bibliotek	38%	18%	17%	7%	15%	4%	1%	100%

Diagram 2:2

Internetanvändningen på olika platser i olika åldersgrupper

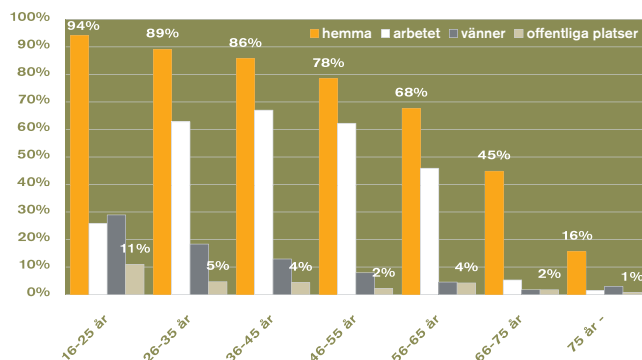
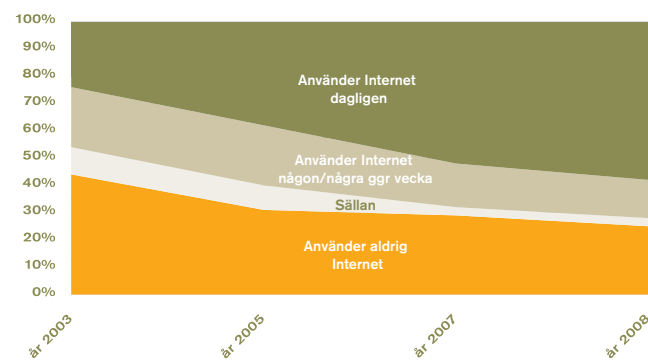


Diagram 2:3

Allt fler använder Internet dagligen. En jämförelse 2003 till 2008.



samband. Det är användarna med låg inkomst som använder Internet längst. Ju högre inkomst desto mindre tid lägger man ner på Internet.

Summerar vi nu den vardagliga användningen av Internet i befolkningen från tre år och uppåt finner vi att från 12 till 45 år så är andelen vardagsanvändare kring 90%. Nio av tio använder Internet varje dag eller åtminstone någon eller några gånger i veckan. I åldrarna 9 – 11 år och 46 – 55 år ligger andelen mellan 70 och 80%. Sedan följer 56- 65 år med en andel på 60% och 6 – 8 år med en andel på 50%, 66 – 75 år med en andel på 40%. Sist kommer småbarnen mellan 3 – 5 år och allra sist de äldsta över 75 år.

Diagram 2:5

Tid som Internetanvändarna i olika länder ägnar åt Internet.

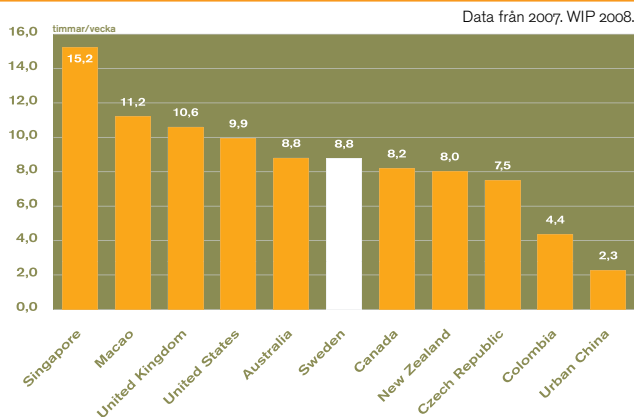


Diagram 2:6

Andel vardagsanvändare i olika inkomstgrupper

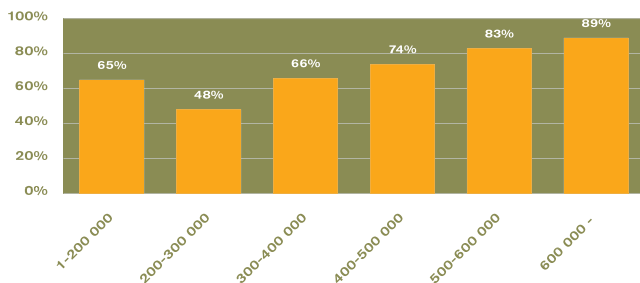


Diagram 2:4

Internetanvändningens frekvens i olika åldersgrupper i befolkningen

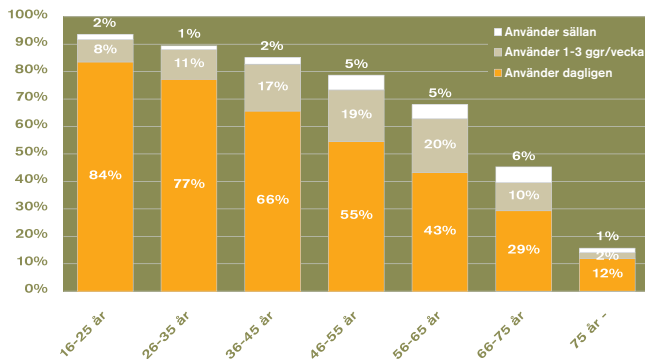


Diagram 2:7

Användarnas genomsnittliga Internet-tid i hemmet i olika inkomstgrupper.

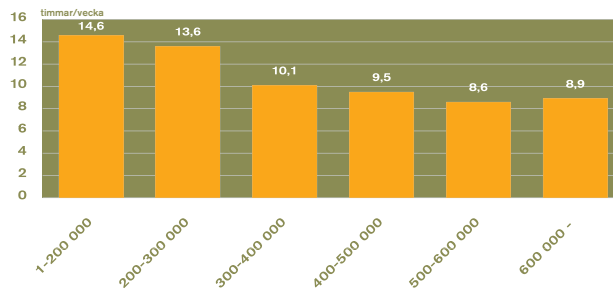
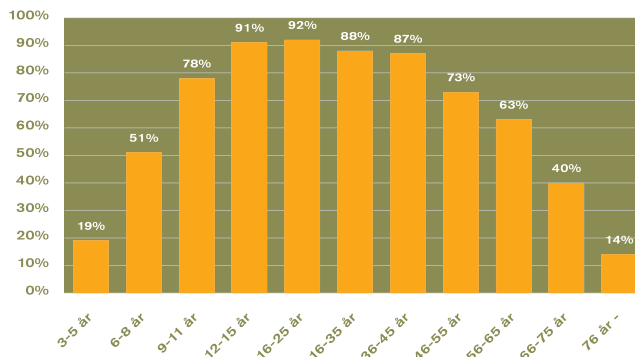


Diagram 2:8

Andelen vardagsanvändare i olika åldersgrupper



Kapitel 3

De som står utanför

Som vi redan sett i den tidigare genomgången, har de som redan använder Internet blivit flitigare i sitt användande. De använder Internet till flera olika saker och oftare, vilket leder till att de också ägnar mera tid åt Internet. Samtidigt har spridningen av Internet till nya personer som inte tidigare haft tillgång till Internet varit begränsad. Klyftan mellan de som använder Internet och de som inte gör det, består således till stor del, och inte bara det utan den accentueras ytterligare genom att de flesta Internetanvändare idag har blivit vardagsanvändare. Gruppen som bara ibland använder Internet har minskat väsentligt. Antingen använder man Internet och då använder man Internet dagligen eller åtminstone någon

eller några gånger i veckan, eller så använder man inte alls Internet. Skillnaden mellan de som använder Internet och de som står utanför, har blivit tydligare.

Hur många är det då som står utanför? Ja, räknar vi in de som inte har tillgång till Internet hemma blir det 19% av befolkningen (från 16 år), därtill kommer 6% som har tillgång till Internet, men som av olika anledningar inte använder det. Vi kan också lägga till de 3% som har tillgång men använder Internet mycket sällan, någon gång i månaden eller ännu mer sällan. Totalt blir det 28% av befolkningen som på detta sätt kan sägas stå utanför Internetsamhället. Dessa personer återfinns i alla åldersgrupper, men ju äldre man är desto fler befinner sig utanför. Det är dock långt ifrån alla, som står utanför, som återfinns bland pensionärerna. Bland de yngre är det en av tio, bland de mellan 45-56 år är det en av fyra, bland de över 55 år är det en av tre och bland de yngre pensionärerna är det mer än varannan.

Försöker vi uppskatta hur många det är som står utanför blir summan mer än två miljoner svenskar. Det är nästan 400 000 yngre än 46 år, mer än 700 000 mellan 46 och 65 år, och mer än 1,1 miljoner pensionärer. och trycket att skaffa sig Internet avtar med åldern.

Nu är det inte bara åldern som samvarierar med utanförskapet: Det gör också utbildning, inkomst, civilstånd och kön. Det är vanligare bland de kortutbildade, jämfört med de välutbildade, att de står utanför Internetsamhället. Vanligare bland de med

Diagram 3:1

Hur ofta använder man Internet i hemmet?

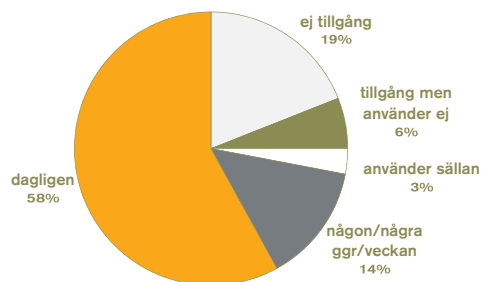
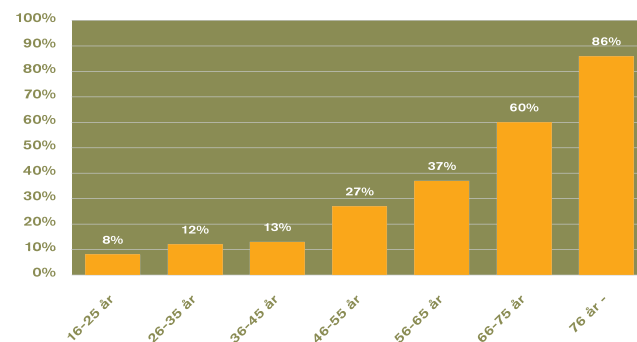


Diagram 3:2

Andelen som står utanför och inte använder Internet i olika åldersgrupper



Tabell 3:1 Uppskattat antal personer som år 2008 står utanför i olika åldersgrupper.

	Andel av åldersgruppen	Antal
16-25 år	8%	84 000
26-35 år	12%	142 000
36-45 år	13%	163 000
46-55 år	27%	323 000
56-65 år	37%	414 000
66-75 år	60%	445 000
76+ år	86%	682 000
	100%	2 253 000

Diagram 3:3

Hur de som står utanför fördelar sig på olika åldrar

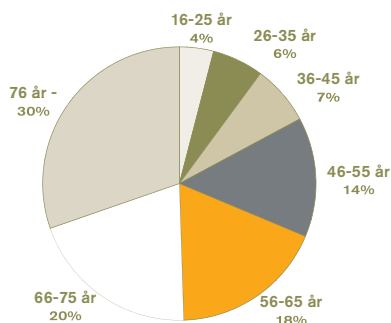
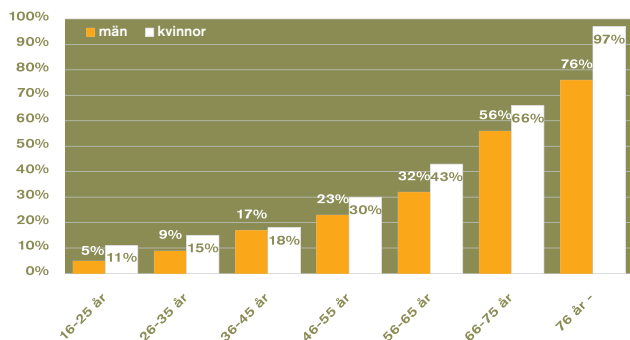


Diagram 3:5

Andel av män resp. kvinnor som inte använder Internet regelbundet hemma



låga inkomster jämfört med de välbärgade, och vanligare bland kvinnor än bland män och vanligare bland ensamstående att de inte är vardagsanvändare av Internet, jämfört med de som är gifta eller sammanboende.

Varför slutar en del att använda Internet?

Av de som inte använder Internet idag är det ungefär en av fem som tidigare använt Internet men som av olika anledningar slutat. Det motsvarar 3-4% av befolkningen. Den vanligaste anledningen till att man slutat, för 35% av dessa, är ett bristande

Diagram 3:4

Antal personer som står utanför i olika åldersgrupper

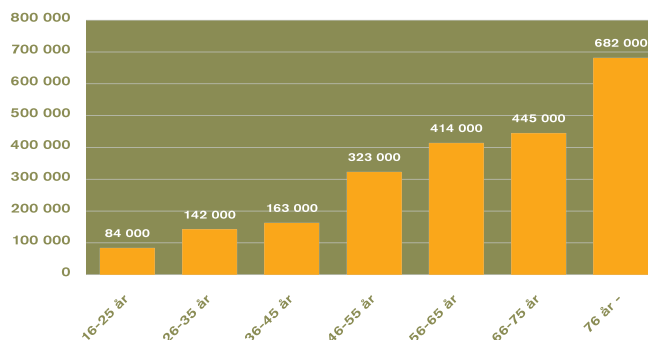
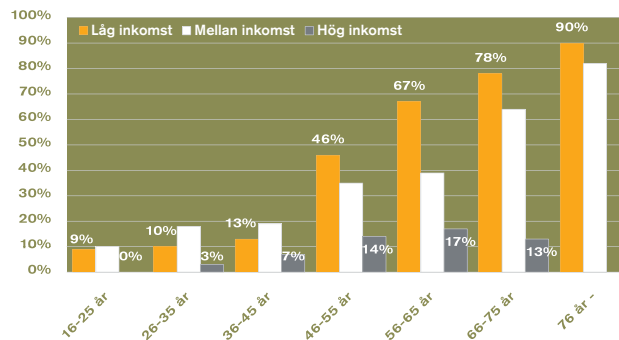


Diagram 3:6. Andel personer i olika utbildningsgrupper som inte använder Internet regelbundet hemma



intresse. Man tycker att Internet inte ger dem något längre. Nästan lika många (27%) anger att de slutat med Internet när de slutat skolan eller vanligast när de slutat att arbeta och gått i pension. Internet förknippar de med sitt arbetsliv och har ingen nytta av det i sitt privatliv. Tekniska problem uppger en del (14%) som orsak till att de inte längre använder Internet. Det kan vara att datorn blivit för gammal eller att uppkopplingen inte fungerar längre. En del (13%) anger att de inte längre har tid med Internet. Det kan vara arbetet eller andra saker som inte ger utrymme för Internet. Andra (7%) har flyttat eller skiljt sig och därför ännu inte hunnit skaffa sig Internet igen. Slutligen tycker några (4%) att Internet har blivit för dyrt.

De yngre mer integrerade i Internetsamhället

Som vi sett tidigare är det 90 – 95% av de unga som regelbundet använder Internet i hemmet, jämfört med 30% av pensionärerna. Men även dessa 10% av de unga, som inte har tillgång till Internet i hemmet, står inte helt utanför. Det är vanligt att de ändå använder Internet. Det kan vara hos vänner, i skolan eller på någon offentlig plats. De är således inte helt avskurna från Internet även om de inte har någon egen uppkoppling.

Detta intresse för Internet bland de unga återspeglas också i att en majoritet (66%) av de som inte är vardagsanvändare

ändå tycker att Internet är viktigt för dem. Motsvarande siffror är varannan (50%) för medelålders och en av fyra (25%) bland pensionärerna. Det innebär att Internet upplevs som viktigt bland nästan 100% av de unga. Internets attraktionskraft och trycket att skaffa sig Internet avtar med åldern.

Funktionshinder

För att kunna använda Internet krävs att användaren kan läsa en text på en bildskärm, trycka ner tangenter på ett tangentbord och röra en muspekare med små precisa rörelser. I vårt urval 2008 är det 5% (97 personer) som säger att de har ett funktionshinder som försvårar deras Internetanvändning. Det handlar om synproblem (39%), om motoriska problem med händer och fingrar (30%), om andra kroppsliga problem som gör det svårt röra sig (18%). Dyslexi kan också försvåra Internetanvändandet. Det nämns av några (10%) och därtill kommer några fall av el-allergi (2%).

Trots dessa problem föreligger det inga markerade skillnader i hur man använder Internet, mellan de som uppger dessa funktionshinder och övriga i befolkningen. Andelen Internetanvändare är desamma och tiden man ägnar Internet etc. Men där finns en mycket tydlig skillnad och den gäller de äldre, de som är över 65 år. Mycket få av dessa pensionärer, som uppger att de har funktionshinder som försvårar deras användning, använder Internet.

Diagram 3:7 Andel personer i olika inkomstgrupper som inte använder Internet regelbundet hemma

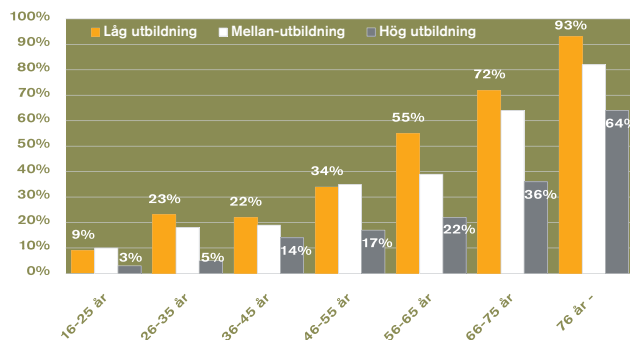


Diagram 3:8

Uppgivna skäl till att man slutat använda Internet

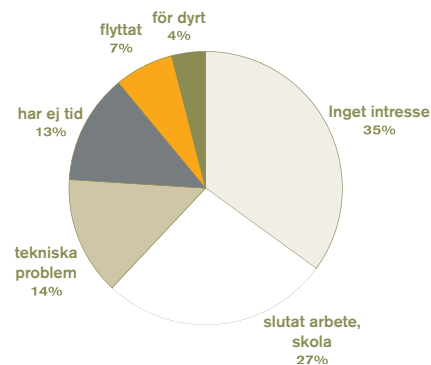


Diagram 3:9 Andel av de som inte regelbundet använder Internet hemma som använder Internet på andra platser.

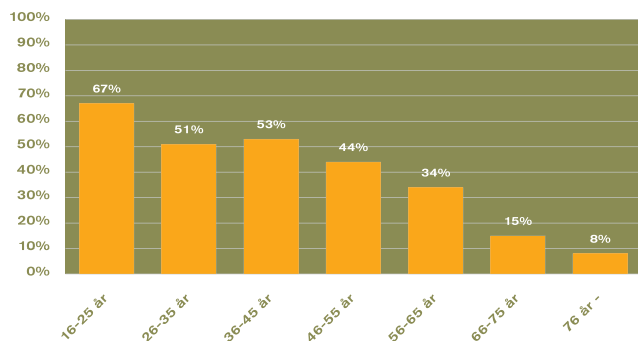
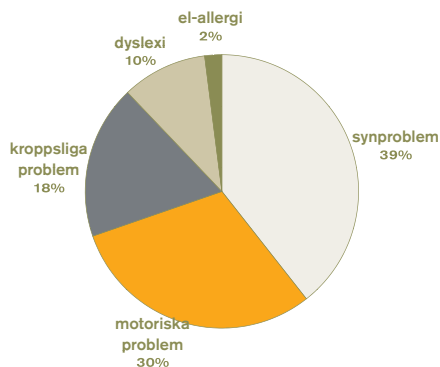


Diagram 3:10 Vilka funktionshinder försvårar Internetanvändandet?

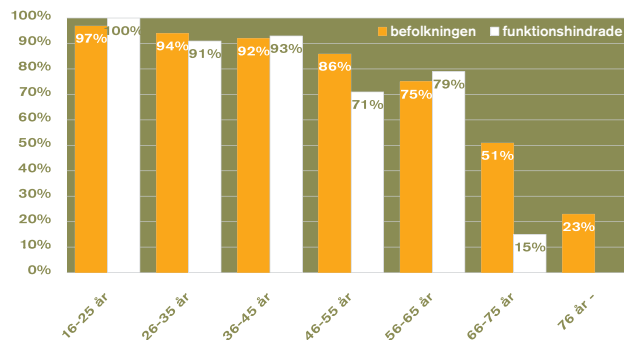


Den digitala klyftan

I Sverige finns som vi sett drygt 2 miljoner människor som inte har, eller sällan använder, Internet. Samtidigt är Sverige ett av de länder där spridningen hunnit längst. Det innebär att de digitala klyftorna är betydligt större i de flesta andra länder. Ute i Europa står, i många fall, hälften av befolkningen eller ännu fler utanför.

EU-kommisionär Reding sa när Riga-deklaration undertecknades 2006 att, "Inclusion is a cornerstone of the EU-policy in the information society". Tanken är att en informationsteknologi som Internet, kommer att bryta ner gamla ojämlikheter inom och mellan länder, grundade på ekonomiska, kulturella eller socioekonomiska förhållanden. Inför 2010 skall barriärerna som skapar klyftorna vara borta. Frågan är hur djup förståelse det finns om orsaken till de digitala klyftorna? Det finns en risk att man försöker bota patienten utan att veta vilken sjukdom det är frågan om.

Diagram 3:11 Internetanvändare i olika åldersgrupper. En jämförelse mellan befolkningen och de som uppger att de har något funktionshinder.



Kapitel 4

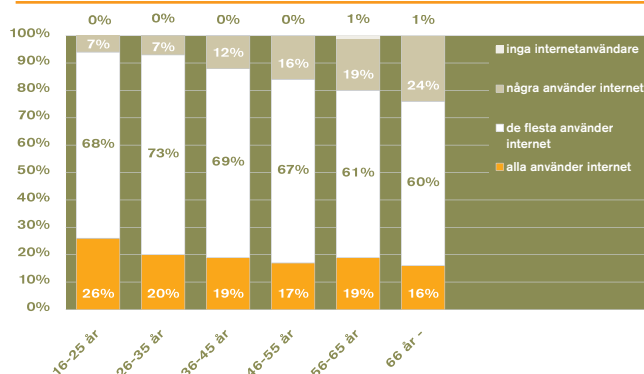
Sociala nätverk

När det gäller spridningen av nya tekniker brukar det nämnas två saker som påverkar människor att först börja fundera på att denna nymodighet kan vara något för dem och sedan också inhandla den. Det ena påverkansfaktorn är medierna som lyfter fram det nya. Här samverkar annonser och reportage. Detta brukar kopplas ihop med den första fasen av spridningsprocessen då tidiga ”adopters” och den tidiga majoriteten skaffar den nya tekniken.¹

Under den andra, den sekundära fasen, är det social påverkan

¹ Se Bass-modellen som ofta används för att förutsäga spridningen av en ny teknisk produkt. Bass (1969), A new product growth model for consumer durables”)

Diagram 4:1 Hur många släktingar/vänner använder Internet?
Andel av olika åldersgrupper.



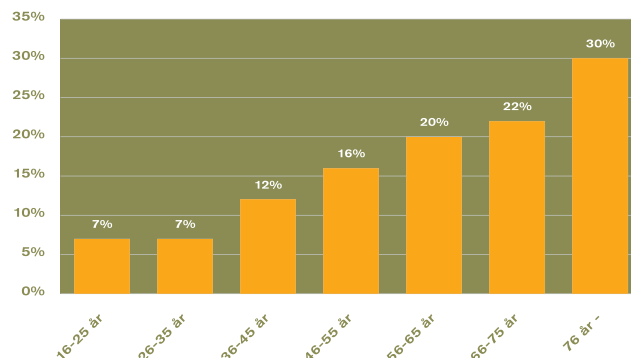
som blivit viktigast. Den sena majoriteten påverkas inte så mycket av mediernas beskrivningar som av vad vänner och bekanta säger och gör. Vi är nu inne i den sekundära fasen och frågan är hur de sociala nätverken kring Internet ser ut? Hur vanligt är det med Internet hos släkt och vänner? Finns det någon att rådfråga om det krånglar till sig med dator och Internet? Och hur är det med de som ännu inte har Internet: Har de blivit uppmuntrade att börja? Har de någon som kan skicka ett e-brev via e-post åt dem om de skulle behöva? Har de någon som kan hjälpa dem om de skulle skaffa sig Internet?

Hur många släktingar/vänner använder Internet?

Det första vi kan konstatera är att det finns få sociala miljöer, i Sverige idag, som helt saknar Internetanvändare. Det förekommer, särskilt bland de äldsta, men det är mycket ovanligt (se bland porträtten i slutet av detta kapitel). Åtta av tio svenskar använder Internet och de finns spridda över alla åldrar och i alla sociala miljöer. Samtidigt kan vi se att det vanligaste i alla åldrar, bland två av tre, är att man lever i miljöer där de flesta man känner använder Internet, men inte alla. Två av tio, över alla åldrar, lever i mer homogena miljöer där alla är Internetanvändare.

För att fånga upp de motsatta miljöerna där Internetanvändandet inte dominerar kan vi summera ihop de som har inga med de som har få Internetanvändare i släkt och bekantskapskrets. Att leva i sådana miljöer är vanligare ju

Diagram 4:2 Andel i olika åldersgrupper som har få eller inga i sin släkt- och bekantskapskrets som använder Internet.



äldre man är. Frågan gäller nu om det är så att de som inte använder Internet regelbundet lever i sociala miljöer där Internetanvändare är mer undantag än regel. Finns det en social smitta?

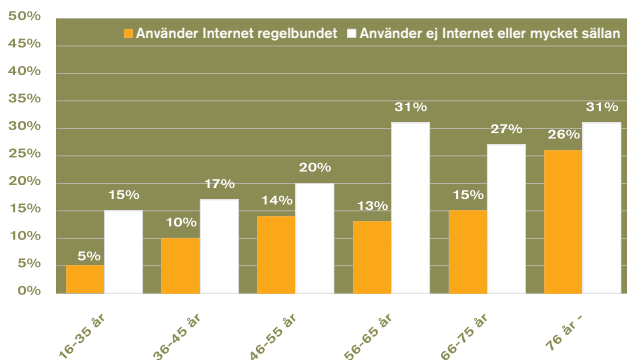
Jämför vi Internetanvändarna med de som inte använder Internet finner vi en genomgående skillnad som stöder ett sådant antagande. I alla åldrar är det så att det är vanligare bland de som inte använder Internet att de också lever i miljöer med få Internetanvändare jämfört med Internetanvändarna. I flera åldersgrupper är det dubbelt så vanligt (16-35 år och 56-65 år), i synnerhet bland de yngsta. Det finns således ett samband, men samtidigt kan vi se att det nästan är lika vanligt att regelbundna Internetanvändare lever i miljöer med få Internetanvändare. Det gäller i synnerhet bland de äldsta där många inte använder Internet. Sambandet är således inte särskilt starkt och den sociala smittan inte så smittsam.²

Finns det någon att fråga om hjälp?

Hur förhåller det sig då med möjligheten att få hjälp om det uppstår något problem? Finns det någon att rådfråga? Ja, det finns det. Endast 5% av befolkningen uppger att de inte har någon att rådfråga. Hälften har åtminstone någon att fråga om hjälp och en av tre (36%) har flera att be om hjälp. 10% säger att

² Korrelation är 0,176, sign ≤ 0,01

Diagram 4:3 Andel som har få eller inga i släkt eller bekantskapskrets som använder Internet

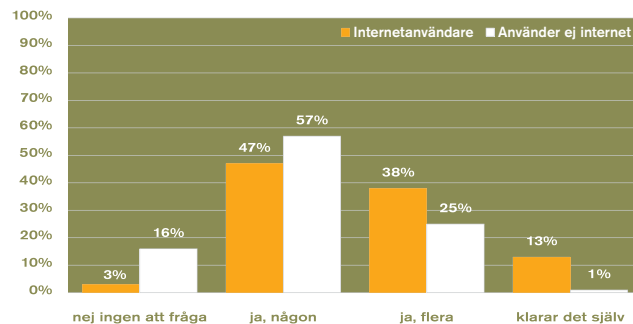


de klarar problemen själva. Det är främst de unga som uppger att de har flera att fråga om hjälp och det också är bland de unga som flest säger att de kan ta hand om problemen själva. Inkomst, utbildning eller kön har mindre betydelse.

Här skiljer sig de som inte använder Internet från Internetanvändarna. Det är vanligare att de som inte har Internet inte har någon att rådfråga om de skulle skaffa sig Internet. Men det är inte frågan om några drastiska skillnader, annat än när det gäller hur många som själva klarar problemen.

Låt oss se närmare på dessa personer som inte har Internet. Om de skulle behöva skicka iväg ett e-brev till någon, har de någon att be om hjälp? 25% säger nej. De har ingen som kan hjälpa dem med ett e-post meddelande. 75% säger ja. Deras räddning återfinns till stor del inom familjen. Det säger framför allt de äldre över 55 år. Bland de unga är det oftast andra bekanta som de kan vända sig till för att få iväg ett e-brev. Ett annat tecken på att man lever i en Internet-positiv social miljö är om man blivit uppmuntrad av andra att skaffa sig Internet. Två av tre som inte har Internet, har inte mött någon sådan uppmuntran. De flesta av dessa är äldre. Tre av fyra är över 65 år. (Se diagram 4:6). Bland de yngre är det få som inte blivit uppmuntrade att börja. Endast 1% av de mellan 16-25 år. En av tre, över alla åldersgrupper, har blivit uppmuntrade. 9% har mött sådan uppmuntran flera gånger. Här föreligger inga skillnader vad det gäller utbildning eller kön.

Diagram 4:4 Finns det någon att fråga om hjälp om det blir problem med Internet.



Internet-vänlighet i olika sociala miljöer

Vi kan nu summera vad som utmärker Internet-vänligheten i olika sociala miljöer. De stora skillnaderna följer med åldern. Längst ner på denna sida har uppdelningen gjorts i tre grupper: 16 – 35 år, 36 – 65 år och från 66 år och uppåt.

Det som skiljer de unga, som inte använder Internet hemma, från övriga som inte använder Internet, är att en majoritet av dem (71%) tycker att Internet är viktigt för dem. Många av dem (59%) använder Internet ibland ändå på andra platser. De lever också i en social miljö där det finns flera som de kan fråga om hjälp, och de flesta eller alla de känner använder Internet.

Trycket på de äldre, som står utanför, att använda Internet är inte alls lika stort. En majoritet tycker inte att Internet är särskilt viktigt. Men de lever inte isolerade från Internetanvändare. Dessa förekommer bland släkt och bekanta och skulle de

behöva skicka iväg ett e-post meddelande så finns hos många, någon i familjen som de kan be om hjälp.

Det finns här ett starkt samband mellan hjälp och uppmuntran³. Har man någon eller flera att fråga om hjälp, så har man också någon som kan hjälpa till med e-post och sannolikheten är stor att man också blivit uppmuntrad att börja använda Internet mer.

På detta sätt har den sociala miljön betydelse. Genom att Internetanvändningen har blivit så spridd i alla sociala miljöer är det allmänna måttet om hur många Internetanvändare det finns bland släkt och vänner mindre utslagsgivande. Här måste man vara mer specifik och fråga t.ex. om man känner någon i bekantskapskretsen som bloggar eller är medlem i en community. En sådan ”social smitta” är sannolik.

³ Korrelation 0,327, sign ≤0,001

Diagram 4:5 Av vem kan de som inte har Internet få hjälp att skicka iväg e-post?

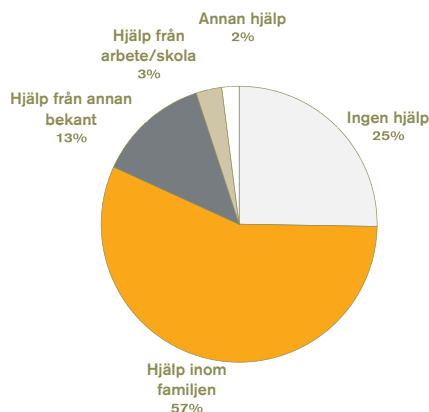
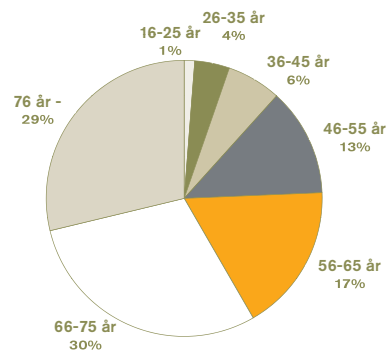


Diagram 4:6 Hur gamla är de som inte använder Internet och aldrig blivit uppmuntrade att börja?



Tabell 4:1

Den sociala Internet-miljön hos de som inte använder Internet regelbundet

	Andel av åldersgruppen som ej använder Internet regelbundet	Andel av de som ej använder Internet hemma som					
		Använder Internet någon gång	Betraktar Internet som viktigt eller mycket viktigt	Har flera att fråga om hjälp om de skulle skaffa Internet	Har någon att be om hjälp för att skicka e-post	Har blivit uppmuntrad att börja använda Internet	De flesta eller alla familj/ bekanta använder Internet
16-35 år	10%	59%	71%	37%	61%	38%	94%
36-65 år	26%	43%	53%	29%	73%	39%	84%
66+ år	73%	12%	44%	20%	77%	36%	76%

79-årig ensamstående kvinna:

Internet är för dyrt

Kvinnlig ensamstående pensionär som är 79 år gammal. Hon har en mycket liten disponibel inkomst, och har varken dator eller Internet. Förutom personliga kontakter är TV hennes främsta källa till information och underhållning. Hon läser lite tidskrifter och någon gång en kvällstidning. Hon är med i hjärt- och lungföreningen. Folkskolan utgör hennes utbildning och hon säger sig inte ha något intresse för Internet. Hon är mycket oroad över att Internet medför ökad övervakning och kontroll och instämmer helt och fullt i att människor som inte har tillgång till Internet befinner sig i ett allvarligt underläge. Den nya informationsteknologin har inte gjort världen till en bättre plats anser hon och den har inte gjort det lättare att påverka politikerna. Någon som använder Internet i släkt eller bekantskapskrets har hon inte och sålunda har hon inte någon att fråga för att skicka e-post, och ingen som skulle kunna hjälpa henne om hon skaffar sig Internet.

34-årig pappa

Invandrare med datorer som specialintresse

Man 34 år, gift och har ett barn. Maskinoperatör som flyttat från Polen till Sverige. Han började använda Internet för något år sedan. Nu gör han det dagligen även om hans fru använder Internet mer. Han anser sig själv som kunnig på datorer och byter själv delar. Datorer utgör ett specialintresse. Annars är han mycket intresserad av musik. Han använder mobilen och Internet för att lyssna och ladda ner musik. Han fildelar, men köper också musik flera gånger i månaden. Han e-handlar inte. Polsk TV utgör favoritkanalen och han läser gratistidningar och ibland en tidning på arbetet. Han har ingen bland släkt och vänner som använder Internet, men han känner flera som han kan fråga om det skulle bli problem med dator eller Internet. Fast det mesta klarar han själv.

Porträtt:



Känner ingen i bekantskapskretsen som använder Internet

82-årig man:

Besöker dagligen sin community

Gift man, 82 år gammal. Han har en hög utbildning och en hög inkomst. Han har dator och Internet med en bredbandsuppkoppling, och ett eget privat domännamn. Internet använder han dagligen och besöker bl.a. den online community som han är medlem i. Han har en mobil och skickar ibland SMS. Körsång och snickeri tillhör hans specialintressen. Han prenumererar på en morgontidning men anser att TV och Internet utgör de viktigaste källorna för information. Handlar via Internet gör han inte. Det finns inget behov för det. Internetanvändningen har bidragit till ökade kontakter med familjen och med politiska meningsfränder. Världen har blivit en bättre plats genom den nya informationsteknologin, men Internet kommer inte att bidra till en fördjupad demokrati och de som inte har tillgång till Internet befinner sig i ett allvarligt underläge, anser han. Bland släkt och vänner finns det ingen som använder Internet men han känner någon som han kan fråga om det blir problem med dator eller Internet.

Kapitel 5

E-handel

I slutet av nittiotalet talades det mycket om e-handel. Var man än bodde skulle man kunna gå ut och shoppa på nätet. Man skulle kunna promenera runt i de virtuella världarna, gå in i affärer, känna och röra på saker, och naturligtvis betala digitalt. Tron på att detta skulle förverkligas på några år var mycket stark och bidrog till att blåsa upp den s.k. IT-bubblan som sedan sprack.

Ett sedelärande exempel är de stora investeringar i miljardklassen som satsades på klädföretaget Boo.com som med snygga ”flashiga” hemsidor imponerade på investerarna men knappast på Internetanvändarna. Luftslottet var ihåligt

och konkursen blev ett faktum.¹

Vid denna tid, i slutet på nittiotalet, var e-handeln fortfarande i sin linda. Utbudet var begränsat, betalningsmetoderna under utveckling och misstron mot att lämna ut sina koder till kreditkortet var vitt spridd. Omkring 10% av Internetanvändarna handlade någon gång på nätet (år 2000).

Sedan dess har mycket skett. Enligt handelns utredningsinstitut (HUI) uppgick e-handeln under 2007 till 15 miljarder och prognosen för 2008 är 21 miljarder.² Således en stark ökning. Men man får inte glömma att e-handeln endast utgör omkring 4% av försäljningen i den totala detaljhandeln.

Hur många handlar på nätet?

Idag är det 77% av Internetanvändarna som e-handlar och 52% handlar återkommande. Det har således blivit vanligt att de som använder Internet också e-handlar. Men det är inget som man gör dagligen. Det vanligaste är att man köper något online någon eller några gånger om året. Omkring 10% handlar mer än en gång i månaden.

Diagram 5:1

Hur stor andel av Internetanvändarna handlar på nätet?

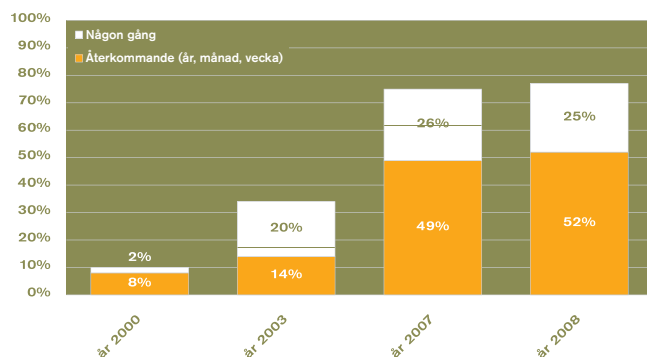
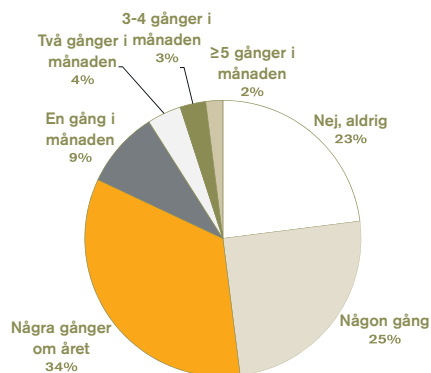


Diagram 5:2

Hur ofta handlar Internetanvändarna på nätet?



¹ Malmsten et al (2001), boo hoo. A dot.com story from concept to catastrophe; Lindstedt (2001), Boo.com och IT-bubblan som sprack; Chaffey (2008), Boo hoo – Learning from the largest European dot-com failure.

² www.hui.se, 2008-05-14. Andras uppskattningar, som e-betalningsföretaget Dibs, är dubbelt så höga

I en internationell jämförelse är e-handeln mer spridd bland de svenska Internetanvändarna, än i de flesta andra länder. Ser vi till siffrorna från 2007 är det endast i Nya Zeeland (77%) och Kanada (77%) som fler av användarna e-handlar. Typiskt för Sverige är att många e-handlar, men man gör det inte så ofta. Tre av fyra gör det mer sällan än en gång i månaden (diagram 2). Än tydligare blir detta om vi slår ut antalet köp över en månad och beräknar genomsnittet för Internetanvändarna. Vid en sådan jämförelse hamnar Sverige långt ned som vi kan se i diagram 5:4.

Diagram 5:3

Andel av Internetanvändarna som e-handlar.

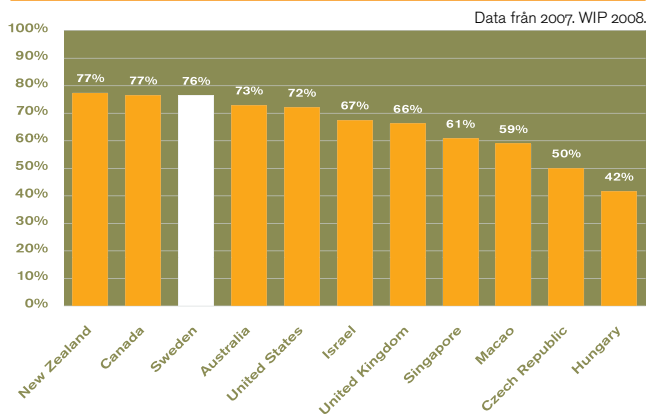
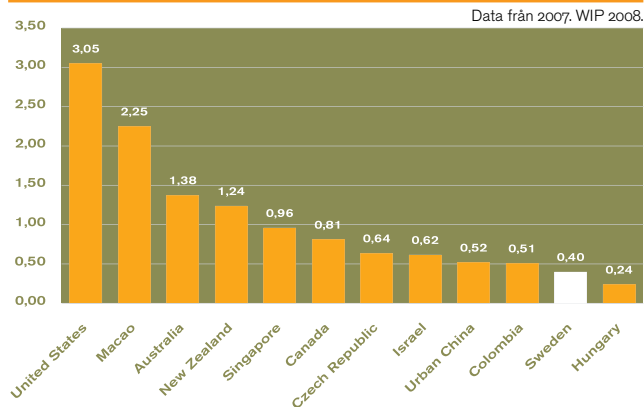


Diagram 5:4

Hur många gånger i månaden handlar Internetanvändarna i genomsnitt?



Vad handlar man på nätet?

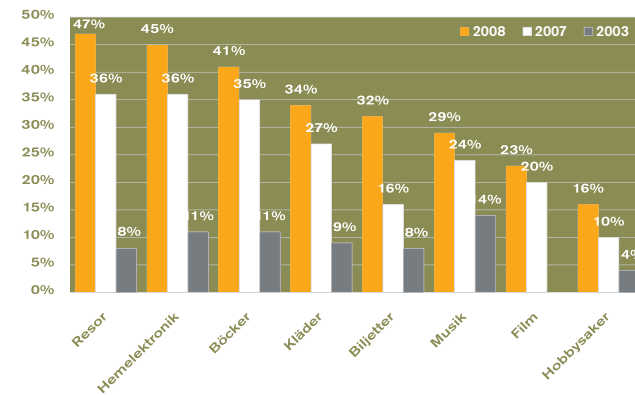
Musik dominerade e-handeln i början på 2000-talet. Inte bara som försäljningskanal utan även som distributionskanal. Det hade även fildelarna upptäckt. Digital musik i t.ex. MP3 format, kunde lätt kopieras, distribueras och lagras i enkla datorer och musikspelare. Trots detta var e-handeln med musik omfattande. Och den har vuxit sedan dess, samtidigt som andra distributionskanaler som lokala skivbutiker har försvunnit.

En av de största försäljningssuccerna under senare år har rört just musik. Det är Apples iTunes som internationellt har 50 miljoner kunder och sålt fyra miljarder låtar. Det visar att det går att sälja musik on-line samtidigt som fildelningen har ökat. Även svenska nätbutiken CDON visar på detta, när urvalet är omfattande, priset rätt och användarvänligheten stor.¹ Det dock inte musik som dominerar e-handeln idag. Det är resor, hemelektronik och böcker. De områdena har mångdubblats sedan 2003, och de har också ökat kraftigt under det senaste året. Tillgängligheten, ett stort urval, lägre priser och möjligheter till jämförelser är uppskattade egenskaper hos e-handeln. Också försäljningen av kläder, som inte var så lyckosam för 8-10 år sedan, har idag blivit omfattande, även om den mer liknar

¹ Findahl (2007), Trends in downloading and filesharing of music; Selg & Findahl (2006), File sharing and downloading - actors, motives and effects.

Diagram 5:5

Vad handlar man? En jämförelse mellan 2003, 2007 och 2008.



den traditionella postorderförsäljningen än shoppingbesök i virtuella världar. Att köpa biljetter över nätet har också blivit allt mer vanligt, i takt med att betalningssystemen blivit bättre och människors oro över kreditkortsbedrägerier minskat (se diagram 5:6).

Oron för kreditkortsbedrägerier har minskat

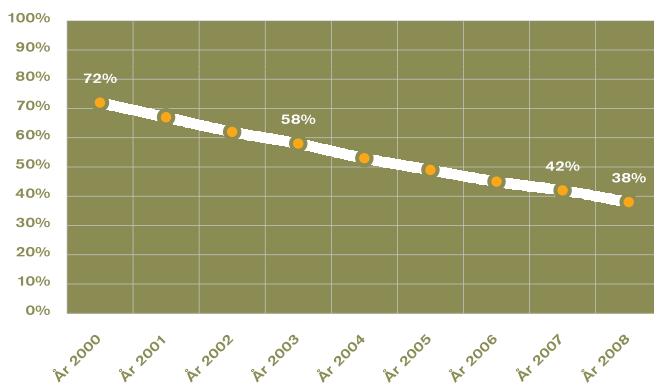
I takt med att kortbetalningar blivit allt vanligare har också oron över bedrägerier minskat. Det gäller särskilt bland de unga, som vuxit upp med kreditkort. Bland dem är en av tio orolig, medan mer än varannan av de äldre är oroliga (Diagram 5:7). På tio år har värdet av betalningar med kort nära nog fyrfaldigats och antalet betalningar med kort har mer än sjufaldigats. Det har underlättat e-handeln. Om man räknar i antal betalningar är kort numera det mest använda kontobaserade betalningsinstrumentet. I likhet med kontanter används kortbetalningar främst för betalningar som sker vid själva transaktionstillfället.²

Men oron över att uppge sitt kreditkortsnummer är fortfarande vitt spridd, särskilt bland äldre. Och denna misstro mot betalningssystemet på Internet utgör fortfarande det tyngsta skälet till att man inte handlar via Internet. Två av tre (64% 2008 och 67% 2007) nämner osäkerheten vad gäller

² Nyberg (2008). Kontanter och betalningar – hur ser framtiden ut?

Diagram 5:6

Den minskande oron för kreditkortsbedrägerier 2003 – 2008.



betalningen som det främsta skälet att de inte har e-handlat. Andra skäl är att det är svårt, att de inte kan (13%), eller att de föredrar vanliga affärer (10%) (Diagram 5:8).

De som e-handlar är nöjda

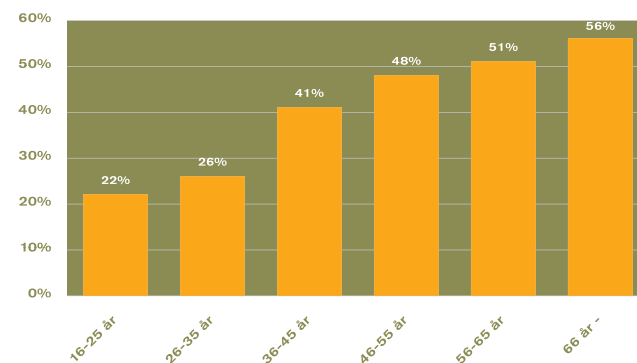
En orsak till att e-handeln successivt ökat är att de som använder Internet för detta förefaller ganska nöjda. 77% av Internetanvändarna är nöjda eller mycket nöjda t.ex. med tillgängligheten av varor och tjänster på Internet. 60% av de som e-handlat säger att de troligen kommer att göra fler inköp på detta sätt i framtiden.

Bankerna har lyckats bäst

De som lyckats allra bäst med att utnyttja Internet för olika penningtransaktioner är bankerna. Nästan tre av fyra Internetanvändare (71%) använder Internet för att betala räkningar. Det ger Sverige en framskjuten plats i en internationell jämförelse. I inget annat land är det så vanligt bland bankkunderna att utnyttja Internet. Jämförbara siffror för t.ex. Australien, Kanada och USA ligger på drygt 50%. Även när det gäller att utnyttja bankernas on-line tjänster har svenska Internetanvändare kommit längst.

Men även om många svenskar utnyttjar Internet för bankärenden så gör man det inte så ofta. I Australien utnyttjar t.ex. 55% av Internetanvändarna bankernas on-line tjänster

Diagram 5:7 Andelen av Internetanvändarna i olika åldrar som oroar sig för kreditkortsbedrägerier



åtminstone någon gång i veckan. I Sverige är motsvarande siffra 39%.

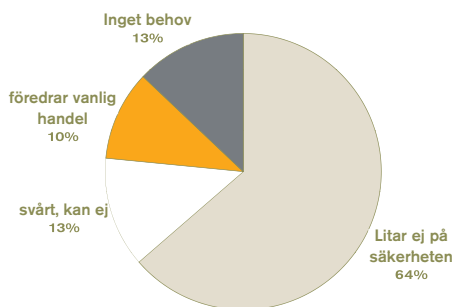
Det är här viktigt att komma ihåg att även om Sverige ligger långt fram i internationella jämförelser så är det många bankkunder som inte kan eller vill använda sig av Internet för penningtransaktioner. 73% av Internetanvändarna som betalar räkningar över Internet motsvarar 54% av befolkningen. Det innebär att 46% av befolkningen, dvs. ungefär hälften, inte använder Internet för penningtransaktioner.

Vanligare med e-information än e-handel

E-handeln har, som vi sett, utvecklats över åren. Men Internet används inte i första hand för handel utan ännu mer för information, och då även för att skaffa sig information om varor som man tänker handla. Internet är ett utmärkt verktyg för prisjämförelser och för att rådfråga andra som redan köpt eller tänker köpa. En majoritet av Internetanvändarna (57%) är varje vecka eller åtminstone några gånger i månaden ute på nätet för att skaffa sig information om en produkt. Man surfar runt och nätshoppar men det är långt ifrån alltid som köper något. 57% informerar sig medan 18% handlar.

Diagram 5:8

Varför handlar man inte på Internet?



Vem e-handlar?

De som idag använder Internet för e-handel finns i alla åldersgrupper, i alla inkomstlägen och med all slags utbildning. Men där finns också vissa genomgående skillnader som är kopplade till personernas utbildning och inkomst, liksom i viss mån ålder.

Ser vi till ålder är det ganska små skillnader i hur vanligt det är med e-handel från 16 upp till 55 år. Därefter minskar

Diagram 5:9 Andel av Internetanvändarna som utför sina bankärenden via Internet. En internationell jämförelse.

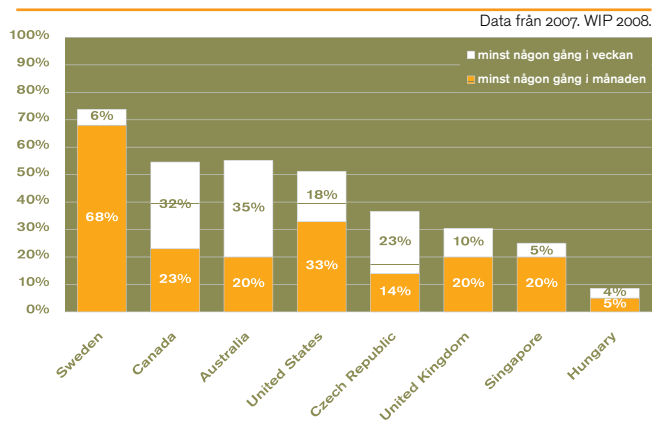
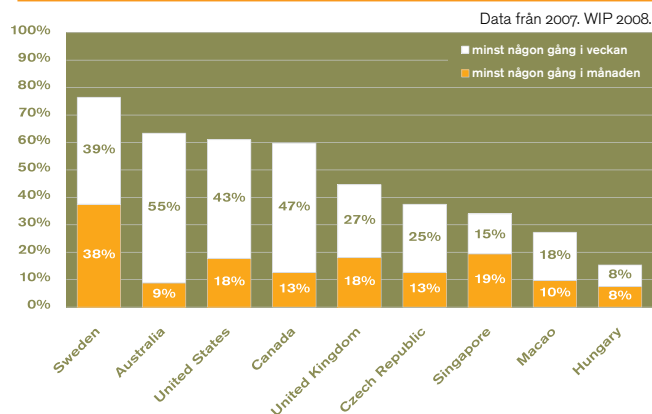


Diagram 5:10 Hur stor andel och hur ofta Internetanvändarna använder bankernas on-line tjänster i olika länder.



andelen e-handlare successivt med åldern (Diagram 5:12). Också inkomsten har betydelse, så att det är vanligare att man e-handlar med stigande inkomst (Diagram 5:13). Detta gäller dock inte bland de yngre. Utbildningen tycks ha störst betydelse (Diagram 5:14). Här är skillnaderna stora i alla åldrar.

Sammanfattningsvis är det framför allt de välutbildade och sedan de med höga inkomster som e-handlar mest. Åldersskillnaderna är små upp till 55 år. Därefter minskar andelen e-handlare.

Diagram 5:11 Andel av Internetanvändarna som skaffar sig information resp. köper en produkt

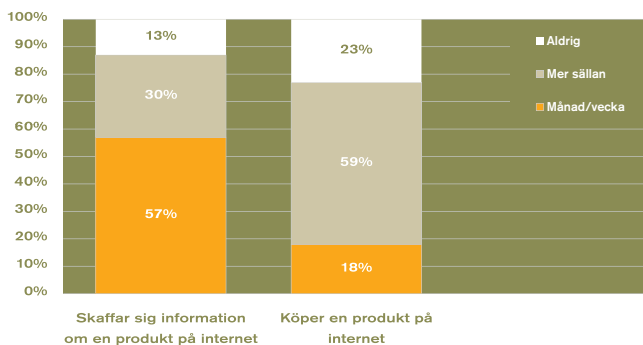


Diagram 5:12 Andel av Internetanvändare som e-handlar i olika åldersgrupper

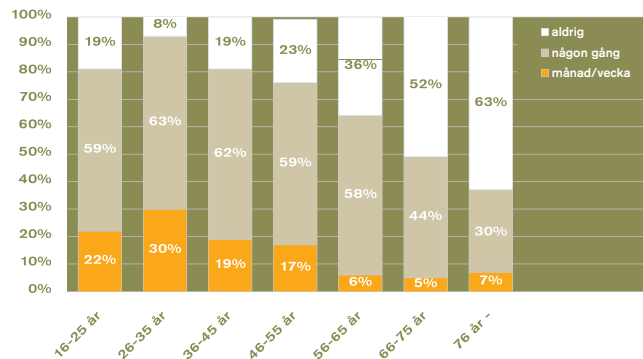


Diagram 5:13 Andel av Internetanvändarna med olika hushållsinkomst som e-handlar

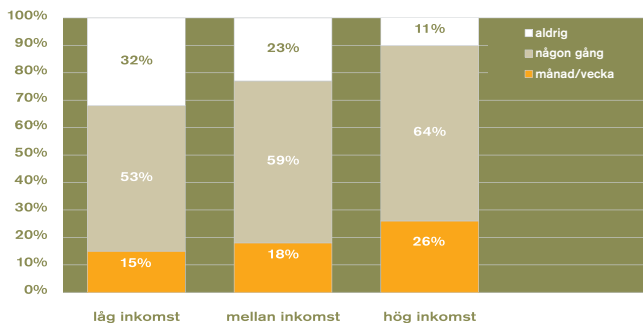
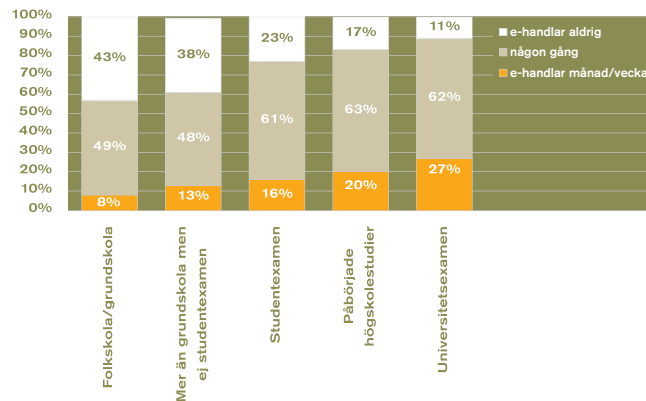


Diagram 5:14 Andel av Internetanvändarna med olika utbildning som e-handlar



Kapitel 6

Användargenererat innehåll

”Ny ekonomi”, ”dot.com”, ”bredband” var populära ord som användes flitigt för att beskriva Internetutvecklingen för tio år sedan. Det var ord kopplade till teknik och ekonomi. Idag har de bytts ut mot ”användaren har makten”, ”fildelning”, ”den långa svansen”, ”Mash-ups”, ”Wikies”, ”Medborgarjournalism” o.s.v.¹ Det handlar nu om hur användarna, den individuella medborgaren, har tagit makten över Internet och kan skapa sina egna webb-erfarenheter.

Web 2.0 är det ord som brukar användas för att beskriva detta nya skede i Internets utveckling. Det antyder att alla Internetanvändare nu kan använda Internet för att uttrycka och förverkliga sig själva. Är det frågan om en ”ny arkitektur

¹ Den långa svansen, ”the long tail” av Anderson (2007) handlar om hur den oändliga valfriheten på nätet skapar en gränslös efterfrågan; ”Mash-ups” är nya varianter och kombinationer av redan publicerat, ofta videomaterial; Wikies är en typ av webbsida där vem som helst kan bidra med innehåll och ändra och bygga på vad andra bidragit med

för deltagande”,² en demokratisering med allas rätt till kommunikation.

Den globala bilden är mycket imponerande. På bara några år har webbsidorna med öppet innehåll, inskickat av användarna själva, vuxit fram som de mest populära webbsajterna på nätet. Och nya webbsajter kommer till. Efter sökmotorerna Google och Yahoo kommer MySpace (profiler, vänner, bloggar, bilder, musik, video), YouTube (videoklipp) och Facebook (profiler, vänner, bilder, länkar) som alla är uppbyggda av öppet innehåll som användarna producerar. Som nummer åtta kommer Wikipedia.³

- MySpace har på tre år nått en daglig räckvidd på 6% av de globala Internetanvändarna.
- YouTube på två år – 18% av Internetanvändarna.
- Facebook på ett år en daglig räckvidd på 6% av de globala Internetanvändarna.
- Wikipedia på två år en daglig räckvidd på 9%.

Förutom dessa amerikanska webbsajter för de globala Internetanvändarna finns idag också motsvarande nationella sidor. Wikipedia har t.ex. en svensk upplaga. För ungdomar i Sverige finns Lunarstorm. För bilder finns Bilddagboken och Pixbox. Det finns också svenska webbsajter som Playdoo som har medlemmar över hela världen eller det finska Habbo hotel. I Finland har man också startat lokala tidningar där hälften av innehållet produceras, inte av journalisterna, utan av invånarna själva. I Korea har man utvecklat ”Ohmynews”, som är en plattform för medborgarrapporter, en slags online journalism.

² O'Reilly (2005), What is Web 2.0?

³ Alexa, sep 2008

Källa: Eriksson, Findahl & Selg (2008). Framtiden är öppen

	Daglig räckvidd % av de globala Internetanvändarna	Etableringstid	Innehåll
MySpace	6% (60 miljoner)	3 år	200 milj konton
YouTube	18% (180 miljoner)	2 år	58 milj videos
Facebook	6% (60 miljoner)	1 år	30 milj profiler
Wikipedia	9% (90 miljoner)	2 år	2 100 000 artiklar (eng) 75 000 bidragsgivare

”Cyworld” är en koreansk mycket populär social nätverkstjänst med personliga minihemsidor.⁴ Det dyker således hela tiden upp nya webbsajter och communities som grundas på öppet innehåll. Kring dessa har också utvecklats nya affärsmodeller och en speciell ekonomi, Wikinomics.⁵

Fler besökare än deltagare

Känt sedan tidigare är att det finns en asymmetri i uppladdning och nedladdning. Det är många fler som laddar ner och läser och tittar på innehållet än det är som själva skapar och laddar upp innehåll. Enligt YouTube rör det sig om att 35 miljoner videos laddas ner varje dag medan endast 35 000 laddas upp. Det rör sig om en kvot på 1:1000. En sådan låg kvot verkar vara mer regel än undantag på många användarskapade webb 2.0 sidor. När det gäller Wikipedia är kvoten närmare 1:10 000.

Hur ser det ut bland de svenska Internetanvändarna? Ja, låt oss först undersöka alla de olika aktiviteter som innebär att

något skapas och läggs ut på Internet. Vi har här aktiviteter som att lägga ut bilder på nätet för allmän beskådan, att göra en egen hemsida, att starta en blogg, att bidra till innehållet på en community, att dela med sig av musik och video på en fildelningsajt. Till detta kommer mer privata aktiviteter som att skicka foton till sådana man känner via e-post eller MSN.

Hemsida

Det klassiska sättet att presentera sig på nätet har varit att göra en egen hemsida. Till en början var det ganska komplicerat och krävde att man kunde skriva html-kod. Idag är det enklare och till många bredbandsabonnemang följer en uppsättning hemsidor. Men trots detta har denna typ av informationssida inte blivit så vanlig, framför allt bland kvinnorna. Det är dubbelt så vanligt med hemsidor bland männen och förekomsten är ungefär densamma från 16 till 45 år, vilket visar att detta är något som existerat som en möjlighet på Internet sedan länge.

Vi kan se att hemsidorna har ökat under året som gått från 7 till 9% av befolkningen. Ungdomarna (16-25 år) skiljer sig inte på något avgörande sätt från resten av befolkningen vilket tyder på att detta med hemsidor är ett etablerat fenomen och ingenting nytt under frammarsch.

4 Kim (2006). Is Korea a Strong Internet Nation?

5 Selg & Findahl, 2007, Tapscott, D & Williams, A (2006), Wikinomics

Tabell 6:1 Andel av olika grupper som har en egen hemsida på nätet

	Uppskattat antal	% av befolkningen 2008	% av befolkningen 2007	% av användarna	Män	Kv	16-25 år	16-18 år	Fildelare
Egen hemsida	660 000	9%	7%	12%	15%	8%	13%	15%	23%

Diagram 6:1

Andel av Internetanvändarna i olika länder som har en egen blogg

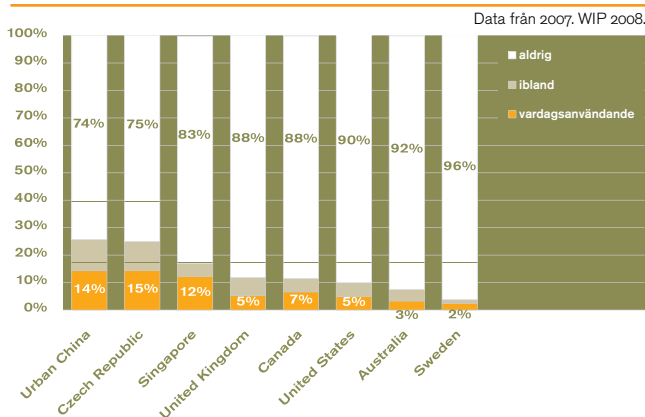
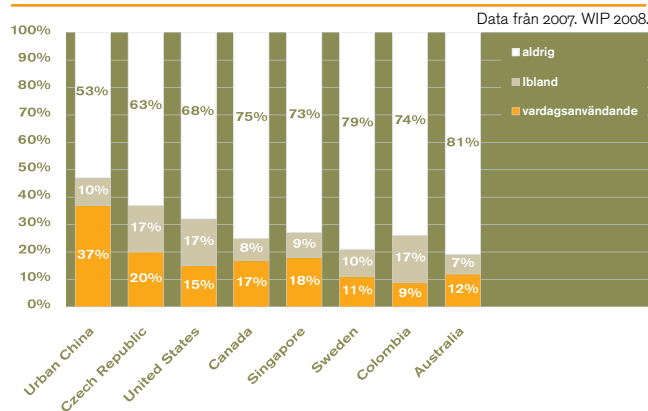


Diagram 6:2

Andel av Internetanvändarna i olika länder som läser bloggar



Tabell 6:2 Andel av olika grupper som har en egen blogg

	Uppskattat antal	% av befolkningen 2008	% av befolkningen 2007	% av användarna	Män	Kv	16-25 år	16-18 år	Fildelare
Egen blogg	350 000	5%	3%	6%	4%	8%	16%	19%	15%

Tabell 6:3 Andel av olika grupper som läser andras bloggar

	Uppskattat antal	% av befolkningen 2008	% av befolkningen 2007	% av användarna	Män	Kv	16-25 år	16-18 år	Fildelare
Läser bloggar	1 900 000	26%	22%	33%	30%	36%	52%	59%	55%

Blogg

En senare mer interaktiv variant av hemsidan är bloggen, där personer kan skriva ner och visa vad de vill, för andra i Internetvärlden. Denna möjlighet utnyttjas flitigt av journalister och debattörer och har därför blivit omskriven och upphöjd i de traditionella medierna. I Sverige, i motsats till en del andra länder, har dock inte bloggandet blivit särskilt omfattande. Antalet bloggare har dock ökat från förra året, från 3 till 5% av befolkningen. I länder som Kina och Tjeckien är det 25% av Internetanvändarna som bloggar åtminstone ibland.

En sådan jämförelse är dock inte riktigt rättvis eftersom Internet i de länderna inte har spridit sig till hela befolkningen utan framför allt till de unga. I Sverige är 19% i den yngsta åldersgruppen bloggare (se tabellen). Men även om vi jämför Sverige med Australien eller Kanada så är bloggandet vanligare där än här (Data i diagrammet från 2007).

Tidigare var bloggarna i Sverige ganska jämnt fördelade över åldrarna men nu har de yngre tagit över. Framför allt är det

kvinnorna i åldersgruppen upp till 25 år som använder sig av bloggar (22%), och ju yngre man är desto vanligare är det (28%). Kvinnliga bloggare är i dessa åldrar dubbelt så vanligt som manliga. Detta tyder på att bloggandet är på frammarsch, vilket stärks av att andelen bloggare i åldern 16-18 år är högre än för hela åldersgruppen 16-25 år. Om detta fenomen är något som hör ungdomen till och sedan kommer att avta vet vi inte. Vad vi vet är dock att allt fler ungdomar kommer växa upp med bloggandet som en naturlig del av sitt Internetanvändande.

Bloggandet har således fått en stor betydelse i den yngre generationen och även om andelen i procent räknat som bloggar är litet, är 350 000 skrivande människor fler än gamla tiders insändarskribenter. Frågan är dock om det är några som uppmärksammar och läser alla bloggar?

Det går inte att direkt svara på detta, men vi kan konstatera att det är många fler som läser bloggar än som författar sådana. Närmare bestämt fem gånger så många (6% vs. 33%), vilket motsvarar närmare 2 miljoner människor. Även här är det de

Diagram 6:3 Andelen av män resp kvinnor som läser bloggar dagligen eller 1-3 gånger i veckan

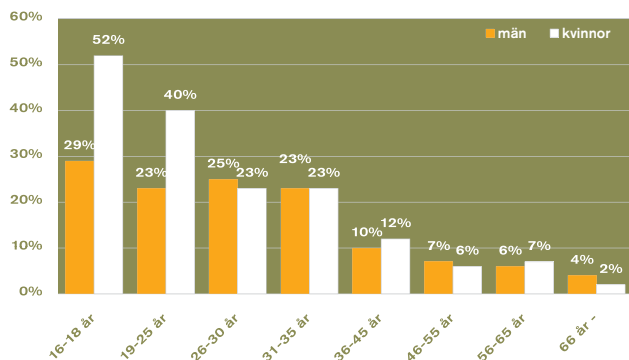
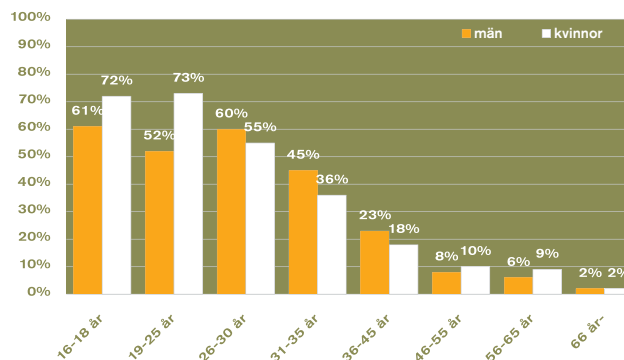


Diagram 6:4 Andel i olika åldrar, bland män och kvinnor, som är medlemmar i en community



unga kvinnorna som är mest aktiva. I åldergruppen 16-18 år läser 52% bloggar dagligen eller några gånger i veckan. Intresset att läsa andras bloggar kvarstår upp till 35 års åldern, där det börjar att hastigt avta

Bloggandet sprider sig således sakta i befolkningen, men bland ungdomsgrupperna, särskilt hos de unga kvinnorna, har det gått fort. Läsandet av bloggar har blivit en återkommande aktivitet som hos allt fler unga blivit en del av vardagsanvändandet av Internet. I ett internationellt perspektiv har utvecklingen i detta avseende gått betydligt längre på annat håll.

Webbgemenskaper och communities

Communities på nätet var till en början mest för tekniker och dataprogrammerare för utbyte av erfarenheter och utveckling av program⁶. Sedan kom yrkessajter och hobbysajter. Under denna tid och fortfarande i de högre åldrarna dominerar männen bland community-medlemmarna. För några år sedan introducerades mer sociala sajter, vilka omedelbart

⁶ Findahl & Selg.(2007), Öppen källkod och öppet innehåll. En undersökning av och med erfarna Internetanvändare

fick en explosionsartad tillväxt. Här dominerar nu de unga kvinnorna, som fick något på nätet som verkligen intresserade dem. (Diagram 6:5)

Ser vi till de webbgemenskaper som är inriktade på hobby och specialintressen liksom yrkeslivet, dominerar männen klart. Här är männen dubbelt så många, medan de sociala webbgemenskaperna attraherar mer kvinnor än män. Men även bland de unga männen är det de sociala sajterna som är mest populära. (Diagram 6:5) Däremot har andliga och politiska communities så få medlemmar att det inte går att redovisa här.

Det stora intresset som riktas mot webbgemenskaperna på Internet visar sig också i hur ofta man besöker de communities som man är medlem i. För de flesta ingår dessa besök i det vardagliga Internetanvändandet. En majoritet bland de unga kvinnorna gör dessa besök dagligen, medan 70-80% av medlemmarna, över alla åldrar, besöker sin community åtminstone några gånger i veckan. (Diagram 6:6)

Den återstående frågan är medlemmarnas bidrag. Hur mycket av innehållet är användargenererat? Hur aktiva är community-medlemmarna? En majoritet av medlemmarna

Tabell 6:4 Andel av olika grupper som är medlemmar i en community

	Uppskattat antal	% av befolkningen 2008	% av befolkningen 2007	% av användarna	Män	Kv	16-25 år	16-18 år	Fildelare
Medlem i en community	1 600 000	21%	11%	27%	25%	29%	65%	67%	66%

Diagram 6:5

Vilka communities väljer män resp kvinnor?

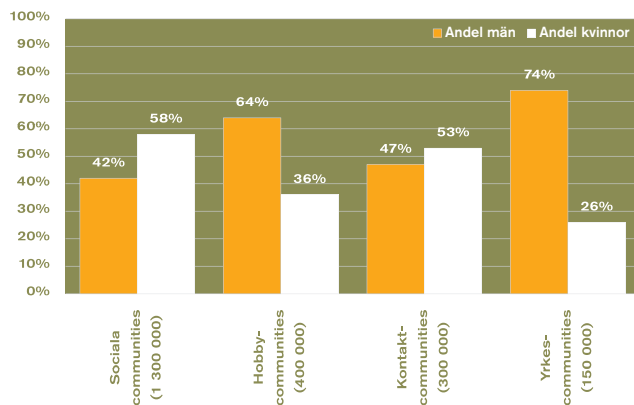
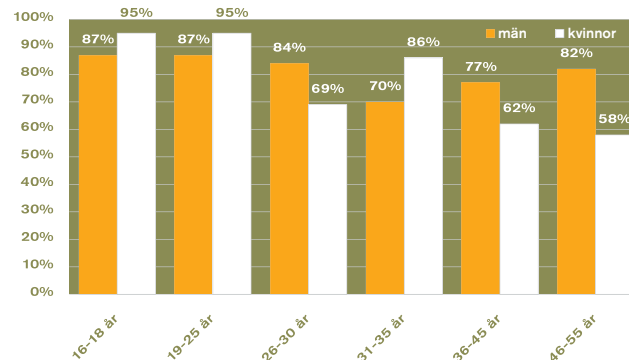


Diagram 6:6 Andel av community-medlemmarna i olika åldrar som besöker sin community minst 1-3 ggr/veckan



säger att de bidrar med innehåll, och bland de yngre är det 90% eller mer som bidrar. Man är således mycket aktiva och mest aktiva är de yngsta kvinnorna (16-18 år) på de sociala sajterna. Två av tre av dem bidrar med innehåll åtminstone någon/några gånger i veckan. Bland de äldre är det männen (36-55 år) på hobby sajterna som är mest aktiva. Hälften av dem är aktiva med att sända in bidrag någon/några gånger i veckan. Det finns också äldre community-medlemmar. De äldsta i vår undersökning är över 80 år. Men de är inte tillräckligt många för att utgöra ett tillräckligt statistiskt underlag för att kunna redovisas här. (Diagram 6:7)

Diagram 6:7 Andel av community-medlemmarna som bidrar med innehåll till sin community minst 1-3 ggr/veckan

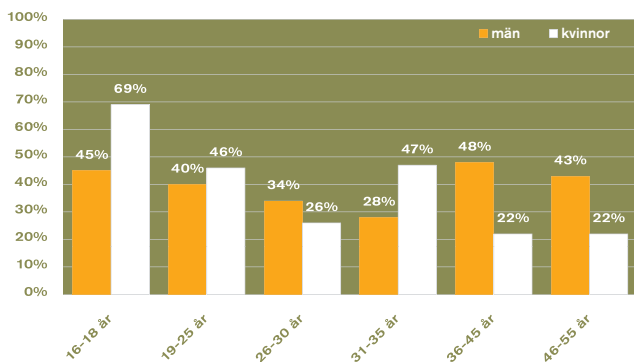
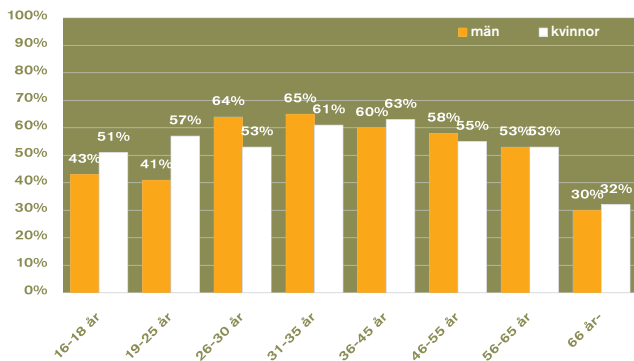


Diagram 6:8 Andel av Internetanvändarna som bifogar filer minst 1-3 ggr/veckan



Bifoga filer med e-posten

Nästan alla har någon gång bifogat en fil med text, musik eller foto med e-post eller något annat kommunikationsprogram. Det är ett sätt att fylla nätet med innehåll skapat av användarna själva, även om det inte är ämnat att vara tillgängligt för alla. En del är mer flitiga än andra att bifoga filer och vi skall se närmare på vilka de är. Vi riktar in oss på de som har detta som en vardagsaktivitet, dvs. de som dagligen eller åtminstone någon eller några gånger i veckan bifogar filer.

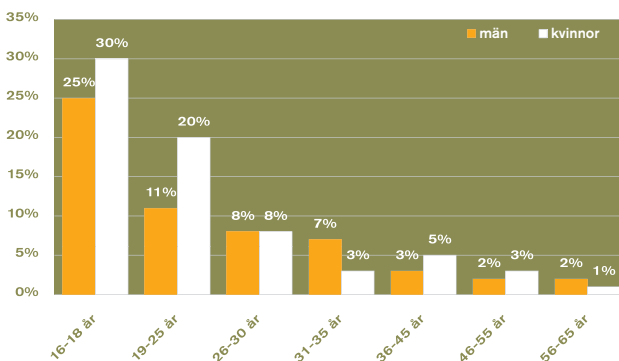
Det som skiljer denna aktivitet från de tidigare är att den utövas lika mycket bland de äldre som bland de yngre och mest bland de mellan 30 och 55 år. Det är en aktivitet som hör ihop med e-posten, som är välkänd av alla och som har varit kopplad till Internet och arbetslivet sedan 90-talet. Detta är således ingen nymodighet, vilket den breda spridningen i alla åldrar visar. I den yngsta åldersgruppen är det kvinnorna som dominerar.

Lägga ut digitala fotografier

En framgångsrik idé till att göra affär av det användargenererade innehållet är att rikta in sig på alla de foton som människor tar med sina nya digitala kameror⁷. Bara man blir medlem kan man spara sina bilder på nätet, skapa album och bestämma vilka som får tillgång till bilderna. Man kan också se på alla

⁷ Selg & Findahl 2007, Nätgemenskap som affärsidé – Drivkrafter och framgångsfaktorer

Diagram 6:9 Andel av Internetanvändarna som lägger ut bilder på nätet minst 1-3 ggr/veckan



andras bilder som de lagt upp på community-sajten. Hit hör Billdagboken, Pixbox m.fl. Även de globala sajterna som Flickr, Facebook och MySpace har plats för bilder.

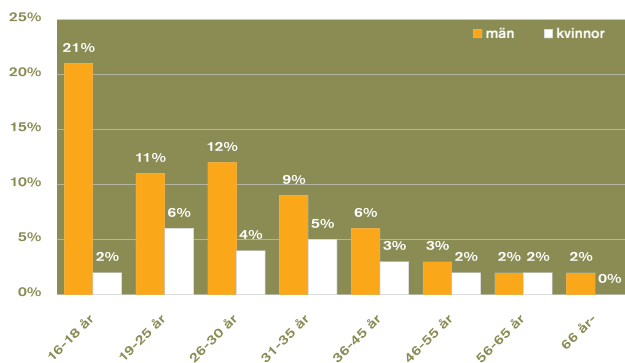
Detta, att spara bilder på nätet för allmän beskådan, har spridit sig till alla åldersgrupper (totalt 29% av användarna), men det är de yngsta (totalt 58%) som använder denna möjlighet flitigast. Även här är det de unga kvinnorna som är mer aktiva än männen.

Skicka in videoklipp

En mer avancerade form av bilder är videoklipp och kortare och längre filmsnuttar. Det kan vara något man själv filmat, eller bandat och kopierat, eller mixat ihop av vad andra har skapat. YouTube är det mest kända exemplet på en sådan sajt.

Detta är en aktivitet som är mer krävande än att skicka in foton och det är betydligt färre som ägnar sig åt detta. I huvudsak rör det sig om yngre män och det är de allra yngsta, 16-18 år, som är mest aktiva. Frekvensen är också låg jämfört med uppladdningen av stillbilder.

Diagram 6:10 Andel av Internetanvändarna som laddar upp videoklipp på nätet



Tabell 6:5 Andel av olika grupper som spelar spel på nätet

	Uppskattat antal	% av befolkningen 2008	% av befolkningen 2007	% av användarna	Män	Kv	16-25 år	16-18 år	Fildelare
Spelar spel på nätet	2 200 000	30%	25%	37%	40%	34%	53%	60%	70%

Spel på nätet

Spel på nätet associeras ofta till unga tonårspojkar som sitter och skjuter hejdlöst på allt som rör sig. Sådana spel existerar också, men Internetspel är så mycket mer och utövarna finns i alla åldrar bland både män och kvinnor. Mer än två

Diagram 6:11

Andel i olika åldrar som spelar på nätet minst 1-3 ggr/veckan

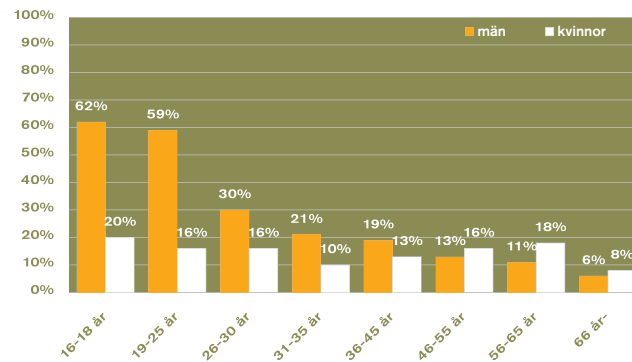
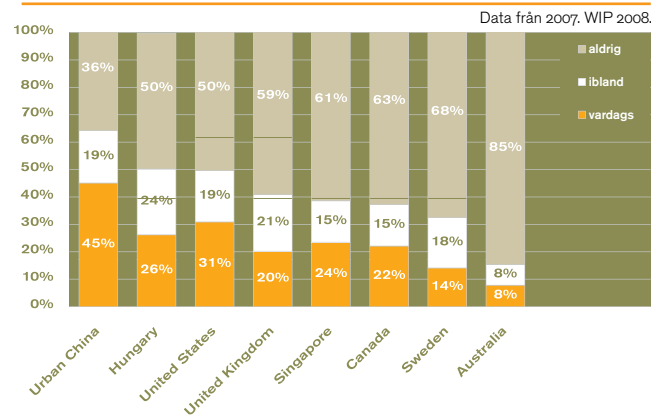


Diagram 6:12 Andelen av Internetanvändarna i olika länder som spelar spel på nätet



miljoner svenskar spelar för nöjes skull och en miljon av dem är kvinnor. I många online-spel ingår sociala kontakter och eftersom spelandet bygger på interaktivitet kan vi, ur ett sådant perspektiv, betrakta nätspelet som något som användaren är med att skapa.

Av diagram 6 framgår att de mest aktiva spelarna återfinns bland unga män. En majoritet av dessa ägnar sig regelbundet åt att spela. Men spelandet återfinns i alla åldersgrupper bland 15-20% av Internetanvändarna. Om det är kvinnorna som dominerar spelandet bland de unga så är det kvinnorna som dominerar spelandet bland de äldre. Spelen är dock av mycket olika karaktär.

Ser vi slutligen till vad som händer i andra länder kan vi se att spelandet på nätet är långt mer utbrett i tex. USA och England och framför allt i Asien. (Diagram 6:12)

Fildelning

Förutsättningen för fildelning är att man själv har något att dela med sig. Bakom ligger en överenskommelse: Om jag får något från dig får du något från mig. Genom att öppna en del av sin hårddisk får man samtidigt tillgång till innehåll på andras datorer. Det finns ingen central server utan

datorerna är direktkopplade till varandra. Ju fler som deltar i fildelningsnätverken desto fortare går det och desto mer finns det att välja mellan. Det förekommer också speciella communities, ”Dark Nets”, där endast medlemmar har tillträde. Särskilda program, allt mer sofistikerade, har utvecklats för att organisera trafiken i fildelningsnätverken (Kazaa, Bittorent) och det är framför allt musik som delas även om video blivit vanligare i takt med att allt fler har tillgång till bredband.⁸För varje år, sedan Internet började spridas, har fildelarna blivit fler. Förra året var det 14% av befolkningen som sa att de fildelade. I år är motsvarande siffra 18% om vi räknar befolkningen från 18 år och 19% om vi räknar från 16 år. Det motsvarar 1,4 miljoner svenskar i vuxen ålder. Det ökande antalet fildelare kommer till stor del från de yngre som blivit äldre och fortsätter att fildela. En stor majoritet av tonåringarna, framför allt bland pojkarna är fildelare. Männen dominans återfinns i alla åldrar med resultatet att mer än dubbelt så många män som kvinnor fildelar.

⁸ e t ex. Findahl (2006), Trends in downloading and filesharing of music; Selg & Findahl (2006), File sharing and downloading - actors, motives and effects.

Diagram 6:13

Andelen fildelare bland män och kvinnor i olika åldrar

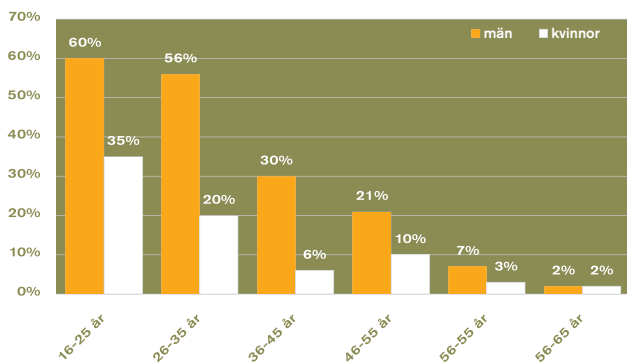
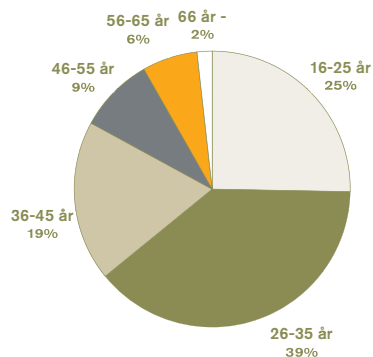


Diagram 6:14

Åldersfördelning bland de som tidigare varit fildelare



Tabell 6:6 Andel av olika grupper som fildelar

	Uppskattat antal	% av befolkningen 2008	% av befolkningen 2007	% av användarna	Män	Kv	16-25 år	16-18 år	Fildelare
Fildelning	1 400 000	19%	14%	24%	33%	15%	47%	48%	100%

Fildelningen avtar med åldern, både i frekvens och i antalet människor som fildelar. Detta återspeglar sig också i det stora antalet människor som säger att de har fildelat tidigare men inte längre. Det rör sig om 600 000 personer, 8% av befolkningen eller 10% av Internetanvändarna. Dessa återfinns framför allt i åldrarna 26-35 år. Det tyder på att fildelningen är en aktivitet som främst hör till ungdomen och som drivs av de ungas stora musikintresse. Men ungdomen sträcker sig här ända upp i trettioårsåldern. När de blir äldre avtar musikintresset hos en del. De får jobb och bildar familj. Vi har här ett exempel på en ungdomsaktivitet som alla inte kommer att föra med sig när de blir äldre, åtminstone inte i samma omfattning. Men de har skaffat sig erfarenheten att fildela och kan, när de vill, återuppta denna aktivitet. Ser vi till befolkningen i stort kan vi säga att en av fyra (27%) i befolkningen har prövat på fildelning, och av Internetanvändarna är det en av tre (34%).

Sammanfattning användargenererat innehåll

E-posten var den första tekniken som Internet erbjöd en användare som ville ge uttryck för sina åsikter eller sprida ett innehåll. Möjligheten att bifoga ett dokument har gjort det möjligt att sprida inte bara text utan musik, foton, program etc. Nästan fem miljoner svenskar utnyttjar denna möjlighet. Här finns inga större skillnader mellan kön eller åldrar.

Att skicka in egna digitala foton är också populärt, vilket 1,7 miljoner användare gör. Ännu fler, 1,9 miljoner, läser andras bloggar. Här är de unga kvinnorna mer aktiva. Det är också de som i första hand skapar egna bloggar. De unga kvinnorna är också mer aktiva än männen som community-medlemmar, och de är mer aktiva att bidra med innehåll till dessa sociala webbgemenskaper. Hobby-sajterna domineras dock av de medelålders männen. Männen dominerar också när det gäller fildelning och spel på nätet. De är också mer aktiva i att skicka in videoklipp och att skapa egen hemsidor.

Ser vi på relationen mellan att ta del av vad andra gjort och vad man själv producerar finner vi kvoter på en helt annan nivå än de som föreligger för de globala sajterna YouTube och Wikipedia. Där rörde det sig om små kvoter på 1:1000 = 0,001 eller ännu mindre. För svenska community-medlemmar (1,6 miljoner) är relationen 1:1,2, vilket ger en kvot på 0,8. Det betyder att medlemmarna, som skapar innehållet på sajterna, är mycket aktiva.

Aktiva bloggare (300 000) finns det inte så många i Sverige som i andra länder. Däremot är det betydligt fler, särskilt bland de unga, som läser andras bloggar (1,9 miljoner). Ändå är relation mellan att skapa och läsa 1:5 vilket ger en kvot på 0,2. Det innebär att det är fem gånger så vanligt att läsa andras bloggar som att skapa egna.

Tabell 6:7 Visar hur många som är engagerade i olika användarstyrda aktiviteter på nätet

	Uppskattat antal	% av befolkningen 2008	% av användarna	Internetanvändarna				
				Män	Kv	16-25 år	16-18 år	Fildelare
Medlem i en traditionell förening	4 200 000	57%	58%	63%	53%	49%	47%	54%
Bifoga filer	4 900 000	66%	88%	87%	90%	91%	85%	95%
Spelar spel på nätet	2 200 000	30%	37%	40%	34%	53%	60%	70%
Skicka in digitala foton	1 700 000	23%	29%	27%	32%	56%	58%	56%
Medlem i en community	1 600 000	21%	27%	25%	29%	65%	67%	66%
Bidra med innehåll till community	1 300 000	18%	23%	21%	25%	58%	60%	58%
Läser bloggar	1 900 000	26%	33%	30%	36%	52%	59%	55%
Egen blogg	350 000	5%	6%	4%	8%	16%	19%	15%
Egen hemsida	660 000	9%	12%	15%	8%	13%	15%	23%
Ladda upp videoklipp	300 000	4%	5%	6%	3%	10%	11%	17%
Fildelning	1 400 000	19%	24%	33%	15%	48%	48%	100%

Kapitel 7

Internet och traditionella medier

Det digitala innehållet på Internet kan bestå av text, ljud och bild, distributionen är ögonblicklig och avstånden utan betydelse. Detta har blivit både ett hot och en utmaning för de traditionella medierna; radio, TV och tidningar. Tidningarna var först på plats on-line med sina webbupplagor, sedan kom radion och idag finns också TV tillgängligt på nätet. Hur har detta tagits emot av Internetanvändarna? Utnyttjar man dessa möjligheter? Och om man gör det föredrar man att ta del av de traditionella medierna on-line istället för att läsa tidningen vid köksbordet, lyssna på radion i bilen och se på TV i soffan?

De traditionella medierna består av både information och

underhållning. Det gör också Internet. Radion, televisionen och tidningen har nyheter. Det har också Internet. Nyheter finns överallt och så gott som alla Internetanvändare tar del av nyheter på nätet. Hälften av alla Internetanvändare gör detta dagligen och 70% gör det åtminstone någon eller några gånger i veckan. Detta är inget ungdomsfenomen utan tillhör vardagsanvändandet av Internet i alla åldrar.

Tidningar

Tidningsläsning utgör också en aktivitet som hör ihop med den vardagliga användningen av Internet. De flesta (75%) läser tidningar on-line och en majoritet (55%) gör det åtminstone 1-3 gånger i veckan. En majoritet av männen i åldrarna 19-55 år gör det dagligen. Inte heller detta är en aktivitet som domineras av ungdomar utan tyngdpunkten ligger i åldrarna 25 till 45 år. (Se diagram 7:1) En något större andel av männen, jämfört med kvinnorna, läser tidningar on-line och tar del av nyheter. Detta återspeglar det faktum att männen tillbringar betydligt mer tid på nätet än kvinnorna.

Radio

Ljud i form av tal och musik är lätt att digitalisera och sålunda lätt att lagra och sända över Internet. 43% av Internetanvändarna lyssnar på radio on-line. Här är det de i yngre medelåldern som utnyttjar denna möjlighet mest. Men

Diagram 7:1

Andelen Internetanvändare i olika åldrar som läser tidning på nätet

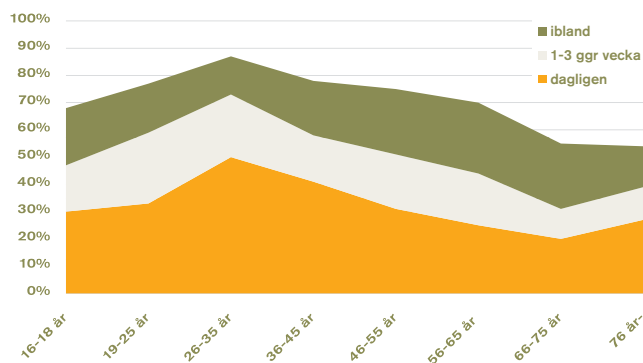
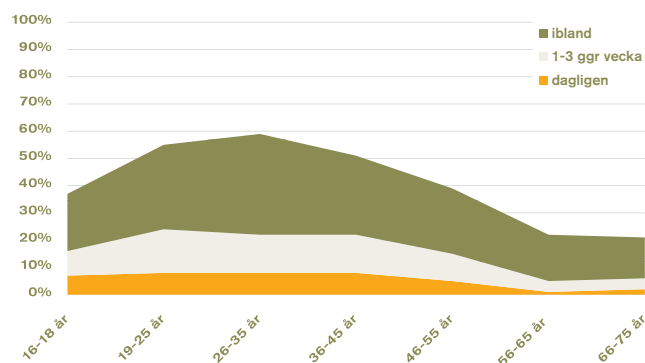


Diagram 7:2

Andelen Internetanvändare som lyssnar på radio on-line



detta är ingen vardagsaktivitet. Endast 6% lyssnar dagligen och männen lyssnar mest. De äldre som utgör den stora traditionella radiopubliken lyssnar ibland men ganska sällan. De yngsta är traditionellt inga radiolyssnare och även om de behärskar tekniken lyssnar också de ganska sällan.

Musik

Däremot är musiken viktig och nästan alla bland de yngre använder Internet för att lyssna på eller ladda ner musik. 73% av de i åldern 16-18 år gör det dagligen eller åtminstone 1-3

Diagram 7:3 Andel av Internetanvändarna i olika åldrar som lyssnar på radio resp lyssnar på eller laddar ner musik på nätet

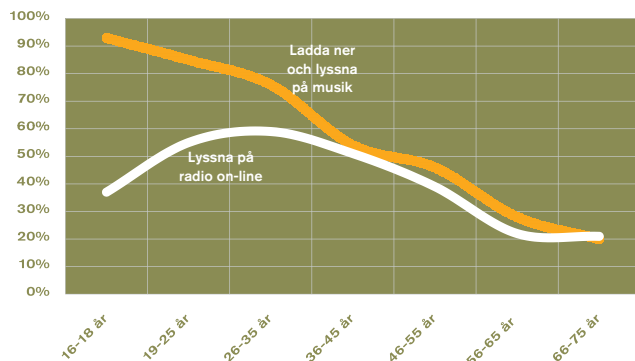
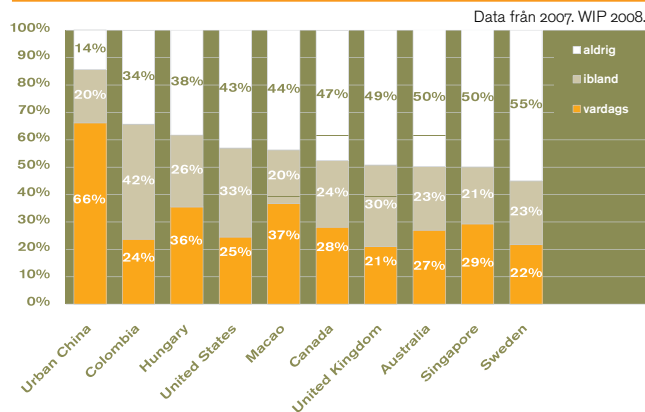


Diagram 7:4 Andel av Internetanvändarna i olika länder som använder Internet för att lyssna på eller ladda ner musik på nätet



gånger i veckan. Detta är således ett ungdomsfenomen men ända upp till 35 år ägnar sig 40% åt detta åtminstone 1-3 gånger i veckan. Män lyssnar något mer än kvinnor. I ett internationellt perspektiv är detta att använda Internet för att lyssna på eller ladda ner musik ännu vanligare i andra länder än i Sverige.

TV

Televisionens bilder har varit svårare att distribuera on-line. Men datorerna har blivit kraftfullare och bredband mer allmänt. 24% av Internetanvändarna ser åtminstone någon gång TV on-line. Ingen åldersgrupp är mer aktiv än någon annan, även om TV-tittandet på nätet är vanligast i åldrarna 16-55 år. Det är således inte frågan om något ungdomsfenomen (Se diagram 7:5). Inte heller hör TV-tittandet till någon vardagsaktivitet, utan det sker mycket sällan, för de flesta någon gång i månaden. Här finns ingen daglig publik, endast 1% utnyttjar denna möjlighet att se på TV on-line dagligen.

Video

Video, särskilt videoklipp eller kortare filmer, har visat sig passa Internetanvändarna. 34% av Internetanvändarna använder Internet för att se på eller ladda ner video (hit räknas inte långfilmer). Men det är endast tonåringarna (16-18 år) som i någon större utsträckning gör detta dagligen (27%). För de som är äldre än 35 år är denna aktivitet av liten betydelse.

Diagram 7:5 Andel av Internetanvändarna som ser på TV on-line

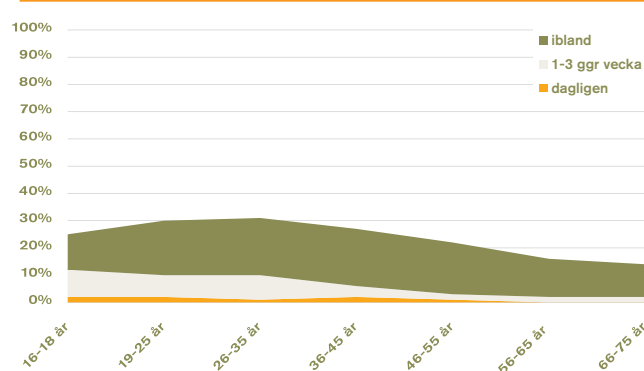
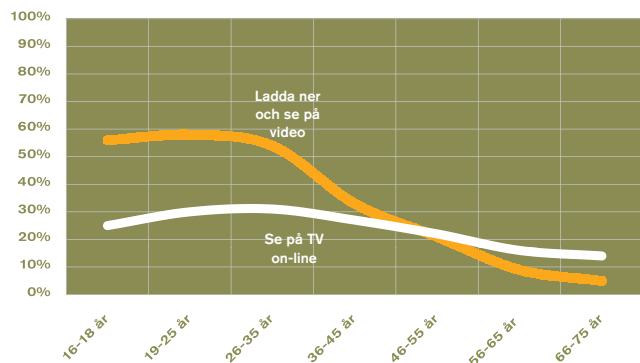


Diagram 7:6

Andel i olika åldrar som ser på TV resp ser och laddar ner video på nätet



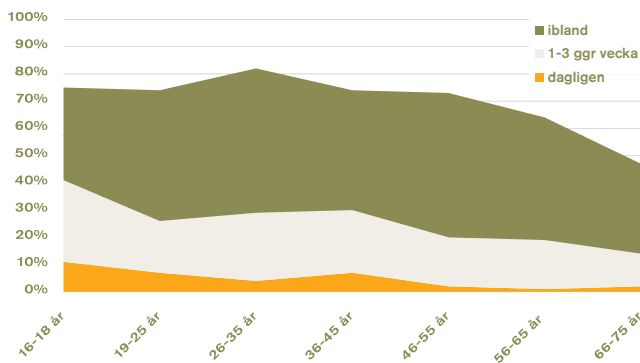
Webbtidningarnas videoklipp

Tidningarnas webbupplagor innehåller idag inte bara text och stillbilder som papperstidningen gör, utan man har också börjat utnyttja möjligheten att lägga in små reportage och intervjuer på tidningens webbsajt. Man försöker inkludera TV i tidningen och därmed skapa en mediasajt. Utnyttjar Internetanvändarna detta?

Ja, som vi tidigare sett så läser de flesta Internetanvändare ibland en tidning på nätet, och 73% av webbtidningsläsarna ser någon gång på tidningarnas videoklipp. Män något oftare än

Diagram 7:7

Andel av webbtidningsläsarna som tittar på tidningarnas videoklipp



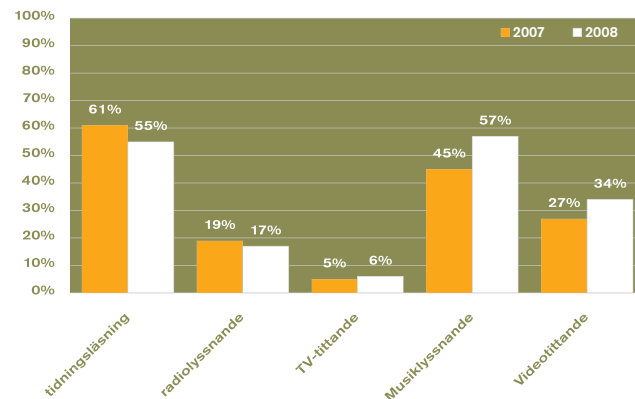
kvinnor. Precis som för tidningsläsningen är det små skillnader mellan olika åldersgrupper och det är inte bara ungdomarna som ser på filmerna. Däremot gör man det inte så ofta. Tidningsläsningen tillhör det vardagliga Internetanvändandet, men det gör ännu inte tittandet på webbtidningarnas videoklipp. 5% gör det dagligen och 21% gör 1-3 gånger i veckan.

Tendens i tiden

Går vi tillbaka ett år i tiden för att se vilka förändringar som skett det sista året kan vi konstatera att användandet av Internet för att ta del av de traditionella medierna inte har förändrats. Det är ungefär lika många 2008 som 2007 som läser tidningar, lyssnar på radio eller ser på TV on-line. Jämför vi de som är 16-18 år med de som är 19-25 år, finner vi att de som är äldre är mer aktiva. Här föreligger således inte något bakomliggande ungdomsfenomen bland tonåringarna som driver på utvecklingen.

Annorlunda förhåller det sig med musik och video på nätet. Här har det skett förändringar. 2007 var det 45% av användarna som lyssnade på eller laddade ner musik on-line. Idag är det 57%, och tonåringarna trycker på. De är mer aktiva än tjugooåringarna (16-18 år: 93%; 19-25 år: 85%). Även användandet av Internet för att se på eller ladda ner video har ökat under senaste året, från 27 till 34%.

Diagram 7:8 Förändringar i medieaktiviteter på nätet (dagligen eller 1-3 gånger i veckan) mellan 2007 och 2008



Internet i mobilen

Nästan alla (94%) i befolkningen har idag tillgång till en mobiltelefon och många av dem kan använda sin mobil för att koppla upp sig till Internet. Men det är inte tekniskt problemfritt och det kan vara svårt att bedöma hur mycket uppkopplingen kommer att kosta. Dessa osäkerheter återspeglas också i den begränsade användningen av dessa möjligheter. Förra året var det 16% av de som har mobiltelefon som, åtminstone någon gång, kopplade upp sig till Internet. I år är det 18%. Sålades inget större genombrott för mobilen som plattform för Internet.

Uppskattningsvis är det ändå drygt en miljon (1,2 miljoner) svenskar som någon gång går on-line med mobilen. 500 000 gör det åtminstone någon gång i veckan och 150 000 gör det dagligen. För att få ett perspektiv på hur mobilen används, förutom för telefonsamtal, kan vi jämföra hur mobilen används för Internet och e-post, med hur mobilen används som kamera och för SMS (textmeddelanden) och MMS (bildmeddelanden).

Mobiltelefonerna används av nästan alla för SMS och foto. SMS tillhör de vardagliga aktiviteterna medan kameran används mer sällan, men den används i alla åldersgrupper ända upp till de äldsta. Båda aktiviteterna är billiga. En digital bild kostar ingenting och ett SMS kostar inte heller mycket.

Att skicka ett MMS är inte lika utbrett och ännu mindre att koppla upp sig på nätet från mobilen. Här finns tydliga skillnader mellan män och kvinnor. Det är mer än dubbelt så vanligt bland männen att använda mobilen för Internet och också att skicka e-post från mobilen. När det gäller mobilen är kvinnorna mer intresserad än männen av musik och ringsignaler och att besöka communities.

När det gäller användningen av mobilen för att läsa/skicka e-post och för att se på TV och videoklipp är användningen så begränsad att den beskrivs bäst i en enklare tabell. 95% av de som har en mobiltelefon använder den aldrig för att skicka eller läsa e-post och 97% av dem tittar aldrig på TV eller video i mobilen.

Diagram 7:9

Andel av mobilanvändarna som använder SMS

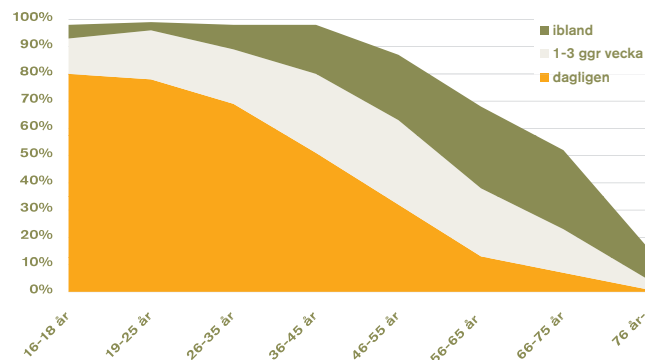
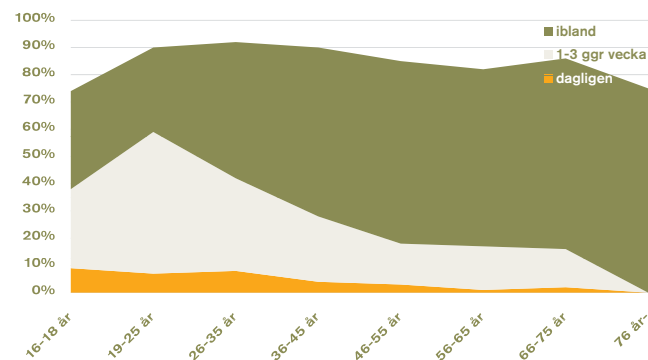


Diagram 7:10

Andel av mobilanvändarna som använder kameran



Tabell 7:1 Andel av de som har mobil i olika åldrar som använder mobilen för e-post eller för att se på TV och video.

	Totalt	16-18 år	19-25 år	26-35 år	36-45 år	46-55 år	56-65 år	66+ år
e-post i mobilen	5%	0%	5%	9%	9%	5%	3%	2%
TV, video i mobilen	3%	0%	2%	2%	3%	5%	1%	0%

Men kanske är det något på gång här bland de yngsta? Nej, mobilen för TV eller e-post använder de mellan 16 och 18 år inte alls, och vanligast att koppla upp sig till Internet är det bland de mellan 26 och 45 år. Det är således fortfarande trögt för Internet på mobilen, och särskilt bland ungdomarna. Nedan följer ett diagram över vad man vanligen gör när man kopplar upp sig på nätet via mobilen.

Jämför vi, i diagram 7:13, hur vanligt olika aktiviteter är bland de mobila Internetanvändarna, med hur vanligt det är bland fildelarna, är skillnaderna små.

Diagram 7:11

Andel av mobilanvändarna som använder MMS

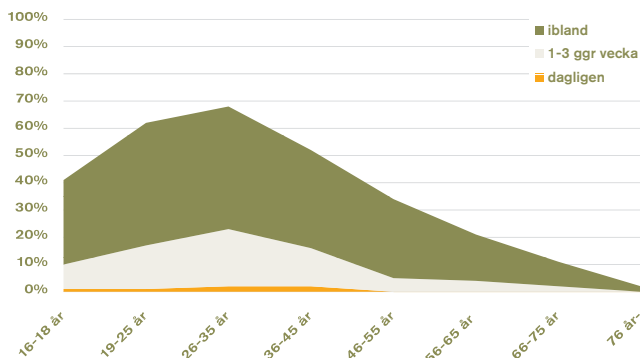


Diagram 7:12

Andel av mobilanvändarna som kopplar upp sig på Internet

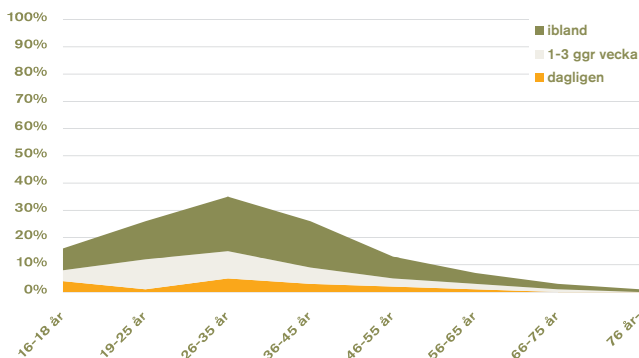
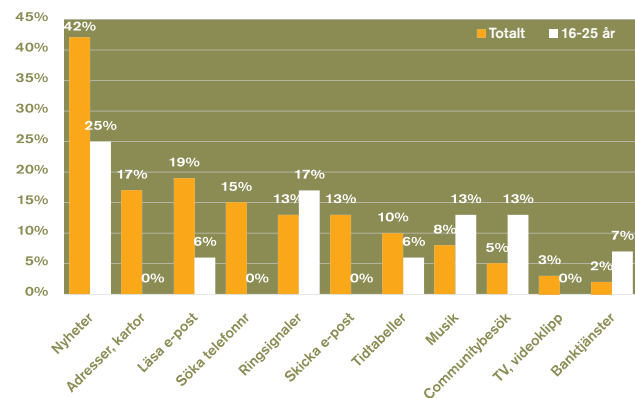


Diagram 7:13 Mobila Internetaktiviteter. En jämförelse mellan hur vanligt det är bland användarna totalt och de yngsta



Kapitel 8

Ungdomar, medelålders och pensionärer

En analys av användningsmönster

I ”Svenskarna och Internet 2007”¹, gjordes en analys av olika användningsmönster bland de som använder Internet. 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.

I vilken mån stämmer denna bild av Internetanvändarna om vi istället för att se alla användare som en helhet, delar upp dem efter ålder? Vi har de yngre, som i dagens värld, kan sträckas ut till 35 år. Vi har de medelålders som i många användningsaspekter inte förändras förrän framåt pensionsåldern. Men vi har här valt att sätta gränsen vid 55 år för att inte den äldre gruppen skall bli för liten. Således blir de medelålders mellan 36 och 55 år, och de äldre från 56 år och uppåt.

Metod

Vi har här valt att studera användningsmönstret utifrån 38 olika Internetaktiviteter som varje intervjuperson, som använder Internet, fått frågor om - alltifrån om man läser tidning på nätet, söker upp webbsidor med kulturellt innehåll, till om man bloggar och laddar upp foton. Varje fråga är här graderad från 0 till 5 där 0 = aldrig; 1 = någon gång, 2 = någon/några gånger i månaden; 3 = någon/några gånger i veckan; 4 = dagligen och 5 = flera gånger dagligen. Utifrån svaren på dessa 38 frågor har vi sedan gjort en klusteranalys för varje åldersgrupp för att få fram fyra typiska användningsmönster i varje åldersgrupp. Här nedan redovisas resultatet åldersgrupp för åldersgrupp.

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

Tabell 8:1

	Antal i urvalet	Antal som använder Internet	Andel som använder Internet
Unga 16-35 år	686	631	92%
Medelålders 36-55 år	676	562	83%
Äldre 56- 85 år	689	349	51%
	2051	1542	

De unga

Den mest avancerade gruppen bland de unga utgörs av de **avancerade entusiasterna**. De utgör en fjärdedel (24%) av de unga och de utnyttjar Internet för allt: kommunikation, information, underhållning, praktisk hjälp, och de deltar i community- och bloggvärlden. Här finns själva drivkraften till mycket av det användargenererade innehållet som finns på nätet, den s.k. web 2.0. Här är männen fler än kvinnorna.

En annan grupp som lägger ner mycket tid på Internet är **de unga entusiasterna** (25%). De liknar de avancerade entusiasterna i det att de är engagerade i blogg- och communityvärlden. De använder flitigt ”instant messaging” för att kommunicera med sina vänner och de lyssnar och laddar ner musik och video. De använder Internet för spel och fildelning. Men till skillnad från de avancerade entusiasterna så är de unga entusiasterna inte så intresserade av Internets andra aspekter som källa till information, praktiskt hjälpmedel etc. Vi kan också kalla dem unga modernister, eftersom deras användning av nätet

skiljer sig från traditionalisternas sätt att rikta in sig på det informativa. Här finns lika många kvinnor som män.

Bland de unga finns också **traditionalister** (28%), dvs. sådana som i första hand utnyttjar Internet för information och som praktiskt hjälpmedel. De utför bankärenden, handlar, informerar sig om olika produkter, läser tidning och tar del av nyheter. De läser om kultur och politik, bokar biljetter och slår upp ord. Det är dessa aktiviteter som karakteriserar traditionalisterna. Däremot är de mindre intresserade av ”instant messaging” eller att använda Internet för musik, video och spel. Många är dock medlemmar av communities. De är välutbildade, relativt välbeställda och genomsnittsåldern är något högre än i övriga grupper.

Slutligen finns det även bland de unga en grupp **försiktiga** Internetanvändare (23%). Här dominerar kvinnorna. De använder Internet för ett brett spektrum av aktiviteter som nyheter, hobby och community, men de gör det sällan

Tabell 8:2

Unga 16 – 35 år

	Andel av de unga	Tid Internet hemma(Timmar/vecka)	Andel män	Andel kvinnor	Utbildning 1-5	Inkomst 1-7
Avancerade entusiaster	24%	23	75%	25%	3,2	3,4
Unga entusiaster (Modernister)	25%	18,5	51%	49%	2,8	3,0
Traditionalister	28%	9,2	38%	62%	3,8	4,2
Försiktiga	23%	8,5	24%	74%	3,5	3,2

25-årig ensamstående kvinna som studerar. För henne är Internet, som hon använder flera gånger om dagen, viktigt både privat och för studierna. Hennes intresse är fotografering och friluftsliv. Hon är med i flera föreningar. Hon läser inte mycket tidningar men ser på TV och lyssnar på radio och musik. Mobilens SMS utnyttjar hon hela tiden. Internet använder hon för nyheter och för att t.ex. kolla upp tidtabeller men den mesta tiden ägnar hon åt community och bloggar. Hon lyssnar på och laddar ner musik och videos. Hon fildelar men köper också en hel del musik. Hon lägger upp digitala foton på nätet och har fått många nya vänner på Internet. Nackdelen, tycker hon är att det lätt blir för mycket tid framför datorn. Det finns också en risk för övervakning och kontroll som kan hota den personliga integriteten.

Porträtt:

**Modernist och
ung entusiast**



Medelålders

Även bland de medelålders finns det en grupp **avancerade entusiaster** (17%). I den gruppen dominerar yngre välutbildade män. De använder Internet mest av alla till allt, särskilt för att blogga, fildela och deltaga i communities, men också för att kolla fakta, och ta del av information om kultur, politik och sitt hobbyintresse.

En annan grupp, **modernisterna** (16%), domineras av yngre kvinnor. Förutom nyheter och tidningsläsning på nätet, sköter de bankärenden och handlar på nätet som de flesta andra. Det utmärkande för denna grupp är deras intensiva användning av nätet för kommunikation. De använder instant messaging, och mobilens SMS mer än några andra. De är också engagerade i olika communities och intresserade av bloggar. De fildelar och lägger upp foton på nätet.

En stor medelålders grupp är **traditionalister** (33%). Deras användning riktar mot Internets informativa innehåll. De tar del av nyheter, läser tidningar, informerar sig om produkter, handlar, utför sina bankärenden, tar del av myndigheternas offentliga information, utnyttjar nätet för att kolla fakta, intresserar sig för kultur och politik och framför allt använder Internet för att odla sina specialintressen, sina hobbies. Här dominerar äldre män med utbildning och inkomster som är lite högre än i övriga grupper.

I den fjärde gruppen, **de försiktiga** (34%) är två av tre kvinnor. De har tillgång till Internet men använder det sparsamt. I viss mån tar de del av nyheter, läser tidning, handlar, odlar sin hobby, sköter banktjänster. Men de gör det mer sällan än andra.

Tabell 8:3
Medelålders 36 – 55 år

	Andel av de medelålders	Tid Internet hemma Timmar/vecka)	Andel män	Andel kvinnor	Utbildning 1-5	Inkomst 1-7
Avancerade entusiaster	17%	16,2	65%	35%	3,5	4,3
Modernister	16%	14,4	36%	64%	3,6	3,6
Traditionalister	33%	8,7	65%	35%	3,6	4,6
Försiktiga	34%	4,9	40%	60%	3,3	4,4



Porträtt:

Avancerad entusiast

45-årig högutbildad ingenjör, gift med två barn, som haft Internet i mer än tio år och ännu längre i sitt arbete. Han prenumererar på en tidning men läser varken tidningar eller ser på TV särskilt mycket. I hemmet finns ett flertal datorer, mediaspelare och trådlöst nätverk. Han har också ett trådlöst bredband i form av ett 3G modem. I hemmet använder han Internet en hel del men ännu mer på arbetet. Hemma är det barnen som är ute på nätet mest. MSN och e-post används flitigt och även mobilen utnyttjas för uppkoppling till nätet och till att sköta e-posten. Nyheter tar han del av på nätet och läser tidningar. Fildelar gör han ibland. Möjligheterna till e-handel utnyttjar han flitigt. Han har en blogg som han inte arbetar med så ofta och han är medlem i en social community som han bidrar med innehåll till, men ganska sällan. Han lägger också upp digitala foton på nätet. För honom är Internet lika viktigt som andra medier som informations- och underhållningsmedium. Internet är viktigt i privatlivet men ännu viktigare i arbetslivet. Han är dock inte så nöjd med Internet. Det kunde fungera bättre och informationen kunde vara mer lättillgänglig. En konsekvens av det myckna Internetanvändandet är att familjen spenderar mindre tid tillsammans.

De äldre

Bland de äldre över 55 år, är det hälften som använder Internet. Det är dessa Internetanvändare som vi intresserar oss för här. Klusteranalysen grupperar dessa äldre användare i fyra grupper, en mindre och tre större grupper.

Två av grupperna är traditionalister, en med inriktning mot information och den andra med inriktning mot förströelse. De utgör tillsammans drygt hälften av de äldre. Den största gruppen, **traditionalisterna med inriktning på information** (30%), är välutbildade och tillbringar mycket tid på arbetet med Internet. De söker information om produkter, handlar, sköter bankärenden, odlar sin hobby, informerar sig om tidtabeller, kultur, myndighetsinformation etc. Men de är inte engagerade i bloggar och communities eller musik och underhållning på nätet.

Det finns också en grupp som vi kan kalla **traditionalister med inriktning på förströelse** (28%). De liknar de andra traditionalisterna i många avseenden, men använder genomgående Internet betydligt mindre för att komma åt Internets informativa sidor. Istället ägnar de mer tid åt nyheter

och tidningsläsning, spel, humor och att lyssna och ladda ner musik, den mer traditionella underhållningen. De har lägre utbildning och inkomst än info-traditionalisterna.

Den tredje stora gruppen består av **de försiktiga** (29%). De använder lite tid åt Internet hemma. När de gör det är det främst för information i allmänhet, om produkter, tidtabeller, nyheter. De surfar runt en del, utför bankärenden, odlar sin hobby. Men de ägnar totalt lite tid till Internet. Den genomsnittliga utbildningen och inkomsten i denna grupp, i förhållande till de andra, är lägre.

Slutligen har vi den minsta gruppen som består av **avancerade entusiaster** (13%). De är välutbildade, har bra inkomster och är mest män. Det är de som lägger ned mest tid på sitt användande av Internet och precis som traditionalisterna läser de tidningar, surfar runt, handlar och informerar sig om produkter, odlar sin hobby, kollar fakta osv. Men de läser också bloggar och deltar i webbgemenskaper. De lyssnar och laddar ner musik och video. De spelar spel och använder, i viss mån, Internet även för TV och radio.

Tabell 8:4

Äldre 56 – 85 år

	Andel av de äldre	Tid Internet hemma (Timmar/vecka)	Andel män	Andel kvinnor	Utbildning 1-5	Inkomst 1-7
Avancerade entusiaster	13%	12	67%	33%	3,6	4,7
Traditionalister med inriktning mot information	30%	6,4	59%	41%	3,5	4,1
Traditionalister med inriktning mot förströelse	28%	6,5	48%	52%	2,9	3,9
De försiktiga	29%	3,1	59%	41%	2,8	3,4

70-årig kvinna med folkskola bakom sig som släktforskar och ägnar sig åt vävning. Hon tycker att det är roligt att pröva nya tekniska prylar och är med i en pensionärsförening och en kulturell förening. Hon har en mobil av senaste modell och har haft Internet i tio år. Hon är nöjd med Internet och särskilt med att det har blivit lättare att kommunicera. Hon handlar inte på nätet. Det är för osäkert. Internet är bra för resor, hobby och för att informera sig om produkter. Hon deklarerar on-line och spelar ibland. Om det skulle uppstå problem känner hon flera hon kan rådfråga. Hon är medlem i en community, en andlig webbgemenskap. Den är viktig för henne. Hon bidrar själv med innehåll någon eller några gånger i veckan. Annars ser hon mycket på TV, lyssnar på radio och prenumererar på en morgontidning. TV och tidningar är hennes viktigaste informationskällor. Internet är inte så viktigt i hennes liv. Människor som inte har tillgång till Internet, tycker hon befinner sig i ett allvarligt underläge.

Porträtt:
**70-årig
pensionär och
communitymedlem**



Sammanfattning - Ungdomar, medelålders och pensionärer

Vår fråga var hur användningsmönstren ser ut i olika åldersgrupper? Man skulle kunna tro att användningsmönstren ser helt annorlunda ut bland de yngre jämfört med de äldre. Och det är till en del sant. De yngre spenderar betydligt mer tid på nätet än de äldre och fler av dem utnyttjar nätet för underhållning och de är i större utsträckning engagerade i blogg- och community-världen. Men samtidigt kan vi se hur samma uppsättning användningsmönster återkommer i alla åldersgrupper.

De avancerade entusiasterna återfinns bland de unga, bland de medelålders och även bland de äldre. I åldern 16-35 år utgör de 24% av användarna, för att minska till 17% i åldern 36-55 år och till 13% i åldern över 56 år. Mönstret för användningen, både vad gäller den breda inriktningen och omfattningen, är detsamma. Här utnyttjas Internet för både information, kunskap, kommunikation och underhållning. Och i varje åldersintervall skiljer sig dessutom dessa avancerade entusiaster från övriga genom att de nästan ägnar dubbelt så mycket tid åt Internet än övriga grupper i samma åldrar.

Även de försiktiga återfinns i alla tre åldersintervallen. De utgör någonstans mellan en tredjedel till en fjärdedel av användarna. De använder Internet ganska sällan och de är inte så intresserade. Även bland de unga är således ett sådant förhållningssätt till Internet inte så ovanligt. Internet betraktas, bland de försiktiga, som inte särskilt viktigt.

Omkring 30% av de unga, av de medelålders och av de äldre är traditionalister i sin användning av Internet. Det betyder att de i första hand använder sig av Internet som källa till information och som praktiskt hjälpmedel. Det är det traditionella sättet att se på Internet och återspeglar innehållet på Internet som det var tidigare. Detta användningsmönster

är, som vi sett, inget specifikt för de äldre användarna utan vi finner det även bland de unga.

Det finns dock några skillnader mellan de unga, medelålders och äldre. Bland de äldre har vi hittat ett nytt användningsmönster som inte återfinns bland de medelålders och de unga. Det är traditionalisterna med inriktning på förströelse (28%). Användningens inriktning liknar de andra traditionalisternas men den tid som läggs ner riktas också mot traditionellt innehåll som musik, spel, skämt och humor. De är inte intresserade av Internet som kommunikationsmedel eller att delta i blogg- och community-världen. Samtidigt är användningen inte så sporadisk som hos de försiktiga.

En annan skillnad mellan de äldre och övriga är ”Modernisterna”. Det är ett användningsmönster som riktar in sig på underhållning och framför allt på Internets kommunikativa egenskaper. Det återfinns inte bland de äldre, men bland de medelålders och de unga. Ofta ingår också en viss mån av traditionell användning med information, banktjänster och e-handel. Men det karakteristiska är den kommunikativa användningen som även inbegriper bloggar och webbgemenskaper och till det lyssning och nedladdning av musik och video.

En mer extrem form av ”modernism” återfinns bland de unga entusiasterna i åldrarna 16 till 25 år. Här har den traditionella användningen nästan helt fallit bort och de ägnar nästan hela sin entusiasm åt det nya kring communities, bloggar, fildelning, spel osv. Vi har också kallat dem unga entusiaster eftersom de ägnar så mycket tid åt Internet.

Ibland kan man få föreställningen att unga och äldre Internetanvändare kommer från helt olika världar. Alla unga bloggar och deltar aktivt i communities medan de äldre bara läser tidningen på nätet och på sin höjd tittar på annonserna

Tabell 8:5

	Unga 16 – 35 år	Medelålders 36- 55 år	Äldre 56 – 85 år
Avancerade entusiaster	24%	17%	13%
Modernister	25% (Unga entusiaster)	16%	
Traditionalister (Med inriktning på information)	28%	33%	30%
Traditionalister (Med inriktning på förströelse)			28%
Försiktiga	23%	34%	29%

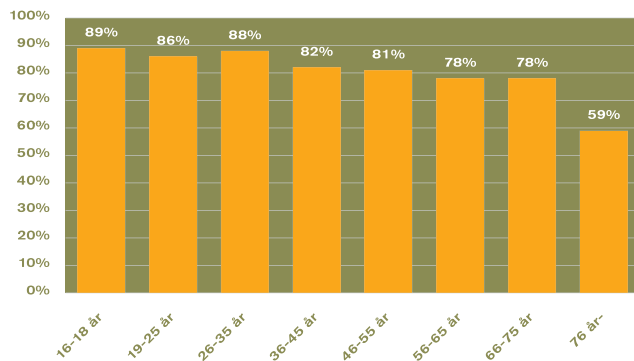
på Blocket. Denna schablonbild stämmer inte. Många äldre och medelålders användare är avancerade entusiaster likaväl som det finns många unga som inte är särskilt intresserade av Internet och inte lägger ner särskilt mycket tid på detta. Men det finns också skillnader. Traditionalisterna med inriktning mot förströelse återfinns inte bland de unga och modernisterna återfinns inte bland de äldre. Behovet av underhållning och förströelse har de båda men användningsmönstren ser här helt olika ut.

Kapitel 9

Bra och dåligt med Internet

Den snabba spridningen av Internet ut i befolkningen, trots krånglig teknik och höga kostnader, pekar på att det finns positiva värden i användningen av Internet som överväger de negativa. Hur ser användarna själva på dessa positiva värden, och vad är det som de uppskattar mest? Samtidigt finns det negativa aspekter av människors användande av Internet. Många tycker att det finns för mycket innehåll på nätet som är olämpligt för barn och att det finns en risk att man blir beroende av Internet.

Diagram 9:1 Andelen Internetanvändare som är nöjda eller mycket nöjda med Internet i stort.



Den positiva attityden till Internet

Överlag är användarna av Internet nöjda med Internet. 83% ger "Internet i stort" värdet 4 eller 5 på en femgradig skala. Mest nöjda är de yngre, och minst nöjda är de äldre. När det gäller Internets olika egenskaper är det flest (80%) som ger höga poäng åt mängden av användbar information, sedan följer tillgängligheten av varor och tjänster (77%), möjligheterna till kommunikation (73%) och sedan utbudet av nöje och underhållning (62%).

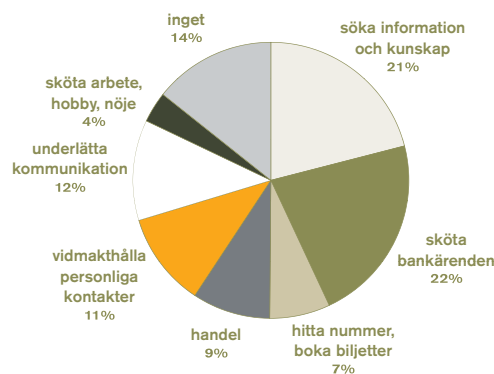
Vid frågan om det är något i deras privatliv som blivit bättre eller enklare, till följd av Internet, har nästan alla ett svar. Flest (22%) nämner att det blivit mycket lättare att betala räkningar och utföra bankärenden.

- **Betala räkningar och få information**
- **Bankärenden och all privat administration**
- **Bankärenden, hålla koll på ekonomin**
- **Kan betala räkningar när jag vill, slipper köa**

Sedan kommer tillgången till information och fakta på nätet (21%).

- **Lätt att ta reda på saker och slippa ringa**
- **Väldigt mycket information om olika saker**
- **Blivit snabbare att hitta informationen**
- **Att söka information har blivit bättre**

Diagram 9:2 Andel av Internetanvändare som anger vad som blivit bättre och enklare med Internet.



Möjligheterna att skicka e-post och ta kontakt med personer och myndigheter över nätet nämner 12% som det som gjort det lättare för dem.

- **Kontakt med andra människor, bestämma träffar enklare**
- **Snabbare kontakt, gratis kontakt och bättre kontakt**
- **Slipper åka till arbetsförmedlingen och banken**
- **Enklare kontakta myndigheter**

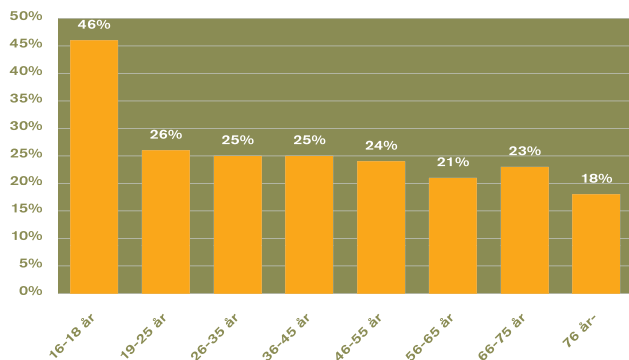
Nästan lika många lyfter fram hur Internet gjort det möjligt för dem att hålla kontakt med familj och vänner som bor på annan ort än de själva.

- **Kontakten med mina nära och kära som ej bor i närheten av mig**
- **Kontakt med vänner längre bort har blivit bättre**
- **Kontakten med brodern som bor utomlands**
- **Dela intryck fortare, kan alltid nås**

Handel och kanske ännu mer möjligheten att informera sig om varor och priser on-line underlättar också livet, liksom möjligheten att hitta adresser, tidtabeller och biljetter. Allt detta har gjort livet lättare att leva säger Internetanvändarna.

- **Hitta, utvärdera, köpa de produkter jag är intresserad av**
- **Köpa svåråtkomlig musik**
- **Handla något från blocket**
- **Lättare att hitta telenummer, sådana praktiska grejer**
- **Förenklar kontroll av tågtider, affärsöppettider osv**

Diagram 9:3 Andel av befolkningen som tycker att Internet har gjort världen till en bättre plats att leva på.



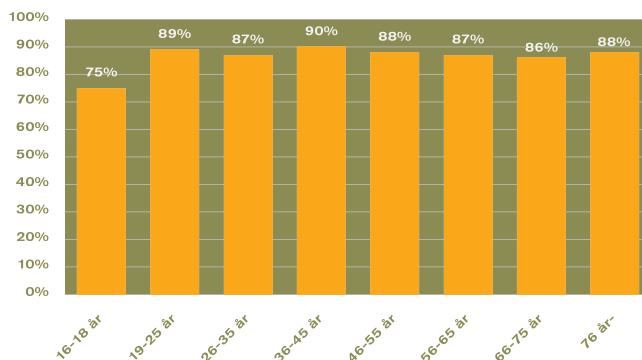
Det finns också en grupp användare (14%) som inte kommer på något som Internet medfört som gjort deras liv bättre och enklare. Men som framgår av diagram 2 är denna grupp liten.

Den skeptiska attityden till Internet

Trots den mycket positiva attityd som användarna har till Internet i relation till deras egna liv, hyser de inga illusioner om att Internet också skulle förändra samhället eller fördjupa demokratin. Endast 25% anser att Internet har gjort världen till en bättre plats att leva på, och endast 14% instämmer i att Internet kommer göra det lättare att påverka politikerna och endast 7% anser att Internet kommer att ge medborgarna mer politisk makt.

Det är fler (26%) som anser att Internet är ett hot mot den personliga integriteten, och att den leder till ökad övervakning och kontroll (39%), än som anser att Internet har gjort världen till en bättre plats. Mest oroade är svenska folket över barnens användning av Internet. 87% instämmer i påståendet att barn har tillgång till en mängd olämpligt innehåll on-line. Detta är en attityd som står lika stark idag som den gjorde för åtta år sedan, när vi började våra mätningar. Konsekvensen av detta är att 62% anser att det är nödvändigt med någon slags reglering och kontroll av innehållet på Internet.

Diagram 9:4 Andelen av befolkningen som instämmer i att barn har tillgång till en massa olämpligt material på Internet?



Den negativa attityden till Internet

Tidigare såg vi att Internetanvändarna kunde räkna upp en lång rad saker hos Internet som gjort deras liv bättre och enklare. Finns det också sådant som blivit sämre och mer komplicerat? Ja, det finns det, men det anmärkningsvärda är att 74% av de som använder Internet inte kan komma på något som är problematiskt.

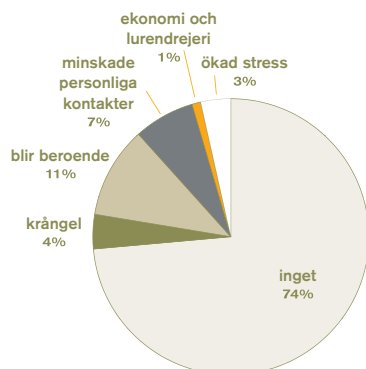
Det som nämns oftast som problem i samband med Internet är att det är lätt att bli sittande kvar framför datorn längre än vad man tänkte från början. Det kan vara svårt att sluta när det finns så mycket intressant bara några knapptryckningar bort.

Här är några kommentarer från intervjuerna.

- Man blir sittandes framför datorn
- Barnen ägnar för mycket tid åt Internet.
- Vissa snöar in, tragiskt.
- Min man använder Internet för mycket
- Mindre tid till annat, fastnar framför datorn
- Ungarna går inte å lägger sig.
- Många konflikter med tonåring angående Internet

Det finns således ganska många (11%) som tycker att Internet tar för stor plats. Det är lätt att bli uppslukad framför skärmen. Detta kan bli till ett beroende av att hela tiden vara uppkopplad. Det rör sig om ungefär 700 000 personer som

Diagram 9:5 Andel av Internetanvändare som anger vad som blivit sämre eller mer komplicerat med Internet.



upplever dessa problem hos sig själva eller närstående. Frågan här är hur allvarligt detta beroende är. Är det frågan om ett regelrätt beroende (addiction), eller mer något tillfälligt som man kan reglera om man vill?

En del (7%) klagar på konsekvenserna av ett utbrett Internetanvändande. Det upplevs ha medfört att de personliga kontakterna, ansikte mot ansikte, har minskat. Det påverkar i sin tur relationer med andra människor och ibland arbete och studier.

- Att man inte ses lika mycket ansikte mot ansikte längre.
- Det att man pratar mindre med kompisar, man mailar hellre.
- Drar sig för att ringa, minskad telefonkontakt
- Mindre kontakt med barnen som sitter mycket vid Internet.
- man pratar via msn istället för att ringa = sämre

Internet är en sofistikerad teknologi som kan ställa till problem när det inte fungerar. Tekniskt krångel är inte ovanligt (4%).

- När det inte funkar så känner man sig handikappad.
- Att komma ihåg alla lösenord till alla sidor.
- virus-drabbade datorer

En utbredd användning av Internet kan också orsaka hälsoproblem, både i form av stress från ett informationsöverflöd och dålig motion efter för mycket stillasittande.

- Motionen
- Kan känna mig stressad av att inte hinna ta del av allt

Att tekniken kan kännas frustrerande när den inte fungerar eller att hälsan kan bli lidande av för mycket stillasittande, är inte särskilt förvånande. Mer anmärkningsvärt är de sociala och psykologiska problem som människor upplevt kring ett alltför omfattande användande av Internet. Slår vi ihop dessa två grupper som upplever att Internet ibland har en tendens att ta över vardagslivet, blir summan omkring en miljon människor (18% av användarna).

Vi får här inte glömma att det finns ett starkt samband mellan användningen av Internet och ökade kontakter med andra människor. 30% av användarna uppger att Internetanvändningen har ökat deras kontakter med vänner, 27% säger ökade kontakter med personer i samma yrke, 20% säger ökade kontakter med personer som delar deras specialintressen, 18% anger ökade

kontakter med familjemedlemmar. Mycket få säger att deras kontakter med andra människor minskat på grund av deras Internetanvändande.

Däremot sker de flesta av dessa kontakter över nätet, och inte personligt, ansikte mot ansikte. Om frågan riktas in mot detta svarar de flesta att Internet inte har medfört några förändringar i detta avseende. Men det är 4 procent som svarar att Internet har medfört ”mer tid” ansikte mot ansikte med familj och vänner och 9 procent som svarar ”mindre tid”. Här väger de negativa effekterna över. Slutsatsen blir då att användningen av Internet har för många medfört ökade kontakter, men för nästan 10 procent av användarna har de personliga kontakterna med släkt och vänner, ansikte mot ansikte, minskat.

DettyckssåledesfinnasenmindregruppavInternetanvändarna där användningen har resulterat, inte i minskade kontakter med andra människor, utan i minskad tid, ansikte mot ansikte, med andra människor. I en familj eller i en relation med en annan människa kan detta medföra problem.

Intressant är att i den yngsta gruppen, 16-18 år, som lägger ner mest tid på Internet, överväger de positiva effekterna. Här är det 12 procent som uppger minskad tid med familj och vänner medan det är 16 procent som säger att Internetanvändandet medfört att de tillbringar mer tid med familj och vänner, ansikte mot ansikte. Här går tendensen åt andra hållet. Kontakterna med andra ökar och även de personliga öga-mot-öga kontakterna ökar. Internets effekter på personliga kontakter är sålunda mer komplicerat än vad vi antog från början. För att klarlägga dessa förhållanden närmare behövs fördjupade studier där människor kan följas över tiden. Här skall vi som avslutning analysera en annan tänkbar negativ effekt, nämligen Internetberoendet. Hur allvarligt skall Internetberoendet bedömas?

Finns det ett beroende?

11% av användarna klagar på att de själva eller närstående tillbringar alltför lång tid framför datorn. Det motsvarar 700 000 personer som upplever Internet som psykologiskt eller socialt problematiskt. För att undersöka hur allvarligt detta problem är ställde vi tre specialfrågor, hämtade från ett speciellt test som säger sig mäta styrkan i ett beroende.¹ Det handlar om överdrivet användande, tendens att dra sig undan, svårt att vara utan Internet och problem i sociala relationer.

Resultatet visar att det inte är ovanligt att man upplever att man tillbringar alltför mycket tid med Internet. 30% säger att man gör detta någon gång, 12% säger ofta och 2% säger mycket ofta.

Det är betydligt färre som uppger att de kommer i diskussion med sin familj om att de ägnar för mycket tid åt Internet eller att de känner sig oroliga och irriterade när de inte kan vara on-line. För att bedömas som ”Internetberoende” skall man ha svarat mycket ofta på samtliga frågor. Ingen gjorde det men enligt vårt minitest kan vi bedöma att en till två procent kan bedömas vara Internetberoende. Det är dock inte frågan om att vara ”addicted” i en psykiatrisk betydelse, att Internet har blivit en drog. För att konstatera detta behövs enskilda fallstudier, inte brett upplagda intervjuundersökningar.² Däremot finns det ett mycket starkt samband mellan ”beroendet” och ett överdrivet Internetanvändande.

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

2 Widyanto & Griffiths, (2007). Internet Addiction: Does It Really Exist?

Tabell 9:6

	Aldrig	Någon gång	Ofta	Mycket ofta
Hur ofta tillbringar du allför mycket tid med Internet?	55%	30%	12%	2%
Hur ofta kommer du i diskussion med din familj om att du ägnar för mycket tid åt Internet?	85%	12%	2%	0,4%
Hur ofta känner du dig orolig, deppig eller irriterad när du inte kan vara on-line?	86%	12%	2%	0,2%

Kapitel 10

Avslutning

Internet har idag funnits, för den breda allmänheten, som ett nätverk av nätverk i femton år. Sverige var inte först att ta till sig den nya teknologin men intar idag en ledande ställning bland världens länder om vi ser till hur Internet har spridit sig allt längre ut i befolkningen. I ett internationellt perspektiv har den snabba spridningen av bredband också fört upp Sverige till en framskjuten position som ett bredbandsland.

Den stora förändringen, under senare år, har rört den ökande tid som Internetanvändarna ägnar åt Internet. Allt fler av de som redan använder Internet har börjat göra det varje dag. Internetanvändningen har blivit en del av de dagliga rutinerna. Sällan-användarna har nästan försvunnit, vilket innebär att klyftan mellan de som använder Internet och de som står utanför har blivit tydligare.

Det ökande dagliga användandet av Internet har också medfört att den mätbara tiden som svenskarna använder Internet i hemmet har ökat. Tidigare var Sverige känt som ett land där många hade tillgång till Internet men i ett internationellt perspektiv var användningen begränsad. Idag har dessa skillnader, till jämförbara länder, i stort sett försvunnit.

Nästan alla barn i skolåldern, från nio år och uppåt, är bekanta med Internet. Bland tioåringarna börjar det bli svårt att hitta barn som inte är användare. Det anmärkningsvärda är dock inte skolbarnen utan vad som hänt bland förskolebarnen under de senaste åren. Här har Internetanvändandet blivit allt vanligare, och redan vid fem års ålder har hälften av alla barn

använt Internet. Vad vi kan vänta oss är att Internet i många barnfamiljer kommer att bli lika självklart som TV. Datorn står hela tiden på och blir en naturlig del av vardagsmiljön, även för de minsta.

I Sverige, i motsats till en del andra länder, har inte bloggandet blivit särskilt omfattande. Antalet bloggare har dock ökat från förra året, från 3 till 5% av befolkningen. Framför allt är det kvinnorna i åldersgruppen upp till 25 år som använder sig av bloggar och ju yngre man är desto vanligare är det. Kvinnliga bloggare är i dessa åldrar dubbelt så vanligt som manliga. Detta tyder på att allt fler ungdomar kommer växa upp med bloggandet som en naturlig del av sitt Internetanvändande.

För några år sedan introducerades mer sociala communities, vilka omedelbart fick en explosionsartad tillväxt. Även här dominerar nu de unga kvinnorna, som fick något på nätet som verkligen intresserade dem. De unga kvinnorna dominerar också när det gäller att spara bilder på nätet för mer allmän beskådan. När det gäller de flesta andra nätaktiviteter är det männen som spenderar mest tid och som är flitigast.

Går vi tillbaka ett år i tiden för att se vilka förändringar som skett det sista året kan vi konstatera att användandet av Internet för att ta del av de traditionella medierna inte har förändrats. Det är ungefär lika många 2008 som 2007 som läser tidningar, lyssnar på radio eller ser på TV on-line. Och även om nästan alla i befolkningen idag har tillgång till en mobiltelefon och många av dem, via mobilen, kan koppla upp sig till Internet är det förhållandevis få som gör det. Och ännu färre är det som använder mobilen för att läsa/skicka e-post eller för att se på TV och videoklipp. Här har utvecklingen varit mycket trögare än vad många förväntat sig.

I genomsnitt har den svenske användaren haft tillgång till Internet i åtta år. Under de åtta åren har Internetanvändarna successivt vant sig vid Internet och utvecklat sitt användande efter sina behov och kunskaper. Det innebär att vi nu kan tala om mogna och erfarna användare i alla åldersgrupper.

Innebär det att användningsmönstren ser helt annorlunda ut bland de yngre jämfört med de äldre? Ja, delvis. De yngre spenderar betydligt mer tid på nätet än de äldre och fler av dem utnyttjar nätet för underhållning och de är i större utsträckning engagerade i blogg- och community-världen. Men samtidigt kan vi se hur samma uppsättning användningsmönster

återkommer i alla åldersgrupper.

De avancerade entusiasterna återfinns bland de unga, bland de medelålders och även bland de äldre. Här utnyttjas Internet för både information, kunskap, kommunikation och underhållning. Även de försiktiga, som bara använder Internet sporadiskt, återfinns i alla tre åldersintervallen. De utgör någonstans mellan en tredjedel till en fjärdedel av användarna. De använder Internet ganska sällan och de är inte så intresserade. Även bland de unga är således ett sådant förhållningssätt till Internet inte så ovanligt.

Omkring 30% av de unga, av de medelålders och av de äldre är traditionalister i sin användning av Internet. Det betyder att de i första hand använder sig av Internet som källa till information och som praktiskt hjälpmedel. Detta användningsmönster är inget specifikt för de äldre användarna utan vi finner det även bland de unga.

Det finns dock några skillnader mellan de äldre och övriga. Det är ett användningsmönster som riktar in sig på underhållning och framför allt på Internets kommunikativa egenskaper. Det återfinns inte bland de äldre. Det karakteristiska är den kommunikativa användningen som även inbegriper bloggar och webbgemenskaper och till det lyssning och nedladdning av musik och video.

Den stora frågan inför framtiden handlar dock inte om användningsmönster utan om Internet kommer att bli en teknologi för alla? Fortfarande år 2008, kommer det till nya människor som skaffar sig tillgång till Internet hemma. Men spridningen går långsamt och har så gjort under de senaste åren. Försöker vi uppskatta hur många det är som står utanför blir summan mer än två miljoner svenskar. Det är nästan 400 000 personer yngre än 46 år, mer än 700 000 mellan 46 och 65 år, och mer än 1,1 miljoner pensionärer. Detta är ett problem när Internet har blivit allt viktigare för information och deltagande i samhällslivet.

Referenser

Alexa, september 2008

Anderson, C. (2007). The long tail. How endless choice is creating unlimited demand. London: Random House.

Bass, F. (1969). "A new product growth model for consumer durables". *Management Science* 15 (5): p215–227.

Berners-Lee, T. (1999). *Weaving the Web*. San Francisco: HarperSanFrancisco.

Birdsall, William F. (2007). "Web 2.0 as a Social Movement." *Webology*, 4(2), Article 40. Available at: <http://www.webology.ir/2007/v4n2/a40.html>

Castells, M. (2002). *Internetgalaxen. Reflektioner om Internet, ekonomi och samhälle*. Göteborg: Daidalos

Chaffey, D. (2008). Boo hoo – Learning from the largest European dot-com failure. <http://www.davechaffey.com/E-commerce-Internet-marketing-case-studies/Boo.com-case-study>

Di Maggio, P. Hargittai, E., Neuman, R., & Robinson, J.P. (2001). Social Implications of the Internet', *Annual Review of Sociology* 27: 307–36.

EU (2008). *Broadband Performance Index. Monitoring high-speed Internet access in the EU*. EU Commission, September 2008.

Eriksson, L-E, Findahl, O & Selg, H (2008). *Framtiden är öppen. Om problem och möjligheter med öppen källkod och öppet innehåll*. Stockholm: Vinnova.

Findahl, O (2008). *Vad säger Internetstatistiken? En vägledning för analys och tolkning av nationell och internationell statistik*. Stockholm: SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur). SE:s Internetguider.

Findahl, O (2008). The importance of equality and cultural values during the secondary phase of the diffusion of the Internet. The case of Sweden. Paper presented to the IAMCR (International Association of Media and Communication Researchers) Conference Stockholm 2008.

Findahl, O (2008). The role of Internet in a changing mediascape - competitor or complement? *Observatorio (OBS*) Journal*, 6 (2008), 209-221.

Findahl, O. (2008). Internet i ett internationellt perspektiv. Del 2. Sverige i världen. World Internet Institute.

Findahl, O & Selg, H (2007). *Öppen källkod och öppet innehåll. En undersökning av och med erfarna Internetanvändare*. Vinnova.

Findahl (2006), Trends in downloading and filesharing of music. *MusicLessons, Deliverable 5*. Stockholm: MusicLessons (updated version)

Findahl, O. (1986). *Svensken – en världsmedborgare i framtidens massmedievärld? Om etermedierna igår, idag och i morgon*. Stockholm: Sveriges Radios publik- och programforskning.

Hamngren, I & Odnoff, J. (2003). *De byggde Internet i Sverige*

Handels utredningsinstitut (2008), www.hui.se, 2008-05-14

Lindstedt, G. (2001), Boo.com och IT-bubblan som sprack. Stockholm: DN.

Malmsten, E., Portanger, E. and Drazin, C. (2001) boo hoo. A dot.com story from concept to catastrophe. Random House, London, UK.

Nyberg, L (2008). Kontanter och betalningar – hur ser framtiden ut? Ingår i I-L Söderberg (red.), Framtidens betalmedel. Sparbanksakademins skriftserie 2008:1.

O'Reilly, T. (2005). What is web 2.0?: Design patterns and business models for the next generation of software. <http://www.oreilly.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>

Pyungho Kim (2006). Is Korea a Strong Internet Nation? The Information Society, 22: 41–44, 2006

Selg & Findahl (2006), File sharing and downloading - actors, motives and effects. MusicLessons, Deliverable 4. Stockholm: MusicLessons, KTH (updated version)

Selg & Findahl (2006), Nätgemenskap som affärsidé – Drivkrafter och framgångsfaktorer – En pilotstudie av fyra nätgemenskaper. Ingår i Eriksson, Findahl & Selg (2008), Framtiden är öppen.

Sjöden, R. (1967). Etermediernas publik. Stockholm: Sveriges Radio. Tapscott, D & Williams, A (2006). Wikinomics. How mass collaboration changes everything. New York: Portfolio

Tvåkanalsystemet i TV (1975). Stockholm: Sveriges Radio.

Törnqvist, G. (1967), TV-ägandets utveckling i Sverige. 1956-65. Stockholm: Almqvist & Wiksell.

Young, K. (1996). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. Cyberpsychology and Behavior, 2, 381-383.

WIP 2008. World Internet Project Report 2008. (Under utgivning)

Widyanto, L., & Griffiths, M. (2007). Internet Addiction: Does It Really Exist? (Revised). In J. Gackenbach (Ed.), Psychology and the Internet. Intrapersonal, Interpersonal and Transpersonal Implications. London: Elsevier, Academic Press (2nd Edition).

Metod

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

Svenskarna och Internet är den svenska delen av World Internet Project, ett internationellt forskningsprojekt, som följer Internets spridning och användning runt om i världen. Antalet deltagande länder ökar för varje år och i år 2008 har projektet 28 medlemsländer. Varje partner i respektive land finansierar sin egen verksamhet i projektet. De nationella urvalen är representativa urval av befolkningen. I frågepaketen är drygt 100 frågor gemensamma för alla länder, de så kallade ”Common Questions”. Dessa är exakt lika formulerade i varje land för att skapa jämförbara resultat.

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

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

Vad är unikt med projektet?

Projektet är utformat som en panelstudie vilket ger möjlighet att följa enskilda människor under längre tid. De flesta andra Internetundersökningar är stickprovsundersökningar. Hela befolkningen, även de äldsta intervjuas. I många Internetundersökningar finns inte personer över 65 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.

Svenskarna och Internet
år för år

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

Åldersfördelning i
WII:s urval 2008

	Frekvens	Procent	Svenska folkets åldersfördelning enligt SCB	Procent
16 - 25 år	328	16	15-24 år	14
26 - 35 år	360	18	25-34 år	16
36 - 45 år	364	18	35-44 år	17
46 - 55 år	315	15	45-54 år	16
56 - 65 år	331	16	55-64 år	15
66 - 75 år	225	11	65-74 år	10
76 år -	134	7	75 år -	11
Total	2017	100		100

Gratifikation

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

Det genomsnittliga antalet utbildningsår i urvalet är 12,3 år, jämförbart med 12,6 år enligt befolkningsstatistiken.

Sysselsättning:

Arbete	57%
Studerande	13%
Hemma/hemma med barn	2%
Arbetslös	3%
Sjukskriven/förtidspension	4%
Pensionär	21%

Bilaga

Tabeller

Diagram 1:1. Andel av svenska folket med tillgång till dator, Internet och bredband i hemmet 2008

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

Diagram 1:2. Förändringar av befolkningens huvudsakliga Internetuppkoppling i hemmet

	2002	2003	2005	2007	2008
telefonmodem	39%	40%	26%	11%	7%
ADSL	8%	11%	20%	38%	39%
Kabelmodem	3%	4%	7%	13%	10%
Fiber	4%	9%	16%	16%	23%
Mobilt bredband	0%	0%	0%	0%	2%

Diagram 1:6. När börjar barnen använda Internet? Spridningskurvan idag jämfört med några år bakåt.

	När började dagens 12-15 åringar använda Internet?	När börjar man 2008 använda Internet?
3 år	0%	21%
4 år	1%	28%
5 år	2%	52%
6 år	4%	70%
7 år	13%	76%
8 år	30%	80%
9 år	46%	94%
10 år	74%	94%
11 år	86%	98%
12 år	95%	98%
13 år	99%	99%
14 år	99%	99%

Diagram 2:2. Internetanvändningen på olika platser i olika åldersgrupper

	hemma	arbetet	vänner	offentliga platser
16-25 år	94%	26%	29%	11%
26-35 år	89%	63%	18%	5%
36-45 år	86%	67%	13%	4%
46-55 år	78%	62%	8%	2%
56-65 år	68%	46%	5%	4%
66-75 år	45%	5%	2%	2%
75+ år	16%	1%	3%	1%

Diagram 2:3. Allt fler använder Internet dagligen. En jämförelse 2003 till 2008

	år 2003	år 2005	år 2007	år 2008
använder ej	44%	31%	29%	25%
använder sällan	10%	9%	3%	3%
ngr/ngr ggr/veckan	22%	22%	16%	14%
dagligen	24%	38%	52%	58%

Diagram 2:4. Internetanvändningens frekvens i olika åldersgrupper

	daglig	vecka	sällan
16-25 år	84%	8%	2%
26-35 år	77%	11%	1%
36-45 år	66%	17%	2%
46-55 år	55%	19%	5%
56-65 år	43%	20%	5%
66-75 år	29%	10%	6%
75+ år	12%	2%	1%

Diagram 3:6. Andel av inkomst-grupper som ej är vardagsanvändare av Internet.

	Låg inkomst	Mellan inkomst	Hög inkomst
16-25 år	9%	10%	0%
26-35 år	10%	18%	3%
36-45 år	13%	19%	7%
46-55 år	46%	35%	14%
56-65 år	67%	39%	17%
66-75 år	78%	64%	13%
76+ år	90%	82%	

Diagram 4:1. Hur många släktingar/vänner använder Internet? Andel av olika åldersgrupper.

	16-25 år	26-35 år	36-45 år	46-55 år	56-65 år	66 år -
alla använder Internet	26%	20%	19%	17%	19%	16%
de flesta använder Internet	68%	73%	69%	67%	61%	60%
några använder Internet	7%	6%	12%	16%	19%	24%
inga Internetanvändare	0%	0%	0%	0%	1%	1%

Diagram 6:1 Andel av Internetanvändarna i olika länder som arbetar med sina bloggar

	Vardagsanvändande	Ibland	aldrig
Urban China	14%	11%	74%
Czech Republic	15%	11%	75%
Singapore	12%	5%	83%
United Kingdom	5%	7%	88%
Canada	7%	5%	88%
United States	5%	5%	90%
Australia	3%	4%	92%
Sweden	2%	1%	96%

Diagram 7:1

Andelen Internetanvändare i olika åldrar som läser tidning på nätet

	16-18 år	19-25 år	26-35 år	36-45 år	46-55 år	56-65 år	66-75 år	76 år -
dagligen	30%	33%	50%	41%	31%	25%	17%	20%
1-3 ggr vecka	17%	26%	23%	17%	20%	19%	11%	12%
ibland	53%	41%	27%	42%	49%	56%	72%	68%

Diagram 7:2

Andelen Internetanvändare som lyssnar på radio on-line

	16-18 år	19-25 år	26-35 år	36-45 år	46-55 år	56-65 år
dagligen	7%	8%	8%	8%	5%	1%
1-3 ggr vecka	9%	16%	14%	14%	10%	4%
ibland	21%	31%	37%	29%	24%	17%

Diagram 7:5

Andel av Internetanvändarna som ser på TV on-line

	16-18 år	19-25 år	26-35 år	36-45 år	46-55 år	56-65 år
dagligen	2%	2%	1%	2%	1%	0%
1-3 ggr vecka	10%	8%	9%	4%	2%	2%
ibland	13%	20%	21%	21%	19%	14%

Diagram 7:7 Andel av Internetanvändarna som tittar på webbtidningarnas videoklipp

	16-18 år	19-25 år	26-35 år	36-45 år	46-55 år	56-65 år
dagligen	11%	7%	4%	7%	2%	1%
1-3 ggr vecka	30%	19%	25%	23%	18%	18%
ibland	34%	48%	53%	44%	53%	45%

Diagram 7:9

Andel av mobilanvändarna som använder SMS

	16-18 år	19-25 år	26-35 år	36-45 år	46-55 år
dagligen	80%	78%	69%	51%	32%
1-3 ggr vecka	13%	18%	20%	29%	31%
ibland	5%	3%	9%	18%	24%

Diagram 7:10 Hurofta används kam-
eran i mobilen?

	16-18 år	19-25 år	26-35 år	36-45 år	46-55 år
dagligen	9%	7%	8%	4%	3%
1-3 ggr vecka	29%	52%	34%	24%	15%
ibland	36%	31%	50%	62%	67%

Diagram 7:11 Hurofta används mo-
bilen för MMS?

	16-18 år	19-25 år	26-35 år	36-45 år	46-55 år
dagligen	1%	1%	2%	2%	0%
1-3 ggr vecka	9%	16%	21%	14%	5%
ibland	31%	45%	45%	36%	29%

Diagram 7:12 Hurofta används mo-
bilen för Internet?

	16-18 år	19-25 år	26-35 år	36-45 år	46-55 år
dagligen	4%	1%	5%	3%	2%
1-3 ggr vecka	4%	11%	10%	6%	3%
ibland	8%	14%	20%	17%	8%

Diagram 7:13 Mobila Internetaktiviteter. En jämförelse mellan användarna totalt, fildelarna och de yngsta.

	Totalt	Fildelare	16-25 år
Nyheter	42%	42%	25%
Adresser, kartor	17%	9%	0%
Läsa e-post	19%	20%	6%
Söka telefonnummer	15%	9%	0%
Ringsignaler	13%	7%	17%
Skicka e-post	13%	12%	0%
Tidtabeller	10%	8%	6%
Musik	8%	8%	13%
Communitybesök	5%	4%	13%
TV, videoklipp	3%	3%	0%
Banktjänster	2%	4%	7%

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.

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

Medlemmar och partners:

.SE – stiftelsen för Internetinfrastruktur

Fiber Optic Valley

NITA – Nationellt IT-användarcentrum vid Uppsala Universitet

IHT – Institutet för Humanteknologi

SSNf – Svenska stadsnätetsföreningen

FPX – Future Position X

Interactiv TV arena

Högskolan i Gävle

Mittuniversitetet

Gävle Kommun

Digital Center vid USC Annenberg School of communications
och alla övriga partners i World Internet Project

.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. Som partner i World Internet Institute och initiativtagare till flera projekt för att öka kunskapen om Internetanvändning arbetar man aktivt för att säkerställa tillgången till kvalitativ Internetstatistik i Sverige

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



En investering för framtiden



Svenskarna och Internet är den årliga rapporten som kartlägger Internetanvändningen hos den svenska befolkningen. Rapporten publiceras av World Internet Institute i samarbete med .SE – Stiftelsen för Internetinfrastruktur och baseras på den årliga kvantitativa undersökningen med samma namn. Årligen lyfts aktuella fenomen där ett behov av kunskap identifierats. 2008 års rapport belyser följande:

- Internetspridningen fortsätter men saktar av
- Användningen ökar
- De som står utanför
- Sociala nätverk
- E-handel
- Användargenererat innehåll
- Internet och traditionella medier
- Ungdomar, medelålders och äldre.
- Bra och dåligt med Internet

Genom ett det internationella samarbetet World Internet Project är Svenskarna och Internet del av en av världens största studier av Internetanvändning. Under slutet av 2008 publiceras en internationellt jämförande analys av länderna i World Internet Project.